

**UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E
MEIO AMBIENTE**

LUCAS JOSÉ CAMPANHA

**O EMPREENDEDORISMO COMO TEMA DO ENSINO E PESQUISA EM
UNIVERSIDADES BRASILEIRAS**

ARARAQUARA - SP
2021

LUCAS JOSÉ CAMPANHA

**O EMPREENDEDORISMO COMO TEMA DO ENSINO E PESQUISA EM
UNIVERSIDADES BRASILEIRAS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente, curso de doutorado, da universidade de Araraquara – UNIARA – como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente.

Linha de pesquisa: Dinâmica Regional e Alternativas de Sustentabilidade

Orientadora: Prof. Dra. Helena Carvalho De Lorenzo

Coorientador: Prof. Dr. Sergio Azevedo Fonseca

ARARAQUARA – SP
2021

C194e Campanha, Lucas José
O empreendedorismo como tema do ensino e
pesquisa em universidades brasileiras /Lucas José Campanha. –
Araraquara: Universidade de Araraquara, 2021.
134f.

Tese (Doutorado) -Programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente- Universidade de
Araraquara-UNIARA

Orientador: Profa. Dra. Helena Carvalho de Lorenzo

1. Empreendedorismo. 2. Teorias do empreendedorismo. 3 Práticas
de ensino em empreendedorismo. I. Título.

CDU 504.03



UNIVERSIDADE DE ARARAQUARA - UNIARA

Rua Voluntários da Pátria, 1309 - Centro - Araraquara - SP
CEP 14801-320 | (16) 3301-7100 | www.uniara.com.br

FOLHA DE APROVAÇÃO

Nome do Aluno: *Lucas José Campanha*

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente, curso de Doutorado, da Universidade de Araraquara – UNIARA – como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Desenvolvimento Territorial e Meio Ambiente.

Área de Concentração: Desenvolvimento Territorial e Alternativas de Sustentabilidade.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Helena Carvalho De Lorenzo

Profa. Dra. Ana Claudia Fernandes Terence

Prof. Dr. Ricardo Augusto Bonotto Barboza

Profa. Dra. Ethel Cristina Chiari da Silva

Prof. Dr. Zildo Gallo

Araraquara – SP, 06 de setembro de 2021

Dedico esse trabalho aos meus pais que sempre me incentivaram a buscar meus sonhos, sempre me apoiando, ensinando e corrigindo meus passos, quando necessário. Aprendi com eles a manter o sorriso no rosto e que na vida iremos colher aquilo que plantamos, este trabalho é fruto dessa união.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a minha família, em especial aos meus pais que sempre me deram todo o suporte necessário nessa caminhada e foram os alicerces do meu caráter e das minhas virtudes.

À minha orientadora Helena Carvalho Delorenzo que sempre me ofereceu todo o apoio para a realização desse trabalho, e que nunca deixou de acreditar e me incentivar durante as dificuldades encontradas, e claro agradecer pela confiança em me aceitar como seu orientando.

Ao meu co-orientador Sérgio Azevedo Fonseca, pelas palavras de sabedoria que sempre guiaram meu caminho nos momentos de dificuldade.

Ao meu ex chefe Ricardo Bonotto, que sempre foi compreensivo durante a realização desse trabalho, meu obrigado pelo apoio, pela oportunidade, sempre com palavras de incentivo. Também agradecer ao Instituto Racine pelo apoio, incentivo e compreensão durante os momentos finais do trabalho.

A minha esposa Taiane Motta Marconato Campanha, que sempre teve a paciência necessária para me aguentar e nunca deixou de acreditar que eu seria capaz de alcançar meus objetivos.

Aos membros da banca, primeiro por aceitarem o convite e segundo por todas as sábias palavras que ajudaram a construir esse trabalho.

As meninas da secretária do programa de pós-graduação, que sempre foram prestativas e me ajudaram e orientaram em qualquer necessidade.

A todos os professores que tive o prazer de conhecer durante o doutorado, foi uma honra conhecer os senhores.

A UNIARA, pelo incentivo e apoio durante todo o período de trabalho, sobre tudo agradeço pela oportunidade.

“O sucesso nasce do querer, da determinação e persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis [...].”

José de Alencar (1994, p.35)

RESUMO

Este estudo se insere na temática do empreendedorismo, conceito que ocupa a agenda de pesquisa de diversas áreas do saber e que se materializa como fenômeno em permanente reconfiguração. Foram precisamente as de mudanças, epistêmicas e empíricas do conceito, gradativamente impulsionadas nessas duas últimas décadas pela propagação das novas tecnologias digitais, a reconfiguração do mundo empresarial e o advento de novas formas de trabalho, que suscitaram a motivação para a realização da pesquisa que ora se apresenta, movida e orientada pela seguinte questão direcionadora: Qual a trajetória acadêmica em pesquisa e ensino acerca do tema do empreendedorismo no Brasil, entre os anos 2000 e 2020? Alinhado ao questionamento supracitado, a tese teve como principal objetivo analisar como a universidade vem abordando o tema, a partir do recorte das dimensões pesquisa e ensino, ao longo das duas primeiras décadas do século 21. Para tanto, tomou com ponto de partida mapear, classificar e analisar os principais enfoques presentes na literatura contemporânea acerca do tema do empreendedorismo, para a seguir, mapear, classificar e analisar a evolução do tema do empreendedorismo como objeto de ensino e pesquisa em universidades brasileiras selecionadas. Por se tratar de pesquisa sobre fenômeno contemporâneo – as múltiplas facetas e enfoques particulares do tema do empreendedorismo - o método aplicável foi o da pesquisa qualitativa, parcialmente realizada com uso de método quantitativo, delineada pela abordagem do multimétodo, ora de revisão integrativa, ora bibliométrica e por fim documental. A análise da literatura confirmou o desenvolvimento de um tema multifacetado que vem sendo construído a partir de várias abordagens e enfoques teóricos, aqui classificados como predominantemente econômico, predominantemente sociológico/cultural e predominantemente gerencial, embora claramente transversais. De outro lado, tendo surgido a partir das atividades de pesquisas, o que pôde ser observado pela forte presença do tema em grupos de pesquisa do Diretório CNPq, ficou confirmado que o ensino do empreendedorismo avançou nas universidades de forma bastante conservadora, com forte presença de uma literatura gerencial, o que pôde ser confirmado pelo estudo dos Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e dos conteúdos e bibliografia das ementas dos casos de universidades selecionadas. Enfim, ficou evidenciado que as universidades interessadas no tema devem rever suas atuações históricas e promover mudanças que sejam aderentes aos papéis que podem desempenhar na sociedade frente a construção de uma cultura empreendedora.

Palavras – chave: Empreendedorismo; Teorias do empreendedorismo; Práticas de ensino em empreendedorismo

ABSTRACT

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurship theories; Teaching practices in entrepreneurship.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diferentes concepções de estudos para o tema	Erro! Indicador não definido.
Figura 2 – Nuvem de palavras descritivas dos grupos registrados e ativos no CNPq.....	71
Figura 3 – Áreas predominantes de atuação dos grupos de pesquisa ativos no CNPq	72
Figura 4 – Áreas predominantes de atuação dos grupos de pesquisa ativos no CNPq	72
Figura 5 – Número de grupos registrados e ativos no CNPq por instituição de pesquisa.....	73
Figura 6 - Número de artigos publicados na série histórica até junho de 2021.....	76
Figura 7 – Tipos de publicações encontradas.....	77
Figura 8 – Categorização das revistas por concentração de publicações	79
Figura 9 – Idiomas de publicação do tema empreendedorismo nas bases pesquisadas	80
Figura 10 – Relação de atores conectados nas publicações das bases consultadas.....	81
Figura 11 – Principais grupos de pesquisas.....	82
Figura 12 - Instituições às quais os principais autores estão vinculados.....	84
Figura 13 - Índice de citações nos artigos apresentados nas bases.....	85
Figura 14 - Mapa dos textos com foco nos assuntos abordados.....	87
Figura 15 – Autores mais indicados nas listas de referências das publicações Scopus	89
Figura 16 – Periódicos mais indicados nas listas de referências das publicações Scopus	90
Figura 17 – Caracterização geral do ensino do empreendedorismo nos casos estudados	93
Figura 18 – Nuvem de palavras citadas nos objetivos dos planos de ensino	93
Figura 19 – nuvem de palavras indicadas nos ementários	98
Figura 20 – Carga horária das disciplinas	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese Enfoques com viés predominantemente econômico	29
Quadro 2 - Síntese Enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais	35
Quadro 3 - Síntese Enfoques com a visão gerencial sobre empreendedorismo.....	43
Quadro 4 - Síntese da literatura sobre qualificações ao empreendedorismo	45
Quadro 5 - Síntese da estrutura de busca da bibliometria	74
Quadro 6 - Estratificação dos periódicos que publicaram sobre empreendedorismo.....	77
Quadro 7 - Relação dos textos que mais citações receberam na base Scopus.....	86
Quadro 8 - Relação dos textos que mais citações receberam na base Scopus.....	92
Quadro 9 - Relação dos principais objetivos identificados e agrupados nos programas.....	97

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Principais revistas da área.....	78
Tabela 2 - Recorrência de publicações por autores	80
Tabela 3 – Carga horária das disciplinas por faculdade	99
Tabela 4 – Detalhamento da carga horária das disciplinas por curso.....	101
Tabela 5 - Relações de autores indicados nas referências das disciplinas.....	104
Tabela 6 – Principais textos indicados nas bibliografias estudadas	105

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNPQ	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
IES	Instituição de Ensino Superior
MPE	Micro e Pequenas Empresas
ONGs	Organizações não governamentais
PDI	Planos de Desenvolvimento Institucional
PEES	Programas de Educação Empreendedora
PPGEP	Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção
RBS	Revisão Bibliográfica Sistemática
RSL	Revisão Sistemática da Literatura
TI	Tecnologia da Informação
UFF	Universidade Federal Fluminense
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UFTPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 METODOLOGIA	17
3 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO: ENFOQUES E QUALIFICAÇÕES	23
3.1 Principais enfoques teóricos e conceituais sobre o empreendedorismo	23
3.1.1 Enfoques com viés predominantemente econômico	24
3.1.2 Enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais	29
3.1.3 A visão administrativa/ gerencial sobre empreendedorismo	36
3.2 Perfis e qualificações do empreendedorismo e de empreendedores	44
4 EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	52
4.1 O ensino do empreendedorismo em instituições de ensino superior no Brasil	57
4.2 Principais estudos sobre empreendedorismo nas universidades brasileiras	61
5 O ENSINO E A PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	69
5.1 Coleta de dados para configuração da dimensão pesquisa	69
5.2 Como o empreendedorismo é pesquisado: um mapeamento quantitativo e qualitativo dos grupos de pesquisas no Diretório do CNPq	71
5.3 Coleta de dados para configuração da dimensão publicações	74
5.4 Como o empreendedorismo é publicado: um mapeamento do portal de periódicos da Scopus e Web Of Science	76
5.5 Coleta de dados para configuração da dimensão ensino	90
5.6 Como o empreendedorismo é ensinado: um estudo múltiplo das universidades com o maior número de grupos de pesquisa	91
5.6.1 Como o ensino é evidenciado nas universidades estudadas	105
5.7 Discussão dos resultados	112
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
REFERÊNCIAS	123

1 INTRODUÇÃO

Este estudo se insere na temática do empreendedorismo, conceito que ocupa a agenda de pesquisa de diversas áreas do saber. O conceito de empreendedorismo vem ganhando novas dimensões na perspectiva da transversalidade, incorporando questões ambientais, políticas, econômicas, sociais e históricas e sendo objeto de crescente atenção pela literatura, tanto no âmbito internacional, quanto nacional. Dado seu caráter altamente polissêmico, como se pretende revelar nesta tese, admite enfoques múltiplos e, não raras vezes conflituosos, no tratamento do fenômeno a que se refere, legando à academia um instigante desafio, seja para a sua investigação epistêmica, seja para a apuração das suas diferentes manifestações empíricas.

O conceito ganhou projeção e reconhecimento pela literatura ocidental, notadamente nos campos da economia e administração, na primeira metade do século XX, pela obra do economista e cientista político austríaco Joseph Alois Schumpeter (1985) que, ao conceber sua teoria sobre o desenvolvimento econômico, dá destaque ao papel dos empresários inovadores como agentes de permanente transformação e adaptação do capitalismo. O conceito de empreender, segundo Schumpeter (1985), leva em conta o processo de mudança técnica como elemento fundamental da dinâmica econômica. Segundo Possas (1987), fica implícita na obra de Schumpeter a importância de um “comandante empreendedor”, como um agente capaz de reunir cientistas, técnicos e capitais para obter novas combinações de recursos e criar mercados.

Mais recentemente, em tempos de globalização, ambos os conceitos, empreendedorismo e inovação, ressurgem com novas roupagens e concepções, se espalhando por múltiplas áreas do conhecimento. Uma abordagem mais flexível de empreendedorismo e de inovação, proposta por neo-schumpeterianos tais como Dosi, Teece e Winter (1992), evidencia muitas possibilidades para a ação empreendedora, posto que, sondando o mercado, o empreendedor pode verificar o que o público deseja consumir, gerar novos produtos ou aperfeiçoar produtos já existentes e adotar processos mais eficientes (DOSI, 1988). Em suma, a ação empreendedora, impulsionada pelas inovações, ganha força interna e externa, ditada por motivações econômicas, estruturas de mercado, políticas econômicas e tecnológicas, instituições (agências de fomento e pesquisa, associações de classe), governos e suas normas, ambientais, sociais e culturais, dentre outras (POSSAS, 1987).

Assim, o conceito de empreendedorismo, como adiante tratado, ganha nova dinâmica, tanto na literatura quanto na ressignificação de ações empreendedoras, perpassando os âmbitos dos negócios, da educação e formação das pessoas e das instituições não empresariais, com o

suposto potencial de promover a transformação e a evolução de empresas, o nascimento de novos empreendimentos, a criação de novas aptidões pessoais para o trabalho e a dinamização do desempenho institucional. Trata-se, pois, de fenômeno em permanente reconfiguração.

Como será visto, a pesquisa de empreendedorismo nasceu em economias de mercado anglo-saxônicas em constante desenvolvimento como um reflexo da ideologia dominante da criatividade, tomada de risco, a capacidade e a necessidade de realizações a nível pessoal e a aspiração de crescimento e o impulso ao lucro das empresas comerciais privadas. Os conceitos do papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e as motivações de um ser humano empreendedor foram as primeiras abstrações teóricas. No entanto, várias outras vertentes teóricas foram consolidadas e uma proliferação de teorias surgiram, derivando também em um amplo espectro de definições e perfil para o termo empreendedor. Neste contexto, antecipa-se que nos últimos anos, o campo do empreendedorismo tem buscado incansavelmente por teorias que permitem aos pesquisadores estudar os fenômenos empreendedores (ALVAREZ; AUDRETSCH, 2016).

A expansão do uso é acompanhada por alguma flexibilização do conceito. O empreendedorismo deixou de ser uma atividade limitada à iniciativa privada, passando a incluir o terceiro setor e a administração pública (MARTES, 2010). Sendo assim, uma releitura dos autores clássicos permitiu reconstruir o conceito de empreendedorismo para evidenciar o reflexo das profundas mudanças socioeconômicas na definição conceitual, indicando convergências e divergências teóricas, pensadas em três enfoques.

Os economistas concordam com a visão de que os empreendedores combinam diferentes recursos para gerar produtos e serviços. Seu foco está no que os empreendedores fazem e, para eles, são pessoas que são movidas principalmente pelo ganho econômico. Os behavioristas descrevem os empreendedores de acordo com suas características, por exemplo, sua orientação para o sucesso, sua propensão para a criatividade e a assunção de riscos. Por fim, os gerentes corporativos veem os empreendedores como pequenos operadores que não têm potencial para gerenciar um grande empreendimento (DU TOIT et al., 2009; SMITH; CHIMUCHEKA, 2014).

Dentre os economistas se destacam as publicações que sinalizam que o empreendedorismo envolve análise de transações econômicas entre atores, já que o empreendedorismo é uma atividade econômica. No enfoque sociológico e cultural, a discussão em torno do empreendedorismo é pontuada pela análise social, visto que o empreendedor está socialmente situado entre uma rede ampla e interconectada de relacionamentos e está incorporado em um contexto social que restringe e facilita as ações e comportamentos dos

empreendedores. Por fim, no âmbito do enfoque gerencialistas se destacam as contribuições de analisam o empreendedorismo do ponto de vista pragmatismo e manualizado.

Foi precisamente esse conjunto de metamorfoses, epistêmicas e empíricas do conceito, grandemente impulsionado nessas duas últimas décadas pela propagação das novas tecnologias digitais, a reconfiguração do mundo empresarial e o advento de novas formas de trabalho, que suscitou a motivação para a realização da pesquisa que ora se apresenta, movida e orientada pela seguinte questão direcionadora: Qual a trajetória acadêmica em pesquisa e ensino acerca do tema do empreendedorismo no Brasil, entre os anos 2000 e 2020?

Alinhado ao questionamento supracitado, a tese teve como principal objetivo analisar como a universidade vem abordando o tema, a partir do recorte das dimensões pesquisa e ensino, ao longo das duas primeiras décadas do século 21.

Para tanto, tomou com ponto de partida mapear, classificar e analisar os principais enfoques presentes na literatura contemporânea acerca do tema do empreendedorismo, para a seguir, mapear, classificar e analisar a evolução do tema do empreendedorismo como objeto de ensino e pesquisa em universidades brasileiras selecionadas.

As motivações para a realização da pesquisa encontram respaldo na já vasta, ainda crescente e progressivamente mais diversificada literatura sobre o tema, abordando facetas como:

- O perfil do empreendedor (FISCHER, 2012; JAYAWARNA; ROUSE; MACPHERSON, 2014; HORNADAY, 1982);
- O empreendedorismo enquanto fenômeno social (DRAKOPOULOU DODD; ANDERSON, 2007);
- O caráter familiar do empreendedorismo (DAVIS; SHAVER, 2012; SARIDAKIS, MARLOW; STOREY2014; JAYAWARNA; JONES; MACPHERSON, 2011; JENNINGS; MCDOUGALD, 2007; ALDRICH; CLIFF, 2003);
- As barreiras socioeconômicas ao empreendedorismo (JAYAWARNA; ROUSE; MACPHERSON, 2014); e
- As contribuições do empreendedorismo à produção econômica (BERGLANN et al., 2011; BJØRNSKOV; FOSS, 2016).

Essas são apenas algumas variações em torno do tema, que serão retomadas nas seções 3 e 4 desta tese. São ilustrativas, a título de introdução, da relevância do tratamento do mesmo sob a lente da ciência. As respostas vêm sendo dadas pela academia, como o revelam estudos

como os de Kuratko e Adudretsch (2009), Short et al. (2010), Hoskisson et. al. (2011), Landström et al. (2012) e Martens et al. (2016).

São estudos que, no entanto, ou tratam do tema em caráter mais prescritivo, ou o abordam empiricamente referenciado em plano internacional. Em síntese, a constatação passível de se registrar aqui que, por si só, justificaria a realização da pesquisa ora propugnada, é a de que há uma carência de investigações metódicas e sistemáticas, em solo brasileiro, tratando do empreendedorismo enquanto produção científica e enquanto objeto de ensino, em outras palavras, enquanto objeto inerente a dois dos pilares da vida acadêmica no país, o ensino e a pesquisa.

Para a resposta ao problema formulado e o alcance do objetivo propugnado, este texto foi estruturado em seis seções, além desta introdutória. A seção subsequente trata da estratégia metodológica utilizada ao longo do processo investigatório. A terceira seção foi estruturada para cumprir o primeiro objetivo central da pesquisa, o de mapear e classificar a literatura contemporânea (dos últimos 20 anos) focada no tema do empreendedorismo, tratada como conhecimento científico inerente. A quarta seção apresenta uma síntese da discussão sobre empreendedorismo e educação, em razão da perspectiva de trabalhar o tema no ensino das universidades no Brasil. A seção se fez necessária em razão do segundo objeto principal da tese, qual seja o de averiguar como a universidade vem abordando o tema, nas suas dimensões de ensino e pesquisa – com maior foco no ensino. A quinta seção relata os resultados da pesquisa sob as óticas da produção científica também com recorte temporal nas últimas duas décadas. Finalmente, na última seção será evidenciado que as universidades devem se autoanalisar, rever seus papéis históricos e promover mudanças que sejam aderentes aos papéis que desempenham na sociedade. Como será observado, é urgente que Universidades contribuam para a construção da cultura empreendedora.

2 METODOLOGIA

A estratégia metodológica desenhada para a pesquisa guarda estreita afinidade com os objetivos traçados e está orientada para oferecer respostas ao problema de pesquisa formulado.

Por se tratar de pesquisa sobre fenômeno contemporâneo – as múltiplas facetas e enfoques particulares do tema do empreendedorismo – o método aplicável foi o da pesquisa qualitativa – conquanto parcialmente realizada com uso de método quantitativo, oportunamente abordado.

A essência qualitativa encontra firme respaldo na literatura pertinente, em virtude da limitação da narrativa ao tempo e espaço em que se situa o fenômeno objeto de investigação, como lembra Flick (2009). Ademais, ainda na observação do mesmo autor, a “mudança social acelerada e a conseqüente diversificação das esferas da vida” (FLICK, 2009, p. 21) impõem a adoção de estratégias indutivas, próprias da pesquisa qualitativa. Corroborando com essa defesa, Godoy (1995) e Collis e Hussey (2005) apontam que a pesquisa qualitativa é aplicável à compreensão de fenômenos contemporâneos, nos contextos complexos e integrados de que fazem parte. Enquadra-se precisamente nessas características o estudo do tema do empreendedorismo que, a par de contemporâneo e marcado pela complexidade, é, ao mesmo tempo, expressão das mudanças sociais aceleradas em curso neste século e agente de indutor de transformações nas esferas da vida. Desse modo, trata-se de método perfeitamente ajustado à busca de respostas para o comportamento da trajetória acadêmica de tratamento do tema do empreendedorismo no período delimitado.

Quanto aos objetivos, a pesquisa pode ser qualificada como tendo múltiplos propósitos: o de pesquisa teórica e o de pesquisa descritiva, conquanto também exploratória no que diz respeito ao alcance dos seus resultados.

A pesquisa teórica, também chamada de pesquisa científica acadêmica, visando a, como lembra Minayo (2002), abordar conceitos e sistematizar conhecimentos sobre um determinado tema, contribuindo para a compreensão e a explicação de fenômenos, nas palavras de Ferrari (1982). Reside aí, precisamente, o propósito da primeira parte da pesquisa, direcionada ao levantamento e sistematização da literatura contemporânea, internacional e brasileira, buscando a identificação de categorias teóricas relacionadas ao tema do empreendedorismo, como propugnado pelo primeiro dos quatro objetivos específicos anteriormente definidos.

Já a pesquisa descritiva, definida por Vergara (2000), Mattar (1999) e Fernandes e Gomes (2003) como a pesquisa que expõe as características de determinado fenômeno, capturando suas essências e particularidades, exigindo, como lembra Triviños (1987), que o(a) pesquisador(a) delimite claramente as técnicas, métodos, modelos e teorias que utilizará para a coleta e a interpretação dos dados.

Já a sua faceta exploratória encontra justificativas, seja no ineditismo dos resultados esperados, seja na impossibilidade de sua extrapolação a outras esferas que não as dos casos abordados.

No que diz respeito ao tipo ou delineamento da pesquisa, a complexidade é um pouco maior, por envolver uma abordagem multi método (DE OLIVEIRA, 2015), também conhecida como triangulação metodológica. Parte da pesquisa é conduzida com fins bibliográfico, ora via

bibliometria, ora via Revisão Sistemática da Literatura; e parte conduzida com fins empírico, precisamente, via pesquisa documental. A característica de coleta de dados de cada estratégia recebeu detalhamento metodológico específico em cada seção de resultado, porém, cabe observar estratégias gerais que são indicadas na sequência.

Neste contexto, embora não possa ser apropriadamente tratada como objeto da pesquisa (logo, não sendo passível de enquadramento metodológico), o bloco da revisão da literatura contido na seção 3 desta tese recebeu tratamento essencialmente qualitativo, não apenas com vistas à busca de referenciais conceituais e teóricos, como na perspectiva da identificação de referenciais analíticos de suporte à etapa empírica da pesquisa. Observa-se que na prática, a seção 3 desta tese foi desenvolvida a partir da Revisão Bibliográfica Sistemática (RBS), também conhecida como Revisão Sistemática da Literatura (RSL).

Sendo assim, nota-se que a revisão integrativa permite a construção de uma análise ampla da literatura, o que contribui para discussões sobre métodos e resultados de pesquisas e permite reflexões sobre a realização de futuros estudos. O propósito inicial da utilização deste método de pesquisa foi obter um profundo entendimento do fenômeno do empreendedorismo, precisamente em relação aos enfoques da temática e as adjetivações e qualificações historicamente construída nos estudos anteriores.

De acordo com Mendes e Fracolli (2008), a revisão integrativa é um processo construído a partir de diferentes etapas, considerando que na primeira etapa se efetivou uma seleção da hipótese ou questão de pesquisa, precisamente, as questões que orientaram essa etapa foram: Quais são as vertentes da literatura pertinente ao tema que mais vêm se destacando nas bases de periódicos qualificados? Quais autores e teorias dominam esse campo científico no Brasil? Como a literatura explica o conceito e o movimento empreendedor? E, quais adjetivações ou qualificações para o termo empreendedorismo foram incorporadas na agenda de pesquisa da literatura internacional e nacional?

A segunda etapa representou o estabelecimento de critérios para inclusão e exclusão de estudos/ amostragem ou busca na literatura, para tanto, utilizou-se como critérios: a) textos que estiverem em versões completas para download; e b) textos que versassem precisamente sobre o conceito de empreendedorismo e ou empreendedor.

A terceira etapa representou a definição das informações que seriam extraídas dos estudos selecionados para categorização dos mesmos, para tanto foram definidas categorias e variáveis analíticas, sendo estas: a) enfoque teórico predominante; b) perfil do empreendedor; e c) motivação ao empreendedorismo. A quarta etapa representou a avaliação dos estudos incluídos na revisão integrativa, com elaboração de fichamentos e quadros sínteses. Na

sequência, a quinta etapa retratou a interpretação dos resultados e a apresentação da revisão/síntese do conhecimento, tal qual delineado no capítulo 3.

Outra estratégia da pesquisa foi a elaboração da pesquisa bibliométrica, tal qual apresentado no capítulo cinco, subseções 5.2. Pondera-se que a bibliometria é a aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas para descrever aspectos da literatura. Sua principal finalidade é mapear e analisar as contribuições da literatura para o estudo da evolução de um conceito ou tema (LEITE FILHO, 2012), no caso particular ora abordado, do empreendedorismo no Brasil nas últimas duas décadas. Quanto aos procedimentos metodológicos que foram adotados, têm-se que se executou as atividades delineadas na sequência:

- Escolha da base de dados: optou-se pelas bases de dados da *Scopus* e *Web Of Science*. A escolha dessas bases se justifica pelo fato de serem multidisciplinares, de retornarem registros consistentes sobre os termos pesquisados e de permitirem a exportação dos dados para softwares gerenciadores de referências bibliográficas.
- Escolha das palavras-chave e do período de pesquisa: Como palavras chaves foram utilizadas variações do vocábulo empreendedorismo, empreender, empreendedor, empreendedora e empreendimento.
- Delimitação dos filtros: Foram adotados os filtros de seleção às Coleções ou países de filiações, tendo a delimitação para o Brasil.
- A cada busca efetivada, os resultados foram exportados em um formato compatível com os gerenciadores de referência.
- Exportação dos registros: O resultado das buscas foi exportado e carregado na ferramenta de gerenciamento de referências bibliométricas o EndNote, gerando um conjunto único com todos os artigos.
- Análise dos dados: após a padronização dos dados, foi possível realizar operações de análise focadas na quantidade de publicações por ano, nos tipos das fontes de publicação (eventos ou periódicos) e dos autores a quantidade, nas instituições de vínculo e nos países de origem.
- Para análise foram utilizados os softwares de apoio, Nvivo[®] e VOSViewu[®].

A terceira etapa da pesquisa, aqui novamente de natureza qualitativa e desta feita com propósito exploratório interno, embora contribuindo para o caráter descritivo mais geral da pesquisa, teve, como delineamento fundamental, a pesquisa documental. Para tanto, se recorreu à investigação da base de dados do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. As informações

foram obtidas mediante consultas on-line do Censo 2020 do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq no módulo 'Plano Tabular'. Entre as atividades que foram conduzidas estão: a) delimitação dos parâmetros para busca: precisamente as expressões: empreender; empreendedor; empreendedora; empreendedorismo; e empreendimento, na base corrente, ou seja, o senso de 2020 com busca por qualquer palavra nos campos: nome do grupo, nome da linha de pesquisa e palavras-chaves da linha de pesquisa. Uma vez definidos os parâmetros para as buscas, efetivou-se a consulta no diretório e os resultados foram exportados para planilha do @Excel. No @Excel utilizou-se o comando localizar duplicados para refinar os resultados, mantendo-se um único registro para cada grupo. Na sequência, efetivou-se a leitura das informações localizadas a fim de mapear: origem do grupo, objetivos do grupo e áreas predominantes de atuação do grupo e as informações foram sintetizadas para apresentação das considerações na seção 5.1.

Do resultado deste mapeamento de grupos de pesquisa, procedeu-se à uma nova etapa de pesquisa desta vez, via estudo de casos múltiplos (YIN, 2005; STAKE, 1995). Os casos investigados foram os das seguintes universidades: Universidade de São Paulo – USP, Universidade Federal Fluminense – UFF, Universidade Federal de Santa Catarina – USFC e Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR. A escolha dessas universidades, como casos emblemáticos para a realização da pesquisa se deu em virtude dos seguintes fatores: a) são as universidades que instituíram o maior contingente de grupos de pesquisa sobre empreendedorismo, contemplando 11% dos grupos cadastrados e ativos no CNPq; b) são instituições públicas, o que propicia consulta ao material didático, assegurado pela lei de acesso à informação; c) proporcionam uma amostra da heterogeneidade, há universidades federais e estaduais, do sudeste e do sul.

A coleta de dados para essa etapa da pesquisa foi realizada por meio da pesquisa documental que, de acordo com Kripka, Scheller e Bonotto (2015, p. 58), “é aquela em que os dados obtidos são estritamente provenientes de documentos, com o objetivo de extrair informações neles contidas, a fim de compreender um fenômeno”. O fenômeno investigado, nessa etapa, corresponde às atividades de ensino e pesquisa relacionadas ao empreendedorismo, realizadas nas universidades integrantes da amostra.

A base documental utilizada compreendeu as seguintes fontes:

- Os Planos de Desenvolvimento Institucional (PDI) das universidades, de onde se buscou extrair informações referentes à frequência de menções ao termo empreendedorismo, caracterização da menção efetuada;

- Documentação contendo ementas e programas de ensino das disciplinas relacionadas ao empreendedorismo, para mapear as características propostas para o ensino do empreendedorismo, com destaque para a identificação dos autores indicados, bem como análise das teorias mencionadas;
- Base de dados do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq, para identificar, por meio do termo de busca “empreendedorismo”, o número de grupos existentes, o número de pesquisadores vinculados, as linhas de pesquisa e os objetivos das linhas de pesquisa.

Ressalta-se que, como a metodologia é complexa, detalhista e preponderantemente interligada, no início de cada seção serão evidenciados os procedimentos realizados para a execução de cada atividade, bem como os respectivos relatos dos resultados da pesquisa.

3 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO: ENFOQUES E QUALIFICAÇÕES

O empreendedorismo tem origem com o nascimento das economias de mercado anglo-saxônicas, no início do século XVIII, com o advento do Capitalismo como modo de produção dominante, tendo como precursores os então mestres e artesãos. Sua afirmação como conceito passa a ganhar espaço à medida que o modo de produção capitalista vai se afirmando e o conceito de “empresa” ganha reconhecimento como unidade nuclear do novo modo de produção nascente. Assim, ao longo do tempo, juntamente com a evolução dos negócios e das empresas, e mesmo do próprio modo capitalista de produção, outros aspectos do empreender ganharam espaço, derivando dessa evolução um amplo espectro de definições e perfis para o termo empreendedor. Muitas tentativas de equacionar teoricamente os potenciais e a dinâmica do empreender foram desenvolvidos por diversos autores, como se verá ao longo da presente seção, cujo objetivo é o de apurar a evolução, as tendências e os enfoques da literatura contemporânea sobre o tema, com vistas à identificação de recortes e vieses teóricos (ALVAREZ; AUDRETSCH, 2016).

A literatura consultada em apoio a esta pesquisa permitiu identificar três dimensões analíticas ou enfoques, visando a evidenciar como os autores contemporâneos se debruçaram sobre a literatura, confirmando a importância de se reconstruir o conceito de empreendedorismo. É precisamente esse o objetivo desta seção: abordar os três enfoques mais relevantes presentes na literatura sobre o tema, o econômico, o social e o de gestão. Ressalte-se, contudo, que esses enfoques não são isolados, havendo uma forte interconexão entre eles.

Por outro lado, examinando a mesma literatura surgem outras possibilidades de organização dos conteúdos dos artigos, identificando categorias e qualificações do tema empreendedorismo e tipos e características do empreendedor. Assim, nove categorias foram identificadas, cada qual composta por qualificações, qualidades ou conhecimentos do empreendedor.

3.1 Principais enfoques teóricos e conceituais sobre o empreendedorismo

Uma primeira questão que merece destaque é a de que os primeiros estudos sobre o empreendedorismo no desenvolvimento e nas motivações de um ser humano empreendedor surgiram, com conotações mais abstratas, ou seja, destacando o empreendedor como um dos elementos vitais para a dinâmica do capitalismo. Contudo, à medida em que o capitalismo se afirma como modo de produção dominante, a noção de empreendedorismo foi se constituindo

e ganhando novas qualificações, descrições de perfis e caracterizações, em razão da própria necessidade de acompanhar a diversificação das demandas exigidas pelo avanço da produção e da tecnologia.

Em outras palavras, como se verá na presente seção, conquanto os primeiros estudos do empreendedorismo tenham sido objeto das obras clássicas, tratando da dinâmica de expansão do capitalismo, ao final do século XX os estudos sobre o tema se ampliaram consideravelmente, buscando estudar, entender e criar categorias para a melhor compreensão do empreendedorismo, já como fenômeno econômico contemporâneo. Como mostram Alvarez e Audretsch (2016), o interesse pelo tema ficou mais explícito em periódicos acadêmicos, salas de aula e formuladores de políticas.

A presente seção busca mostrar que entender o empreendedorismo envolve mais do que a simples abordagem de transações econômicas entre atores. O termo empreendedor passou a aparecer em pesquisas de economia, sociologia econômica e administração de empresas. Na sociologia, a discussão em torno do empreendedorismo é pontuada pela análise social, visto que o empreendedor está socialmente situado entre uma rede ampla e interconectada de relacionamentos e está incorporado em um contexto social que restringe e facilita as ações e comportamentos dos empreendedores. Assim, como se buscará mostrar, a expansão do uso tem sido acompanhada por alguma flexibilização do conceito. O empreendedorismo ganhou novas dimensões e deixou de ser uma atividade limitada à iniciativa privada, passando a incluir o terceiro setor e a administração pública (MARTES, 2010).

3.1.1 Enfoques com viés predominantemente econômico

A força do enfoque econômico nos estudos sobre o empreendedorismo nasceu da ligação entre o empreendedorismo e a atividade empresarial, nuclear do capitalismo. Os estudos de Fillion (1999), Lévesque (2004), Filardi (2011), Campagnolo e Vivel, (2012), Schoorl (2012), Machado e Nassif (2014), Smith e Chimucheka (2014), Phelan (2016), Parker (2018), Meacci e Ferlito (2018), Miller e Garsney (2000) e Possas (1987) apontaram a importância de relacionar o tema do empreendedorismo à análise do sistema econômico, observando que os empreendedores são detectores de oportunidades de negócio, criadores de empreendimentos que correm riscos e desempenham o papel de informar o mercado a respeito de novos elementos. Nessa direção trata-se de um aspecto da vida econômica que tem relevante papel inovador, não apenas pela potencialidade de inovação em produtos ou processos, mas como vetor de indicação de novas oportunidades de negócios.

Também a força da vertente econômica, segundo Filion (1999) e Machado e Nassif (2014), vem do fato de que os primeiros autores que merecem destaque para o estudo do empreendedorismo serem reconhecidos como economistas e pontilharem a literatura da ciência econômica. Reforçando essa percepção, os autores (FILION, 1999; MACHADO; NASSIF, 2014) lembram as contribuições de autores clássicos como Richard Cantillon e Jean Baptiste Say, que abordaram os riscos inerentes à atividade de investir o próprio dinheiro. Segundo Filion (1999), Richard Cantillon definia, já no século XVIII, o empreendedor como um homem racional capaz de enfrentar o desafio do risco, em particular o da economia de mercado.

O mesmo autor (FILION, 1999) mostra ainda que Cantillon tratou o empreendedor como o homem racional por excelência, porque opera em uma sociedade mercantil, regulada pela concorrência do mercado, em que se deve saber avaliar o provável, em que só se pode decidir após ter deliberado, julgado. Já em seus próprios estudos, Filion (1999) mostra que os empreendedores compravam matéria prima, processavam e revendiam, sendo o indivíduo que aproveita a oportunidade para obter lucro e assumir os riscos inerentes à atividade.

Abordando as contribuições do segundo autor clássico citado, Schoorl (2012) e Filion (1999) lembram que Jean Baptiste Say foi considerado o principal economista político francês do início do século XIX, defensor da ideia de que o desenvolvimento econômico seria resultante da criação de novos empreendimentos. Filion (1999) alerta, ainda, que Say teria sido o primeiro autor a lançar o alicerce desse campo de estudo, podendo ser considerado o pai do empreendedorismo, em caráter precursor a Schumpeter, que foi quem notabilizou o campo do empreendedorismo a partir da associação com a inovação.

Um terceiro autor clássico da ciência econômica, lembrado pela literatura contemporânea (PARKER, 2018 SMITH; CHIMUCHEKA, 2014) como igualmente precursor da abordagem do empreendedorismo nesse campo do conhecimento, foi Frank Knight, economista norte-americano que defendeu a ideia de que os empreendedores possuem informações limitadas sobre a disponibilidade de recursos naturais, mudanças tecnológicas e preços, tendo o lucro como a recompensa por arcar com os custos da incerteza. Para os autores, a visão de Knight de um empreendedor é próxima à visão comumente aceita do empreendedor como um tomador de risco calculado, dotado de habilidades de gestão.

O quarto economista clássico relevante para a literatura do empreendedorismo foi o austríaco Joseph Alois Schumpeter, considerado um dos mais importantes economistas da primeira metade do século XX. Segundo Filardi (2011), Phelan (2016) e Parker (2018), Schumpeter foi um dos primeiros pensadores a acreditar que inovações tecnológicas podem ser um motor do desenvolvimento capitalista. Para os autores, na visão de Schumpeter (1985, p.

49), o empreendedor apresenta características peculiares e centrais que o diferenciam do capitalista convencional do século XIX. Isso porque o empreendedor: a) pode ser tratado como uma unidade básica de análise do sistema capitalista; b) teoricamente foi concebido como um tipo ideal e ente portador de interesses, vontade e intencionalidade, trata-se de um indivíduo socializado e não atomizado; c) apresenta um papel fundamental na promoção do desenvolvimento econômico, no qual a inovação é o elemento dinâmico da economia; e d) decide racionalmente com base em valores (inovação), mas que também é guiado pela paixão (desejos e conquistas) e é, necessariamente, um líder. Em suma, o empreendedor pioneiro é aquele que supera obstáculos e resistências para impor novos padrões de combinação dos meios de produção, é capaz de produzir a destruição de velhos padrões, gerar desequilíbrio entre as instituições econômicas e produzir pressões para novos padrões de conformidade.

Nota-se ainda, na visão schumpeteriana (SCHUMPETER, 1985), uma distinção entre os empreendedores e não empreendedores, pela qual adaptar, crescer e administrar a rotina de uma empresa não significa empreender, pois nenhuma dessas atividades engloba inovação. Segundo o autor, dada a situação de concorrência o capitalista se adapta constantemente enquanto o empreendedor inova. Seguindo a mesma linha de raciocínio, a simples expansão das atividades e o crescimento de um negócio não é empreender: "As mudanças contínuas que podem eventualmente transformar uma pequena firma varejista numa pequena loja de departamentos, mediante adaptação contínua, feita em inúmeras etapas pequenas, estão no âmbito da análise 'estática'" (SCHUMPETER, 1985, p. 46). Sendo assim, empreender é, segundo Schumpeter (1985, P. 49), inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade e território. Portanto, o empreendedor é aquele que realiza novas combinações dos meios produtivos, capazes de propiciar desenvolvimento econômico, quais sejam: a) "introdução de um novo bem"; "introdução de um novo método de produção"; b) "abertura de um novo mercado"; c) "conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados; d) constituição ou fragmentação de posição de monopólio"

Nota-se ainda que empreender, para Schumpeter (1985, p. 54), é exercer uma função e não uma condição perene, logo: a) o empreendedor não pertence a uma classe social (o que novamente o difere do capitalista) nem tampouco a um estamento pois sua posição não é fruto de herança, mas de conquista; b) o empreendedor pode ser aquele que possui função de direção, mas sem que necessariamente possua título de propriedade da empresa: "chamamos de empresários não apenas o homem de negócios 'independente' em sua economia de trocas (leia-se: aquele que tem seu próprio negócio), mas todos os que de fato preenchem a função pela

qual definimos o conceito, mesmo que sejam funcionários dependentes"; c) o conceito exclui proprietários e diretores de empresas que simplesmente "operam" o negócio já estabelecido, pois nem o capitalista nem o acionista são necessariamente empreendedores, "ainda que corram riscos e tenham o controle da propriedade"; d) ser empreendedor não é uma condição duradoura, pois poucos são os momentos em que inovações tão significativas e "revolucionárias" podem realmente ser levadas a cabo.

Cabe ressaltar a importância, como lembram Miller e Garsney (2000), da inovação tecnológica e de fatores que podem limitar ou acelerar a difusão de uma tecnologia, bem como a influência da inovação nas dimensões empreendedoras. Trata-se de um aspecto que repousa sobre a teoria schumpeteriana de empreendedor e inovação. O papel dos empreendedores na difusão de tecnologias aponta para a capacidade dos indivíduos empreendedores de introduzir mudanças radicais com impacto cumulativo. A pesquisa de difusão futura deve, portanto, continuar a melhorar sua compreensão do que permite ou limita esses indivíduos-chave na propagação de inovações tecnológicas.

Fechando a visão dos economistas schumpeterianos, como expresso por Phelan (2016), o empreendedor é um agente que gera novos produtos, mercados, processos ou estruturas de governança que inicialmente criam desequilíbrio na economia, que então reverte para o equilíbrio ao longo do tempo conforme os preços de mercado se ajustam, geralmente em um nível mais alto de produtividade.

Antecessores a Schumpeter e com grande influência na análise econômica do empreendedorismo, destacam-se também as referências aos trabalhos de Werner Sombart¹ e Friedrich von Wieser², tal qual observado por Campagnolo e Vivel (2012). Para os autores, Sombart e Wieser consideram que os empreendedores são formados por uma minoria com uma inteligência mais aguçada e uma imaginação mais ágil, dotados de "olhos mais abertos e uma riqueza de ideias". Desse modo, apresentam elevada capacidade de "perceber inúmeras novas combinações", tornando-se "líderes".

Smith e Chimucheka (2014), Phelan (2016) e Meacci e Ferlito (2018) estudaram outra referência seminal para o campo do empreendedorismo, Israel Kirzner, considerado um dos principais economistas da Escola Austríaca, cujos estudos foram fundamentais para a linha de

¹ Uma ressalva que se faz necessária, é a de que, segundo Campagnolo e Vivel (2012), o termo 'destruição criativa' seria de autoria não de Schumpeter, mas de Werner Sombart, que teria sido deliberadamente esquecido por grande parte da literatura.

² Outro autor com um histórico semelhante na academia austríaca e alemã dos anos 1900, que foi indiscutivelmente deixado no esquecimento foi Friedrich von Wieser. Para Campagnolo e Vivel (2012), a lacuna em pesquisas sobre Sombart e Wieser é notável em comparação com a atenção dada a Schumpeter.

pesquisa das oportunidades empreendedoras. Segundo os autores, para Kirzner, o empreendedor é um sujeito em estado permanente de alerta, para descobrir e explorar novas oportunidades. É sempre o primeiro a identificar oportunidades lucrativas de negócios, percebendo as oportunidades de lucro que existem devido à ignorância inicial dos participantes originais do mercado. Para Meacci e Ferlito (1978), na visão de Kirzner, a capacidade de estar alerta expressaria e refletiria, inclusive, motivações pessoais, aspirações e sonhos do próprio empreendedor. Assim, a sucessão de decisões diferentes, e de suas revisões, pode ser vista como uma sequência de ações interligadas que é fruto do processo de aprendizagem devido ao estado de alerta. E como o estado de alerta está ligado à descoberta e à surpresa, torna-se possível concluir que as oportunidades de lucro não “caem do céu”: são consequências imprevisíveis da ação humana dentro do processo de mercado competitivo.

Em complemento, Smith e Chimucheka (2014) notam que, de acordo com Kirzner, os empreendedores possuem algum conhecimento adicional que geralmente não é possuído por outros, e isso permite que eles aproveitem as oportunidades lucrativas à medida que estas oportunidades surgem. Percebe-se assim que a informação no mercado é crucial para o empresário kirzneriano, e é a posse de conhecimento adicional que oferece oportunidades para descobertas criativas. Isso contrasta com a visão Schumpeteriana, onde qualquer um poderia possuir o conhecimento adicional e estar alerta para as oportunidades de negócios (SMITH; CHIMUCHEKA, 2014).

Mais recentemente, em tempos de globalização, a associação entre empreendedorismo e inovação ressurgem com novas abordagens e concepções teóricas, novas características, com grande força e importância de aplicabilidade em diversas áreas do conhecimento. Uma abordagem mais flexível de empreendedorismo e de inovação, proposta por neoschumpeterianos, tais como Dosi, Teece e Winter (1992), evidencia muitas possibilidades para a ação empreendedora, posto que, sondando o mercado, o empreendedor pode verificar o que o público deseja consumir, gerar novos produtos ou aperfeiçoar produtos já existentes e adotar processos mais eficientes (DOSI, 1988). Em suma, a ação empreendedora, impulsionada pelas inovações, ganha uma força interna e externa ditada por motivações econômicas, estruturas de mercado, política econômica, tecnológica, pesquisa e desenvolvimento, instituições (agências de fomento e pesquisa, associações de classe), governos e suas normas, ambientais, sociais e culturais, dentre outras (POSSAS, 1987). No quadro 1, busca-se evidenciar os principais estudos e autores clássicos que apresentam o enfoque com viés predominantemente econômico.

Quadro 1 - Síntese Enfoques com viés predominantemente econômico

Enfoques com viés predominantemente econômico	Principais Estudos	Autores clássicos
	Filion (1999); Lévesque (2004); Filardi (2011); Campagnolo e Vivel, (2012); Schoorl (2012); Machado e Nassif (2014); Smith e Chimucheka (2014); Phelan (2016); Parker (2018); Meacci e Ferlito (2018); Miller e Garsney (2000) e (POSSAS, 1999).	Richard Cantillon; Jean Baptiste Say; Frank Knight; Joseph Alois Schumpeter; Werner Sombart; Friedrich von Wieser; Israel Kirzner e Giovanni Dosi, David Teece e Sidney Winter.

Fonte: Elaboração própria, 2021.

A síntese apresentada no quadro 1 evidencia os principais estudos e autores clássicos com as características do viés predominante com enfoque econômico, que salienta o empreender como capacidade de identificar oportunidades de negócio, de criar empreendimentos que desempenham o papel de informar o mercado a respeito de novos elementos, criando a lógica do chamado mercado capitalista.

Assim, o conceito de empreendedorismo, como adiante tratado, ganhou nova força e novas qualificações, tanto na literatura sobre o tema – com potencial de transformação e de contribuição para o desenvolvimento – quanto na ressignificação de ações empreendedoras, no âmbito dos negócios, do ensino universitário, de empresas e pessoas, e de instituições, com suposto potencial para favorecer a transformação e evolução de empresários e nascimento de novos empreendimentos que, se bem manipulados por atores bem capacitados e com projetos de negócios bem encaminhados, teriam boas condições de sucesso.

3.1.2 Enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais

Os estudos sobre o empreendedorismo também podem apresentar um viés sociológico e ou cultural, e são, quase sempre, caracterizados por um olhar mais amplo sobre o papel do empreendedor na sociedade. Também na literatura sobre o tema foram encontrados estudos que podem ser classificados como representando um viés cultural/ comportamental, pois buscam encontrar caracterizações e perfis do empreendedor, ou mesmo suas características administrativas ou psicológicas.

Do ponto de vista sociológico, o alemão Max Weber (1981), um dos maiores expoentes nos estudos sobre as forças motrizes do capitalismo, mostrou a importância de ações empreendedoras com vistas a revalorizar valores e crenças para entender o espírito do capitalismo. Weber enfatiza que o empreendedor reinveste e faz crescer sua empresa, tendo

como objetivo principal observar o crescimento do negócio e não usufruir pessoalmente do lucro adquirido. Para Weber:

Para saber quais as forças motrizes da expansão do capitalismo (moderno) não se precisa pôr em primeiro lugar a questão da origem das reservas monetárias valorizáveis como capital, e sim a questão do desenvolvimento do espírito capitalista [...] tal entrada em cena não foi pacífica. Uma onda de desconfiança, de ódio por vezes, sobretudo de indignação moral, levanta-se repetidamente contra o primeiro inovador [...] Dificilmente se permite reconhecer com suficiente imparcialidade que só uma extraordinária firmeza de caráter é capaz de resguardar um desses empresários 'novo estilo'... juntamente com a clarividência e capacidade de ação [...] lhes possibilitam angariar confiança desde logo indispensável dos clientes e operários [...] sobretudo para assumir o trabalho infinitamente mais intenso que agora é exigido do empresário e que é incompatível com um fácil gozo da vida - qualidades éticas, todavia, de um tipo especificamente diverso das que eram adequadas ao tradicionalismo de outrora (WEBER, 1981, p. 61).

Fica claro que, segundo Weber (1981), o empreendedor conjuga racionalidade econômica e auto interesse com valores modernos e, nessa medida, não é um mero capitalista. Empreendedor é portador de uma ética e esta é, sobretudo, diferente – por vezes oposta – àquela que até então caracterizara as sociedades e a ações econômicas pré-capitalistas. "Firmeza de caráter", "clarividência e capacidade de ação", obstinação pelo trabalho são qualidades combinadas que apenas o empreendedor possui. Trata-se de homem singular, um tipo social, é fruto de uma sociedade específica: a capitalista moderna. Um aspecto relevante observado nos textos de Max Weber é que o empreendedor é um agente econômico diferente do capitalista burguês, por apresentar as "afinidades eletivas" entre a ética protestante e o *ethos* capitalista.

Outro autor clássico que, segundo Nogueira (2004), diferenciou o capitalista burguês do empreendedor, foi Werner Sombart que, ao forjar o termo "Capitães de indústria", expressa a figura de empreendedores que empregam uma racionalidade diferenciada e possuem características psicológicas específicas, segundo as quais, para poderem alcançar sucesso em seus empreendimentos, se veem "obrigados a perseguir o lucro". A expansão do negócio é o que o move: trabalham mais, calculam mais, negociam e especulam mais etc. Assim, os princípios para condução dos negócios mudaram: racionalização absoluta, por um lado e compulsão pelo aumento do volume dos negócios, por outro (NOGUEIRA, 2004).

Na vertente comportamentalista, Muniz (1988), Filion (1999), Baker e Nelson (2005), Bird e Schjoedt, 2009, Baum e Bird (2010), Fisher (2012) e Phelan (2016) destacam as contribuições de psicólogos, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano. Além dos modelos de comportamento psicossocial do empreendedor, que buscaram identificar

as variáveis de *inputs* e processamento inerentes à ação de empreender, estudiosos clássicos e contemporâneos propuseram modelos analíticos para a interpretação do comportamento empreendedor.

Como notam Bird e Schjoedt (2009) e Fisher (2012), o estudo do comportamento empreendedor é um exame do comportamento humano envolvido na busca e exploração de oportunidades empreendedoras pela criação e desenvolvimento de novas organizações. O objetivo dessa vertente é explicar, prever e controlar (moldar e mudar) o comportamento no nível individual e de equipe (BIRD; SCHJOEDT; BAUM, 2010; FISHER, 2012). Fischer (2012) pontua que comportamentos empreendedores são concretizações de tarefas individuais ou de equipe, necessárias para iniciar e desenvolver uma nova organização e se manifestam como unidades discretas de atividade individual que podem ser observadas por um público.

Ainda como destaque, não se pode deixar de mencionar a linha das motivações pessoais, que teve como um dos seus maiores expoentes David Clarence McClelland (1972). McClelland foi um psicólogo americano que ingressou no corpo docente de Harvard em 1956 e conduziu pesquisas por 30 anos, sendo considerado um especialista em motivação humana. O autor pontua que são os valores, as motivações humanas e a necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras. Entre os principais motivos que impulsionam o indivíduo a agir, situa-se a necessidade de conquistas e realizações. Ou seja, "um desejo de realizar as coisas da melhor maneira, não exatamente pelo reconhecimento social ou prestígio, mas sim pelo sentimento íntimo de necessidade de realização pessoal" (MCCLELLAND, 1972, p. 110). Daí que aqueles sujeitos com maior nível de necessidade de realização e conquista apresentam maiores propensões a perseguir desafios, de maneira relativamente autônoma. Os estudos de McClelland (1972) influenciaram toda uma geração de estudiosos do empreendedorismo. Seus seguidores ainda hoje continuam a buscar os traços pessoais distintivos que impulsionariam os indivíduos ao empreendedorismo.

Já para Baker e Nelson (2005), com base nos estudos do antropólogo francês Claude Levi-Strauss (considerado o fundador da antropologia estruturalista), as maneiras pelas quais pessoas de culturas diferentes interagem com seus ambientes podem ser relevantes para o campo do empreendedorismo. Entre essas formas de interação humana geral ou comportamental podem ser situadas a bricolagem, a arte, o artesanato e a engenharia, com especial destaque para a bricolagem.

Ainda na perspectiva da importância da cultura e do ambiente, como lembrado por Chiles et al. (2007; 2008) e Phelan (2016), há contribuições valiosas dos estudos de Ludwig Lachmann (1906–1990) em sua teoria da ação humana, pela qual os empreendedores

individuais criam expectativas diferentes sobre o valor das combinações de capital. Nessa teoria, os empreendedores usam sua criatividade para imaginar novas combinações de capital, implantar recursos heterogêneos e criar instituições para coordenar os planos de outros que trabalham no mesmo espaço.

O último autor clássico relevante dessa corrente comportamentalista é Ludwig Heinrich Edler von Mises, cujas contribuições foram extraídas, nesta tese, de Israel (2016) e Phelan (2016). Conquanto Mises seja um autor consagrado pela literatura no campo das ciências econômicas, teve reconhecimento por suas reflexões em torno do conceito de praxeologia, segundo a qual o estudo da ação humana intencional é a chave para entender a propensão a empreender (ISRAEL, 2016). Complementando, Phelan (2016) aponta que Mises é cuidadoso ao elaborar os pré-requisitos para a ação humana, incluindo: imagem de um melhor estado de ser, desejo por esse estado, crença de que as ações de uma pessoa podem criar um estado melhor e conhecimento sobre causa e efeito ou ações necessárias para atingir o estado desejado.

De acordo com as análises de Phelan (2016), a referência de Mises foi ampliada contemporaneamente por Peter G. Klein (2008), economista austríaco estadunidense que estuda questões de gestão e organização. Ele usou o enfoque miseiano na ação para questionar os debates em andamento no empreendedorismo sobre a natureza da oportunidade. Os estudiosos do empreendedorismo têm debatido se as oportunidades existem “lá fora”, esperando para serem descobertas, ou se as oportunidades são criadas por meio de ações de empreendedores sem uma existência independente. Para Klein, a ação é real. Presumivelmente, alguma imagem leva o empresário a agir, mas examinar os motivos é supérfluo. A ação força um empresário a usar o julgamento, vender a ideia a outros e colocar os recursos em risco. Assim, para Klein, o empreendedorismo deve ser o estudo da ação empreendedora e não a busca de oportunidades (PHELAN, 2016).

Na dimensão comportamental, outro enfoque de destaque seria o da cognição. Essa visão busca explicar o impacto dos traços de personalidade, necessidades de realização, foco de controle, tomada de risco e outros fatores no comportamento empreendedor individual (OBSCHONKA; SILBEREISEN; SCHMITT-RODERMUND, 2012; NENEH, 2019; PEREZ-LOPEZ; GONZALEZ-LOPEZ; RODRIGUEZ-ARIZA 2019). Perez Lopez, Gonzalez Lopez e Ariza (2019) apontam que o núcleo da cognição do empreendedorismo deve focar nas características cognitivas e como elas influenciam as atitudes, intenções e comportamentos individuais, enfatizando o importante papel desempenhado pelos fatores contextuais na teoria da cognição do empreendedorismo. Essa visão destaca que dois vieses cognitivos, o otimismo

e o excesso de confiança, como os principais fatores que afetam a emoção empreendedora e a intenção empreendedora (ZHAO; XIE, 2020).

Em contraponto à visão anterior, se destaca a visão da importância do comportamento planejado. Ajzen (1991; 2002) e Caro-González, Sánchez-Torné e Romero-Benabent (2018) pontuam as características da Teoria do Comportamento Planejado, segundo a qual existe uma forte ligação entre a intenção de agir e o comportamento real. A Teoria do Comportamento Planejado (TPB) explica a formação da intenção empreendedora por meio de três antecedentes, nomeadamente atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido (AJZEN, 1991), tal qual pontuado na sequência:

1. A atitude em relação ao comportamento refere-se ao grau em que um indivíduo tem uma avaliação ou apreciação favorável ou desfavorável do comportamento em questão, por exemplo, começar a dar passos para criar um negócio. Quanto mais positiva for a percepção de um indivíduo sobre o resultado da adoção de medidas para a criação de um novo negócio, mais favorável deve ser sua atitude em relação a esse comportamento e, conseqüentemente, maior será a intenção de se engajar em tais atividades.
2. A norma subjetiva refere-se à pressão social percebida para realizar ou não um comportamento. Isso é baseado em crenças sobre se indivíduos ou grupos de referência importantes aprovam ou desaprovam que um indivíduo comece a tomar medidas para criar um negócio, e até que ponto essa aprovação ou desaprovação é importante para o indivíduo. Quanto mais a opinião de um grupo referente é importante para o indivíduo, mais forte deve ser a intenção do indivíduo de se engajar em tais atividades.
3. Finalmente, o controle comportamental percebido refere-se à facilidade ou dificuldade percebida de realizar um determinado comportamento. Baseia-se em crenças de controle sobre a presença ou ausência de recursos e oportunidades necessários para realizar o comportamento em questão. Quanto maior for o controle comportamental percebido sobre o início de ações para a criação de um novo negócio, mais forte será a intenção do indivíduo de se envolver em tais atividades (TORNİKOSKI; MAALAOU, 2019).

Uma pessoa revela a intenção de ter um certo comportamento, essa intenção permanece como uma disposição até que, no momento certo e quando a oportunidade surgir, a tentativa se transforme em uma ação. Em adição, o controle do comportamento percebido é outra variável latente que desempenha um papel fundamental na predição da intenção empreendedora. Essa construção reflete a percepção da capacidade do indivíduo de criar e administrar uma nova

empresa. A atitude em relação ao empreendedorismo é a terceira construção do modelo. É um fator pessoal que indica o desejo do indivíduo de criar valor, mostrando um comportamento empresarial (CARO-GONZÁLEZ; SÁNCHEZ-TORNÉ; ROMERO-BENABENT, 2018).

Outras construções que ajudam a compreender os antecedentes da intenção empresarial são as normas sociais e a avaliação social. O primeiro faz referência à percepção sobre as opiniões que seu ambiente mais próximo exerce sobre seu comportamento empresarial. A segunda construção inclui a apreciação das pessoas em relação aos valores sociais e culturais que podem encorajar ou enfatizar o empreendedorismo. Na medida em que o ambiente social valoriza a atividade comercial, as pessoas estarão mais motivadas e se sentirão aptas a iniciar um negócio. Nesse caso, a influência no futuro empresário depende de pais, amigos e outras pessoas que, de alguma forma, possam promover ou desaprovar a ideia de empreendedorismo (CARO-GONZÁLEZ; SÁNCHEZ-TORNÉ; ROMERO-BENABENT, 2018).

Além das teorias comportamentais, se destaca a teoria do empreendedorismo baseada no conhecimento. Essa teoria postula a mobilidade individual como um mecanismo focal pelo qual o conhecimento criado em organizações estabelecidas flui para firmas recém-fundadas (AGARWAL et al., 2007; FRANCO; FILSON, 2006; SAXENIAN, 2006; FREDERIKSEN; WENNERBERG; BALACHANDRAN, 2016). Nessa vertente, entende-se que o fluxo de conhecimento valioso é o que impulsiona o empreendedorismo através da mobilidade dos funcionários. Alternativamente, indivíduos que entram no empreendedorismo simplesmente por causa de suas características inatas ou pelo baixo custo de oportunidade em deixar o emprego remunerado não transferem necessariamente conhecimento valioso que preveja o desempenho empreendedor (FREDERIKSEN; WENNERBERG; BALACHANDRAN, 2016).

Em complemento à teoria do empreendedorismo baseado no conhecimento, observa-se a teoria do capital humano. O capital humano pode ser entendido como um conjunto de habilidades, conhecimentos e outros atributos que contribuem para a capacidade de um indivíduo de realizar um trabalho produtivo (SCHULTZ, 1980). Schultz (1980) considera a capacidade empreendedora como capital humano, em que a educação e as intervenções relacionadas são consideradas importantes na formação do capital humano.

Schultz (1980) considera o empreendedorismo como uma forma de reflexão do capital humano onde os indivíduos conscientemente realocam seus recursos em resposta às mudanças nas condições econômicas (SCHULTZ, 1980). Isso implica claramente que a capacidade empreendedora ou o próprio empreendedorismo é uma dimensão do capital humano. Outro corolário direto da abordagem é que educação, treinamento, experiência e outras formas de

investimentos em capital humano podem levar a uma maior capacidade empreendedora dos indivíduos (KLEIN; COOK, 2006).

Poschke (2013) constatou que há relação entre o empreendedorismo e a educação. Segundo o autor, pessoas nos extremos da distribuição de escolaridade são mais propensas a serem empreendedoras do que pessoas com níveis intermediários de educação. Desse modo, pessoas com índice educacional muito baixo ou muito alto são mais tendentes a ser empreendedores do que pessoas com níveis intermediários de educação. Para fins de elucidação, Backes-Gellnere e Moog (2013) observaram que, na literatura, o estoque de capital humano, ou seja, alto nível educacional é uma das explicações para as altas taxas de empreendedorismo. Os autores ressaltam, no entanto, que o capital humano não é suficiente para explicar o surgimento de novas empresas. Contemporaneamente, muitos empresários (tais como o proprietário de uma peixaria e o dono de uma lanchonete) claramente não se encaixam com uma explicação de capital humano tradicional de indivíduos altamente qualificados (BACKES-GELLNER; MOOG, 2013). A teoria do capital humano está cada vez mais sendo usada no domínio do empreendedorismo porque o capital humano foi identificado como vital para identificar e criar oportunidades empresariais (BcECKER, 1964; UNGER et al., 2011).

O quadro 2 relaciona os principais autores com este enfoque.

Quadro 2 - Síntese Enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais

	Principais Estudos	Autores clássicos
Enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais	Nogueira (2004); Muniz (1988); Filion (1999); Baker e Nelson (2005); Bird e Schjoedt (2009); Baum (2010); Fisher (2012); Phelan (2016); Ajezen (1991, 2002); Fischbein; Ajzen (1975); Baker e Nelson (2005); Chiles et al. (2007; 2008); Israel (2016); Obschonka; Silbereisen; Schmitt-Rodermund (2012); Neneh, 2019; Perez-Lopez; Gonzalez-Lopez; Rodriguez-Ariza (2019); Zhao; Xie, (2020); Caro-González; Sánchez-Torné; Romero-Benabent, 2018; Schultz (1980); Poschke (2013); Klein; Cook, (2006); Backes-Gellnere Moog (2013) e Bcecker (1964); Unger Et Al, 2011	Max Weber; Werner Sombart; David Clarence McClelland; Claude Levi-Strauss; Ludwig Lachmann e Ludwig Heinrich Edler von Mises

Fonte: Elaboração própria, 2021

Esta seção aborda os enfoques com viés predominantemente sociológicos e/ou culturais que são caracterizados por um olhar mais amplo sobre o papel do empreendedor na sociedade. Como já apontado no início da seção, são abordados aspectos relacionados a valores, motivações humanas e necessidade de autorrealização que movem indivíduos na busca de atividades empreendedoras, impulsionados pela necessidade de conquistas e realizações. Todas essas características aparecem nos estudos e autores clássicos contidos no quadro 2.

3.1.3 A visão administrativa/ gerencial sobre empreendedorismo

Um terceiro enfoque presente nos estudos sobre o empreendedorismo pode ser observado a partir das contribuições dos administradores e/ ou gerencialistas. Esse enfoque apresenta também muitos estudos e tem uma percepção bastante pragmática do empreendedorismo, quando não conservadora. A partir da década de 70 as pesquisas no campo do empreendedorismo ingressaram na era gerencial, o empreendedorismo passou a ser discutido como um fenômeno complexo e heterogêneo. Por essa concepção, o empreendedor apresenta-se como um agente relacional, atuando em networks e em redes sociais, é um agente social ativo que cria valor, identifica e explora oportunidades e constrói artefatos ou mercados (MACHADO; NASSIF, 2014).

Esse enfoque busca identificar os perfis e modelos de empreendedorismo e de escolhas ocupacionais (PARKER, 2018). Nessa linha de argumentação, a análise das forças institucionais foi outro grande fator de pesquisa (GUPTA et al., 2009). Trata-se de uma abordagem centrada em estudos sobre as habilidades e competências empreendedoras e sua relação com o espaço organizacional (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011).

Como exemplo, pode-se destacar as pesquisas acerca do empreendedorismo institucional, dos empreendedores como produtos organizacionais, do empreendedorismo social, coletivo, sustentável e do intraempreendedorismo. Em adição, surgem pesquisas referentes a temas diversos, como empreendedorismo resultante do fomento tecnológico, empreendedorismo como gestão, com ênfase na difusão da prática da gestão empreendedora e empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local integrado e sustentável, por meio do desenvolvimento de micro e pequenas empresas (COSTA; BARROS; CARVALHO, 2011). A preocupação dos gerencialistas não é com as características psicológicas dos empreendedores, mas sim com os aspectos diferenciais de como eles trabalham. Em outras palavras, como eles imaginam, projetam e operam seus sistemas de atividades humanas.

Nessa linha o pesquisador mais expoente foi Peter Ferdinand Drucker. De acordo com a biografia escrita por Guido Stein (1998), Drucker foi escritor, professor e consultor administrativo de origem austríaca, considerado pai da administração ou gestão moderna, segundo a qual o empreendedor sempre procura por mudanças, responde a elas e explora isso como uma oportunidade. De acordo com Stein (1998), para Drucker o empreendedorismo tem o poder de ser um enorme ponto na história das relações entre a comunidade e o indivíduo. Dando sequência, o biógrafo mostra ainda que Drucker defende a ideia de que criatividade e inovação não são atos de genialidade, mas sim um estudo, uma busca e um planejamento que exige disciplina para seguir passos sistemáticos e aplicar as técnicas certas.

Drucker (1986), exercendo seu papel de defensor de uma sociedade empreendedora, conduz ao entendimento de que a inovação, junto com o espírito empreendedor, é imprescindível, tanto para economia, como para a sociedade, tanto no serviço público quanto nas empresas privadas. Trata-se de algo maior do que uma simples forma de geração de emprego. Para ele, o empresário e o empreendedor são figuras que não devem ser confundidas. Na sua visão, os “empreendedores inovam” (DRUCKER, 1986, p. 39), “arriscam a criar valor e fazer uma contribuição” (DRUCKER, 1986, p. 45), que está intrinsecamente unida à inovação que pode acontecer. Segundo ele, de sete fontes de oportunidades inovadoras, quatro são originárias do ambiente interno da organização e três do ambiente externo. Essas fontes seriam: o “inesperado”, que pode ser traduzido como sucesso, fracasso e evento externo inesperado; a “incongruência”, que trata a realidade como é e como deve ser; a “necessidade do processo”, apresentada como fonte de inovação; as “estruturas da indústria e do mercado”, referidas aos espaços abstratos ocupados pelas empresas; as “mudanças demográficas e mudanças em percepção” que, segundo o autor, referem-se à disposição, significado e animo; por fim, o “conhecimento novo”.

Para dar vazão ao processo empreendedor, Drucker (1986) sugere “uma sistemática de abandonar o que estiver desgastado, obsoleto, improdutivo, bem como erros, falhas e esforços mal direcionados”, avaliando continuamente produtos, processos, tecnologias, mercados, canais de distribuição e até mesmo atividades administrativas internas, em um processo conhecido como Raio-X.

Outro autor de grande influência nessa corrente é Fernando Dolabela (1999), cofundador do *World Entrepreneurship Fórum*, (França) e do *Emprendesur*, (América Latina). Ele afirma que o empreendedor adota características que podem servir à comunidade, não apenas no campo empresarial, mas no senso comum. Ele envolve a sociedade em iniciativas proativas, que impactam o desenvolvimento de ações e atividades. O conceito do

empreendedor, enquanto forma de ser, age num sentido de excitar a comunidade em sua autorrealização e prosperidade por meio do trabalho e da assistência à sociedade. Relaciona a atividade empreendedora com o trabalho realizado com prazer. O indivíduo, ao empreender, está à caça de sua autorrealização, do seu reconhecimento social, de sua expressão enquanto ser humano livre e realizado com o que produz, e não como indivíduo centrado em atividades que não lhe garantem sua autovalorização.

De não menor importância são as contribuições de Idalberto Chiavenato, escritor, professor e consultor administrativo de origem brasileira, que atua na área de administração de empresas e recursos humanos, possuindo mais de 40 livros publicados. Chiavenato define o empreendedor como sendo um herói: “Não é somente um fundador de novas empresas ou construtor de novos negócios. Ele é a energia da economia, a alavanca dos recursos, o impulso de talentos, a dinâmica de ideias” (CHIAVENATO; 2004, p. 3). Na visão desse autor, o empreendedor é um farejador de oportunidades, que assume riscos e busca a inovação de maneira contínua; para ele, “Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios” (CHIAVENATO; 2004, p. 4).

Há três características do espírito empreendedor: necessidade de realização, disposição de assumir riscos e autoconfiança. A primeira, fundamentada em McClelland, para quem empreender responde a uma necessidade de autorrealização do indivíduo, presente nos executivos de sucesso, pessoas ambiciosas. A subjetividade coloca o sucesso e a ambição como referências do empreendedorismo. A propensão a assumir riscos pode implicar o “abandono de empregos seguros e de carreiras definidas” (CHIAVENATO; 2004, p. 6). O empreendedor corre todos os riscos: familiares, de perda do seu investimento, de fracassar em negócios arriscados, desde que exerçam controle pessoal sobre os resultados. Daí emerge a terceira característica, da autoconfiança, pela qual o empreendedor busca o risco moderado para o controle de suas ações. Ele oferece a construção dessa subjetividade ambiciosa e autoconfiante com uma necessidade de ter sucesso. Esse ambiente glamoroso, especial, é reverenciado por Chiavenato como parte de um espírito empreendedor, apresenta-se como algo superior, não só perante a sociedade, mas perante os seres humanos comuns que só almejam estar empregados.

O sucesso dos empreendedores é legitimado desde as camadas inferiores e não apenas com os “vencedores”, os líderes, isso garante a hegemonia empreendedora lógica. Assim já se define um empreendedor artesão, um mecânico, um cabeleireiro, mas caso não se “desenvolver profissional e culturalmente será sempre um fornecedor de mão-de-obra ou de trabalho especializado” (CHIAVENATO; 2004, p. 9).

Outro grande destaque na perspectiva gerencialista é Louis Jacques Filion (1999), responsável pela cadeira de *Entrepreneurship Maclean Hunter da University of Montreal Business School* e membro do Conselho Internacional para pequenos Negócios - ISCSB, para quem o leque de alternativas do empreendedorismo vai da empresa familiar ao trabalho autônomo, das empresas cooperativas ao empreendedorismo social, além das inúmeras possibilidades geradas pelas grandes corporações com a terceirização.

Já para William Bygrave (2007), autor do livro *Entrepreneurship*, todo o processo de empreender envolve atividades e ações que são ligadas à criação de organizações. Na visão de Bygrave (2007, p. 02), o “empreendedor é alguém que entende uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la”, determina a criação de uma organização. Em outras palavras, cria o processo empreendedor, como as atividades, ações e funções com o fim de criar organizações para explorar as oportunidades de mercado.

Importante destacar ainda as contribuições de William B. Gartner (1985), professor americano de empreendedorismo. Ele é conhecido por sua pesquisa sobre criação de novos empreendimentos e comportamento empresarial, enfatizando como os empreendedores calculam seus riscos e como essas informações, depois de processadas, podem levá-los a tomar a decisão de criar um negócio (GARTNER, 1985).

De acordo com as observações de Shane e Venkataraman (2000), outro expoente é Reynolds (1987), autor que faz parte do grupo de pesquisadores interessados em analisar o processo de startup das empresas e o crescimento de novos negócios.

Uma das principais características dos gerencialistas foram as definições das características atribuídas aos empreendedores, resultantes de múltiplas pesquisas. Entre essas pesquisas é importante destacar as contribuições de Timmons (1978). Ele observa que embora inúmeros estudos tenham produzido insights importantes sobre o empreendedorismo, é importante reconhecer que o conhecimento disponível representa a ponta do iceberg, com áreas de concordância, que podem gerar debate. O autor aponta que existe esforço considerável para determinar se as pessoas que queiram começar um novo empreendimento possuem as características comportamentais e outras características de empreendedores de sucesso.

Seus estudos identificaram 14 características dominantes de empreendedores de sucesso: 1. Direção e energia; 2. Autoconfiança; 3. Envolvimento de longo prazo; 4. Dinheiro como medida; 5. Resolução de problemas persistentes; 6. Definição de metas; 7. Assunção de riscos moderados; 8. Lidando com o fracasso; 9. Uso de feedback; 10. Tomando iniciativa e buscando responsabilidade pessoal; 11. Uso de recursos; 12. Competindo contra padrões autoimpostos; 13. Locus de controle interno e 14. Tolerância à ambiguidade e incerteza.

Já autores como Camuffo, Gerli e Gubitta (2012) notam que o desempenho dos empreendedores é diretamente relacionado às seguintes variáveis: habilidades, conhecimento, criatividade, imaginação e atenção às oportunidades. Os autores apontam que o empresário das micro e pequenas empresas (MPE) incorpora vários papéis, possuindo a capacidade de ser inovador, lançando novos produtos, serviços ou processos, apresentando a capacidade de manter ou alcançar alta qualidade em produtos ou serviços, o que levará a uma boa imagem e reputação no mercado, dispondo da capacidade de atingir o custo-eficácia, apresentando um custo competitivo e criando e mantendo estruturas organizacionais orgânicas flexíveis, capazes de atingir velocidade de produção e alta capacidade de resposta.

Adicionalmente, o estudo de Camuffo, Gerli e Gubitta (2012) observa que a personalidade, as competências e o papel desempenhado pelo empreendedor definirão a orientação empreendedora de uma MPE. A orientação empreendedora é caracterizada pelas seguintes variáveis: a autonomia; o grau em que os atores organizacionais são livres de tomar decisões-chave e para buscar oportunidades; a assunção de riscos, propensão da empresa para apoiar projetos em que os retornos esperados são incertos; a inovação, tendência da empresa para apoiar novas ideias e fomentar processos criativos; a proatividade, propensão da empresa para tomar a iniciativa, antecipando e buscar novas oportunidades de negócios; a agressividade competitiva, propensão da empresa para desafiar concorrentes, a fim de alcançar a entrada no mercado ou para melhorar a posição (CAMUFFO; GERLI; GUBITTA, 2012). Os autores alertam, contudo, que tais competências pessoais devem ser contextualizadas em relação ao ambiente interno – estruturas organizacionais, processos e cultura organizacional – e ao ambiente externo – instituições, concorrentes e outras partes interessadas.

Há ainda características de planejamento e controle, competências em TI e acesso à internet, disponibilidade de capital de giro, acesso a financiamento e tamanho da equipe. Nesse sentido, Mayer-Haug et al. (2013) acentuam que o crescimento da empresa está predominantemente ligado com o planejamento. Halabí e Lussier (2014) ressaltam que o planejamento de negócios pode tomar uma variedade de formas, desde o planejamento informal até os planos formalizados e cuidadosamente preparados.

Camuffo, Gerli e Gubitta (2012) indicam que a estratégia e as performances de empresas familiares são explicadas, em parte, pelos benefícios não financeiros dos investimentos em projetos de longo prazo, viabilizados por planejamentos claros e rotineiros, cujo objetivo é aumentar o número de oportunidades disponíveis. Halabí e Lussier (2014) observam que os novos empreendimentos enfrentam grandes dificuldades para encontrar um modelo de negócio viável e que, muitas vezes, precisam adaptar os planos de negócios iniciais para a realidade do

dia a dia, sendo a falta de conhecimento o maior obstáculo na utilização de ferramentas de planejamento.

O capital de giro é outra variável chave para o sucesso. Porém, Halabí e Lussier (2014) alertam que o capital de giro sem planejamento e administração de informações de boa contabilidade, juntamente com a inexistência de controle financeiro adequado, levam a um desperdício de recursos. Os autores indicam que é importante desenvolver e aplicar recursos-chave para garantir o sucesso do negócio, e que esses recursos são ainda mais importantes para as pequenas empresas, porque eles têm limitações de recursos que as colocam em desvantagem quando competindo com grandes empresas (HALABÍ; LUSSIER, 2014).

Como reforço, Aterido, Hallward-Driemeier e Pagés (2011) lembram que a falta de financiamento, bem como as dificuldades de acesso ao mesmo, constitui-se em uma barreira especial ao empreendedorismo: quando os empresários são incapazes de obter financiamento, muitas vezes são levados a recorrer a empréstimos pessoais, o que parece não estar sempre no melhor interesse da empresa (RAMSEY et al., 2013; HAALABI; LUSSIER, 2014)

Outra variável indicada como propulsora do sucesso é o tamanho da equipe. O tamanho da equipe influencia o sucesso de um empreendimento: quanto maior a capacidade de reunir talentos, maior a probabilidade de êxito (MAYER HAUG et al., 2013). Essa ideia é apoiada na noção de que uma maior capacidade de gestão permite o melhor tipo de coordenação, necessário para o crescimento das firmas (MAYER HAUG et al., 2013).

Ressalva-se que, ao contrário das grandes empresas, as pequenas empresas tendem a ser reativas ao invés de proativas em relação à força de trabalho, e não são suscetíveis à sinalização das habilidades específicas que necessitam, dando pouca prioridade no fornecimento de competências formais aos colaboradores. Desse modo, a falta de trabalhadores qualificados, em muitos casos, inibe o investimento, a inovação e a produtividade da organização (HALABÍ; LUSSIER, 2014).

Também são apontadas as variáveis redes, infraestrutura, características ambientais e ambiente regulatório. Para a análise do desempenho, a rede surge como o talento empresarial com a ligação mais forte (ZAHEER; GÖZÜBÜYÜK; MILANOV, 2010; MAYER HAUG et al., 2013). A explicação para tal fato está em Zaheer, Gözübüyük e Milanov (2010), para quem, em primeiro lugar, as redes sociais são muitas vezes consideradas recursos valiosos que oferecem acesso a recursos (econômicos e não econômicos), a partir dos quais o desempenho pode se beneficiar e, em segundo lugar, as redes são um meio de gerar relações de confiança, o que aumenta o desempenho, reduzindo os custos de transação.

Aterido, Hallward-Driemeier e Pagés (2011) constataram que a infraestrutura tem gargalos para impedir o crescimento de empresas de médio e grande porte, o que indica que as microempresas podem se beneficiar desses problemas. Ainda para os mesmos autores, as regulamentações de negócios não parecem afetar o crescimento das empresas de maior dimensão. Assim, o ambiente regulatório também cria gargalos para o crescimento dos pequenos negócios que podem temer/evitar a expansão para limitar sua exposição à fiscalização. Por outro lado, as micro e pequenas empresas geralmente se beneficiam das medidas legislativas. Adicionalmente, Halabí e Lussier (2014) indicam que o ônus burocrático da formalização (entendido como custo e tempo necessário) são barreiras ao completo o desenvolvimento empresarial.

Além disso, vale ressaltar que o empreendedorismo não ocorre em um vácuo. A atividade empreendedora se desenvolve em um contexto geográfico particular, integrante de uma economia local, nacional e global. Seu desenvolvimento se dá por meio da mistura de uma gama de atitudes, recursos e infraestrutura. Essa mistura de atitudes, recursos e infraestrutura é conhecida pelo termo "ecossistema empreendedor".

O ecossistema empreendedor é tratado como um espaço regional que inclui um conjunto diversificado de intervenientes institucionais e individuais, capazes de fomentar o espírito empresarial, a inovação e o empreendedorismo. Isenberg (2021) ao estudar diferentes tentativas de estímulo ao empreendedorismo em diversos lugares do mundo, compreendeu que não havia apenas uma característica que determinava o sucesso do empreendedorismo local, pelo contrário existe um ecossistema inteiro de variáveis que estimulam empreendedorismo, tais como políticas públicas, capital financeiro, cultura, instituições/profissões de suporte, recursos humanos e mercados.

Os estudos apresentados por Borges et al. (2013) indicam que muitos brasileiros sonham com a independência proporcionada pelo empreendedorismo, porém, devido à alta carga tributária, vários indivíduos têm optado por trabalhar na informalidade. Entender o empreendedorismo sob esse ângulo implica o reconhecimento da alta complexidade desse campo. Implica ainda o reconhecimento de que o Estado é um ator fundamental, capaz de alterar a lógica do ecossistema por meio de produção de políticas públicas. Contudo, para a formulação de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, os governos precisam de subsídios da comunidade acadêmica (BORGES, et al., 2013).

É importante observar que, recentemente, o campo do empreendedorismo se movimenta no sentido de ganhar legitimidade e emancipação. Por um lado, nota-se o desenvolvimento de políticas públicas de estímulo e políticas regulatórias.

Sarfati (2013) pondera que as políticas públicas de estímulo ao empreendedorismo (com especial ênfase às MPE) devem ser pautadas e fundamentadas nos condicionantes da atividade empreendedora tais como: mudanças demográficas – movimentos migratórios, idade, etc.; mudanças sociais, consciência ambiental, nível de educação, etc.; mudanças econômicas – estabilidade macroeconômica, relações comerciais com outros países, etc.; mudanças regulatórias – oportunidades advindas em mudanças de regulação em setores específicos incluindo regulações definidas em contextos multilaterais; mudanças tecnológicas – emergência de novas tecnologias. Essas políticas podem ser classificadas em políticas regulatórias e políticas de estímulo (SARFATI, 2013).

As políticas regulatórias são aquelas que definem as regras de entrada e saída de negócios; as regras trabalhistas e sociais; as regras de propriedade; as regras tributárias; as regras de propriedade intelectual; as regras de falência; e as regras que afetem a liquidez e disponibilidade de capital – incluindo taxas de juro e acesso a financiamento (SARFATI, 2013). Neste sentido, é válido salientar que políticas regulatórias voltadas ao empreendedorismo ganharam um corpo de sustentação que extrapolou suas influências para o arcabouço teórico. A seguir salienta-se no Quadro 3 uma síntese dos enfoques com a visão administrativa/ gerencial sobre empreendedorismo, detalhando os principais estudos e autores clássicos.

Quadro 3 - Síntese Enfoques com a visão gerencial sobre empreendedorismo

	Principais Estudos	Autores/Pesquisadores clássicos
A visão administrativa/ gerencial sobre empreendedorismo	Machado; Nassif, (2014); Parker (2018); Guota et al.(2014); Costa; Barros; Carvalho, (2011); Drucker (1986); Dolabela (1999); Chiavenato (2006); Bygrave (2007); Shane e Venkataraman (2000); Gartner (1985); Hornaday (1982); Brockhaus e Horwitz (1986); ; Camuffo, Gerli e Gubitta (2012); Mayer-Haug et al. (2013); Halabí e Lussier (2014); Aterido, Hallward-Driemeier e Pagés (2011); Zaheer, Gözübüyük e Milanov (2010); Ramsey et al., (2013); Iceberg (2011); Borges et al. (2013) e Sarfati (2013)	Peter Ferdinand Drucker; Fernando Dolabela; Idalberto Chiavenato; Louis Jacques Filion; William B. Gartner; Paul D. Reynolds; Jeffry A. Timmons

Fonte: Elaboração própria, 2021

Esta secção buscou tratar da visão administrativa/gerencial sobre empreendedorismo, que apresenta o empreendedor como um agente relacional, atuando em networks e em

redes sociais, sendo um agente social ativo que cria valor, identifica e explora oportunidades e constrói artefatos ou mercados, sustentados por técnicas administrativas e gerenciais.

3.2 Perfis e qualificações do empreendedorismo e de empreendedores

Como abordado nas seções anteriores, em mais de um século múltiplos fatores influenciaram a percepção do que o empreendedorismo é e deveria ser.

Buscando identificar a diversidade de tratamento sobre o tema, a presente seção apresenta um recorte transversal, identifica o surgimento de diversas adjetivações para qualificar o empreendedorismo e o empreendedor.

Cabe destacar, inicialmente, que grande número de autores reconhece que empreendedorismo é um conceito multifacetado que se manifesta em diferentes formas, inexistindo um sentido único, tampouco uma definição consensual (RIEDO; KRAICZY; HACK, 2019; DEFOURNY; NYSSSENS, 2012; SCHALTEGGE; WAGNER, 2011; DAVIES; CHAMBERS, 2018; PETROVA, 2010; COHEN; MUÑOZ, 2015; ZHANG; ACS, 2018; WENNBERG et al. 2019; WHITE, 2018; FISCHER; MAUER; BRETTEL, 2018; RIEDO; KRAICZY; HACK, 2019).

Analisando a literatura sobre o tema foi possível identificar dez categorias para a análise e qualificação do empreendedorismo, cada qual congregando um conjunto de qualificações. O quadro 4 ilustra as categorias identificadas, seus conteúdos principais e os autores que mais frequentemente apontaram e qualificaram os conteúdos.

Quadro 4– Síntese da literatura sobre qualificações ao empreendedorismo

1. Perfil Econômico	Empreendedor verde/sustentável	(FISCHER; MAUER; BRETTEL, 2018) (DAVIES; CHAMBERS, 2018) (DEAN; MCMULLEN, 2007) (SCHALTEGGER et al., 2016) (LÜDEKE-FREUND et al., 2017)
	Empreendedor social/comercial	(SPINUZZI, 2017)
	Empreendedor acadêmico	(JACOB et al. 2003) (MAZDEH et al. 2013) (SCHMITZ et al., 2017)
	Empreendedor institucional	(GREENWOOD; SUDDABY, 2006) (MAGUIRE et al., 2004) (SALIGNAC; GALEA; POWELL, 2018)
	Empreendedor artesão empresário	(SMITH, 1967)
	Empreendedor oportunista empresário	
2. Motivação	Empreendedor por oportunidade	(BERGMANN E STEMBERG, 2007) (LAZEAR, 2005)
	Empreendedor por necessidade	(HENREKSON; SANANDAJI, 2014)
	Estilo de vida	(YUAN; TSAI; CHANG, 2018) (ATELJEVIC; DOORNE, 2000) (ZAHRA et al., 2009)
3. Experiência	Empreendedor maduro/experiente	(ZHANG; ACS, 2018)
	Empreendedor novo/iniciante;inexperiente	
4. Dedicção	Empreendedor em tempo integral	(WENNBERG; FOLTA; DELMAR, 2006)
	Empreendedor de meio período	(PETROVA, 2010)
5. Localização Espacial	Empreendedor urbano	(COHEN; MUÑOZ, 2015)
	Empreendedor rural	(YUAN; TSAI; CHANG, 2018) (GLADWIN et al., 1989)
6. Formalização	Empreendedor formalizado	(WILLIAMS; NADIM, 2012) (LEVINE; RUBINSTEIN, 2013)
	Empreendedor informal	(LIGHT; MUNK, 2015) (HIPPLE; HAMMOND, 2016)
7. Origem	Empreendedor nativo	(LIN et al., 2015)
	Empreendedor transnacional	(CHAGANTI; GREENE, 2002)
	Empreendedor étnico	(WHITE, 2018)
	Empreendedor regressado	(ZHOU; 2004)
8. Intensidade Tecnológica	Empreendedor high tech	(BIRD, 1987) (SEXTON, 1993)
	Empreendedor low-tech	(TUNZELAN; ACHA, 2005)
9. Racional	Empreendedor mais racional	(STINCHFIELD; NELSON; WOOD, 2013)
	Empreendedor menos racional	

Fonte: Elaboração própria, 2021.

O perfil do empreendedor pode ser considerado como uma primeira categoria para a análise do empreendedorismo. Diversas características revelam o perfil do empreendedor. Uma visão popular acentua que o empreendedor é alguém que percebe uma oportunidade, e cria uma

organização capaz de materializar esta oportunidade (BYGRAVE; HOFER, 1991). Shane e Venkataraman (2000) consideram empreendedor o indivíduo que descobre, avalia e explora oportunidades para a criação de bens ou serviços futuros. Berglann et al. (2011) definem empreendedor como sendo com uma pessoa que tem um papel ativo na gestão de uma empresa, investindo capital e assumindo os riscos econômicos da atividade empreendida. Na maioria dos estudos empíricos, um empresário é simplesmente definido como alguém que trabalha por conta própria (BERGLANN et al., 2011).

Para ter uma noção real do empreendedorismo, deve-se começar pela compreensão do empreendedor, aquele que acredita que seu negócio criará valor e se engaja nas atividades para torná-lo bem-sucedido (GARTNER, 1990; DVIR et al., 2010). Em complemento, Fisher (2012) pontua que os empreendedores: 1) se concentram principalmente nos recursos que têm à mão e ignoram as necessidades do mercado ao descobrir uma oportunidade; 2) ignoram os retornos de longo prazo e concentram-se principalmente no que eles estão dispostos a perder ao tomar decisões sobre se devem ou não buscar uma oportunidade; 3) recusam-se a promulgar as limitações de recursos ditadas pelo ambiente; 4) evitam metas e planos de longo alcance.

Ainda com relação ao perfil do empreendedor, Stinchfield, Nelson e Wood (2013) pontuam que existem empreendedores mais racionais e empreendedores menos racionais, sendo que essas diferenças de perfis proporcionam diferentes visões sobre o que significa sucesso, em uma relação entre o tipo de comportamento mais comumente exibido pelo empresário e a longevidade e desempenho financeiro de seus empreendimentos.

Smith (1967) apresenta uma tipologia de classificação: o artesão-empresário e o oportunista-empresário. O primeiro, tendo experiência de colarinho azul, valorizando o bom trabalho e não preocupando com o crescimento do empreendimento. Como alternativa, os empreendedores oportunistas eram de classe média, possuíam formação universitária e sonhavam em abrir um negócio quando eram jovens.

Outra definição apresentada ao perfil do empreendedor é a de “empreendedorismo acadêmico”, também discutido como “empreendedorismo universitário” (JACOB et al. 2003; MAZDEH et al. 2013). Esse termo é utilizado e definido com vários enfoques. As definições variam desde a criação de novos empreendimentos comerciais por alguém relacionado à universidade até todas as atividades fora dos deveres universitários normais de pesquisa e ensino básicos, incluindo a comercialização do conhecimento produzido nas universidades e outras atividades, como cursos educacionais personalizados, consultoria, treinamento e atividades de extensão que trazem recompensas para o acadêmico ou sua organização (SCHMITZ et al., 2017).

Mais recentemente uma outra definição tomou a agenda de pesquisa, a dos empreendedores institucionais (SALIGNAC; GALEA; POWELL, 2018). Percebe-se que os empreendedores institucionais são atores que têm interesse em arranjos institucionais particulares e que utilizam recursos para criar instituições ou para transformar as existentes. Eles são atores organizados que preveem novas instituições como um meio de avançar os interesses que eles valorizam muito, mas que são reprimidos por lógicas existentes (GREENWOOD; SUDDABY, 2006).

Ainda com relação ao perfil do empreendedor, ressalva-se a existência dos empreendedores comerciais, sociais e ambientais (sustentável). Os comerciais são entendidos sob a ótica do homo empreendedor, que explora oportunidades, a partir das habilidades para alcançar lucro, correndo risco iminente. Os sociais desenvolvem novos modelos para se sustentar e envolver fluxos de financiamento diversificados enquanto embarcam em mudanças sociais (SPINUZZI, 2017). E o empreendedor sustentável é conceituado como sendo o sujeito que foca na identificação de novas oportunidades de negócios que resultam em produtos ou processos mais sustentáveis do que os disponíveis no mercado (FISCHER; MAUER; BRETTEL, 2018; DAVIES; CHAMBERS, 2018; DEAN; MCMULLEN, 2007, SCHALTEGGER; LÜDEKE-FREUND; HANSEN, 2016). LÜDEKE-FREUND et al. (2017) identificam esses empreendedores como fazendo um compromisso voluntário para criar valor social e ambiental, além dos de empreendimentos comerciais convencionais, enquanto cria simultaneamente valor econômico. Dean e McMullen (2007) sugerem que os empreendedores sustentáveis divergem dos empreendedores sociais, na medida em que lidam com oportunidades com fins lucrativos, em vez de com base em missões.

A Comissão Europeia (2013) define empresas sociais como organizações que “combinam objetivos sociais com espírito empreendedor”, buscando “alcançar objetivos sociais, ambientais ou comunitários mais amplos”, afins com definições de empreendedorismo sustentável (LÜDEKE-FREUND et al., 2017, SCHALTEGGER et al., 2016).

Uma segunda categoria identifica a experiência como um fator relevante. Zhang e Acs (2018) argumentaram que existem empreendedores novos/iniciantes e maduros, os iniciantes aqueles que se tornam empresários pela primeira vez, tendem a ter informações e redes limitadas e a se localizar em centros urbanos (ZHANG; ACS, 2018).

A motivação é uma terceira categoria para qualificar o empreendedorismo e o empreendedor. Bergmann e Sternberg, 2007, salientam a existência dos empreendedores por oportunidade e por necessidade, impulsionados por fatores “*pull*” e “*push*”, respectivamente. Segundo Poschke, 2013, os empreendedores por oportunidade aceitam o baixo desempenho,

pois acreditam no negócio e gostam de ser o próprio patrão. Já os empreendedores por necessidade optam pelo empreendedorismo quando não encontram uma alternativa. Henrekson e Sanandaji, 2014, argumentam que os empresários orientados por necessidade e oportunidade devem ser tratados separadamente. Segundo Poschke (2013) as empresas dirigidas por esses "empresários por necessidade" são menores, e seus proprietários almejam um crescimento menor do que os empreendedores por oportunidade (POSCHKE, 2013).

O tempo de dedicação ao empreendimento pode ser considerado uma quarta categoria. Há empreendedores de meio período e empreendedores de período integral. Os de meio período normalmente testam uma oportunidade de negócio sem fazer um investimento irrevogável (WENNBERG; FOLTA; DELMAR, 2006), precisam de menos recursos físicos e financeiros por menor custo marginal (FOLTA, DELMAR & WENNBERG, 2010) e têm mais flexibilidade e tempo para si ou para compromissos familiares (BLOCK; LANDGRAF, 2013) do que os de tempo integral. Petrova (2010) observa que os indivíduos tornam-se empreendedores de meio período porque não conhecem sua verdadeira capacidade empreendedora antecipadamente, mantendo-se como trabalhadores assalariados, enquanto, ao mesmo tempo, perseguem uma meta de começar um negócio, buscando manter um padrão de vida suficiente para atender às suas necessidades. Tempo e capital são investidos em proporção direta ao nível de expectativa de sucesso dos indivíduos. Quanto maior a expectativa de sucesso, mais tempo e, se necessário, capital será investido. Depois de um certo período, esses empreendedores de meio período reavaliarão suas habilidades com base no sucesso ou na falta de recursos. Essa avaliação fará com que eles se tornem empreendedores em tempo integral, abandonem seu emprego externo ou abandonem seus negócios e retornem ao emprego externo (PETROVA, 2010).

O grau de formalização é a quinta categoria. Williams e Nadim (2012) classificam os empreendedores em empreendedores formalizados e empreendedores informais. Em comparação com empreendedores não formalizados, os empreendedores formalizados ganham mais (LEVINE; RUBINSTEIN, 2013), têm níveis mais altos de educação, experiência e recursos e administram negócios maiores (GLOVER; SHORT, 2009), com uma maior probabilidade de ter empregados remunerados (HIPPLE; HAMMOND, 2016).

A intensidade tecnológica do empreendimento é a sexta categoria de análise das características do empreendedorismo. Bird (1987) pontua que as organizações de alta tecnologia estão, por definição, em um ambiente de aceleradas transformações e precisam se adaptar rapidamente, sendo necessárias mudanças constantes e rápidas para que se obtenha sucesso em um ambiente em contínua evolução e, diante desse cenário, encontra-se a adjetivação do empreendedor high tech, orientado para o crescimento que, de forma combinada,

aprecia a mudança, deseja fazer as coisas de modo próprio, é capaz de envidar esforços físicos e mentais a longo prazo, dá maior ênfase aos interesses ligados ao negócio do que aos interesses pessoais, aprecia ser jogador ao invés de expectador e se sente à vontade expondo-se a situações com resultados incertos (SEXTON, 1993). Acrescenta-se a essa adjetivação o termo do empreendedor *low-tech* que, de acordo com Tunzelan e Acha (2005), é aquele que se pauta por um processo de inovação voltado para os processos ou então conduzido por terceiros.

A localização espacial do empreendimento define uma sétima característica do empreendedor, com destaque para os empreendedores rurais e os urbanos (de mercado e os orientados por propósitos). Os urbanos orientados por propósito, ao contrário dos empreendimentos baseados no mercado, agem, reagem e interagem em ambientes sociais geoespaciais por meio da articulação de iniciativas de colaboração incorporadas territorialmente junto aos setores público e privado, projetadas para melhorar o bem-estar urbano dos cidadãos locais. Com a crescente urbanização há uma necessidade cada vez maior de soluções empresariais para que as cidades mantenham e, idealmente, melhorem o bem-estar urbano de todos os cidadãos (COHEN; MUÑOZ, 2015). Já o empreendedor rural busca criar uma entidade de negócios que introduz um novo produto ou serviço, visa a um novo mercado ou usa uma nova tecnologia em um ambiente rural (YUAN; TSAI; CHANG, 2018). Empreendedores rurais geram atividade econômica estabelecendo novos negócios, modernizando o antigo negócio ou expandindo os já existentes em ambientes rurais (GLADWIN et al., 1989).

A origem do empreendedor pode ser considerada uma oitava característica. Lin et al. (2015) tipificam os empreendedores entre nativos, transnacionais, étnicos ou regressados. Há uma variação da classificação que abarca os empreendedores “étnico”, “imigrante”, ou “minoritário”, em referência ao trabalho autônomo ou à propriedade de empresas por qualquer indivíduo que não seja nativo (CHAGANTI; GREENE, 2002; WHITE, 2018). Em síntese, a literatura sugere que, dentro das economias de enclaves étnicos, os empresários minoritários organizam nichos de mercado “em torno de símbolos de nacionalidade”, solidariedade étnica, “ambientes culturais familiares e redes comunitárias densamente articuladas” (ZHOU; 2004).

Em suma, assim como não há uma única definição, não há uma única corrente teórica e tampouco há consenso de perfil. Muitas ações empreendedoras podem se enquadrar em múltiplas definições, cada qual significando qualificações que explicam o empreendedorismo.

Esta seção buscou esboçar um modelo analítico para compreender o movimento empreender, desde a concepção de um quadro de referencial teórico até variáveis de suporte à categorização da figura empreendedora. Ela foi constituída com um duplo objetivo, primeiro ser um modelo de referência para estudos futuros que queriam compreender como se deu a formação do arcabouço teórico sobre a temática, com base em textos clássicos. O segundo objetivo foi construir um modelo analítico para identificar perfis de empreendedores.

No primeiro objetivo, abordou-se três enfoques em estudos de empreendedorismo: o viés predominantemente econômico; o viés predominantemente sociológico e/ou cultural; o viés administrativo gerencial.

Pelo viés econômico, os empreendedores são detectores de oportunidades de negócio, criadores de empreendimentos que correm riscos e desempenham o papel de informar o mercado a respeito de novos elementos, sendo a inovação o elemento central.

Já pelo viés sociológico ou cultural o empreendedorismo deve ser o estudo da ação empreendedora e não da busca de oportunidades. Desse modo, o núcleo da cognição do empreendedorismo deve também ser objeto de estudo, devendo se ater às características cognitivas e como elas influenciam as atitudes, intenções e comportamentos individuais. Nesse contexto ganha relevância o comportamento planejado, a intenção empresarial, as normas sociais e a avaliação social, bem como o conhecimento e o capital humano, incluindo a educação, treinamento e experiência dos indivíduos.

Por fim, no viés predominantemente administrativo/ gerencial se destacam as variáveis sistêmicas e suas interrelações com o empreendedorismo. Nesse tocante, o ambiente é relevante para a compreensão do movimento empreendedor. Esse viés entende que os empreendedores são produtos organizacionais, do empreendedorismo social, coletivo, sustentável e do intraempreendedorismo. Abrange pesquisas sobre temas variados, como empreendedorismo resultante do fomento tecnológico, empreendedorismo como gestão, com ênfase na difusão da prática da gestão empreendedora e empreendedorismo como estratégia de desenvolvimento local integrado e sustentável, por meio do desenvolvimento de micro e pequenas empresas. Percebe-se assim que o empreendedor adota características que podem servir à comunidade, não apenas no campo empresarial, mas no senso comum. Os estudos deste viés focaram em produções que descrevem perfis e variáveis que influenciam no sucesso do empreendedor.

No segundo objetivo, que seria a criação de um modelo analítico para concepção de estudos descritivos, percebe-se que a definição dos perfis e qualificações do empreendedorismo e de empreendedores demanda as seguintes estruturas. Primeira categoria seria perfil do empreendedor, contemplando as variáveis: a) nível de racionalidade, com empreendedores mais

racionais e empreendedores menos racionais; b) nível de tecnologia, com artesão-empresário e o oportunista-empresário; c) nível de conhecimento universitário, com empreendedorismo acadêmico” e não acadêmico; d) empreendedores institucionais; e) foco da atividade, com empreendedores comerciais, sociais e ambientais (sustentável). Na segunda categoria comparece a motivação, contemplando o empreendedor por oportunidade e por necessidade. Na terceira categoria se disciplina o tema de dedicação, podendo os empreendedores serem de meio período e empreendedores de período integral. Na quarta categoria se tem o grau de formalização, e pode-se observar empreendedores formalizados e empreendedores informais. Na quinta categoria se tem a intensidade tecnológica, podendo ser baixa, alta ou média. Outra categoria seria a localização espacial e a última origem do empreendedor.

4 EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Esta seção busca apresentar a relação entre empreendedorismo e educação, compreender como se dá essa articulação, bem como sua fundamentação, proposição e experiências práticas e vozes dissonantes. Serão abordados autores que estudam o empreendedorismo no campo educacional e temas relacionados com a educação para o empreendedorismo, como por exemplo cultura empreendedora, formação docente na perspectiva empreendedora para todos os níveis e modalidades de educação, e estudos que fazem críticas à educação para o empreendedorismo. As fontes deste capítulo são teses e dissertações, além de artigos e livros. Particularmente no Brasil nota-se que o empreendedorismo é referido nas justificativas de projetos/propostas educacionais de diversas escolas, com apoio de várias Secretarias de Educação, tanto municipais, quanto estaduais e da rede privada de ensino.

Para aprofundamento, torna-se necessário indicar as principais visões e os principais estudos sobre o tema da educação para o empreendedorismo em diferentes níveis educacionais. Pode-se dizer que a educação e o treinamento para o empreendedorismo têm expandido, ganhando espaço nos currículos não apenas das escolas de negócios, mas também em outros campos (KATZ 2003; KURATKO 2005), com o reconhecimento da importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e humano, especialmente em economias emergentes (ESTRIN et al., 2019).

A pesquisa ora realizada mostrou que a produção científica em torno do ensino do empreendedorismo no Brasil é bastante diversificada, havendo proposições para os diversos níveis e modalidades de ensino, com a abordagem de vários aspectos. Para ilustrar a pluralidade dessas produções, somente no banco de teses da Capes foram encontradas cerca de 200 teses e dissertações com os verbetes educação e empreendedorismo, ou seja, são 20% dos cerca de 1700 títulos disponíveis sobre empreendedorismo no banco de teses, os quais analisam o empreendedorismo em diversos outros campos, como, por exemplo, mundo empresarial, negócios, administração de empresas, ONGs (Organizações não governamentais), entre outros.

A partir dos anos de 1980 houve grande expansão nos estudos sobre educação para o empreendedorismo, a partir de pesquisas em diversos países (EUA, Canadá, França), principalmente nas áreas das ciências humanas e gerenciais (DEGEN, 1989; DRUCKER 1986, FILION 1999, 2000). Essas pesquisas tratavam de temas como características comportamentais de empreendedoras, educação empreendedora, pesquisa empreendedora, pedagogia e cultura empreendedora, empreendedorismo e sociedade, empreendedorismo e pequenos negócios, novas oportunidades, desenvolvimento e gerenciamento de negócios, autoemprego, entre

outros. Abrangem um amplo espectro de temas voltados à busca de estratégias para garantir o sucesso dos novos empreendimentos, com acentuada articulação entre universidade e empresas. Os pensadores clássicos mais citados nos estudos sobre educação e empreendedorismo são: Cantillon (2002); Say (1983); Smith (1981); Schumpeter (1985); Schultz (1980); Drucker (1986, 2002); McClelland (1972). Na atualidade, Dolabela (1999, 2000) e Fillion (1999,2000) têm maior visibilidade. Contudo, segundo Coan (2011), deve-se estar atento ao caráter ideológico presente em muitos autores e que se constitui em uma neutralidade em relação à sociedade capitalista, liberal, na qual o sujeito está inserido. Sob a roupagem do trabalhador livre e desvinculado das amarras do trabalho assalariado (diga-se, cada vez mais raro), esse discurso mascara a realidade e apresenta a necessidade da formação de um novo perfil de trabalhador autônomo, que, porém, subsumido ao modo de produção capitalista, realiza os seus interesses e não os dos trabalhadores. A responsabilização pelo possível fracasso recai sobre o indivíduo que não obteve êxito em seus empreendimentos por não “estar preparado” e não na própria lógica concorrencial do sistema capitalista (COAN,2011).

Pode-se dizer que, desde o século XVIII, o empreendedor passou a ser alvo de diversos olhares, mas não com a intensidade que se observa nas duas últimas décadas, em que o empreendedor e o empreendedorismo atraíram a atenção de pesquisadores e especialistas de diversas áreas e o assunto, que era restrito ao campo dos economistas, passou a ser alvo de interesse também de educadores, psicólogos, sociólogos, administradores, enfim, pesquisadores de diversas áreas.

Segundo Fillion (1999), os primeiros estudos no campo da educação e empreendedorismo reconheceram o impacto presumido da educação para o empreendedorismo, baseado na presunção de que habilidades empreendedoras podem ser ensinadas. Por essa razão a educação para o empreendedorismo tem sido abordada como uma iniciativa educacional que visa a aumentar o conhecimento, as habilidades e as percepções, seja como uma opção de carreira potencial ou como uma forma de influenciar positivamente a apreciação de seu papel na sociedade (MWASALWIBA, 2010; ABOOBAKER; RENJINI, 2020). Tal constatação, segundo Fillion (1999), levou a uma diversidade de compreensões típicas da área educacional, e nem sempre abarcaram questões específicas do empreendedorismo, gerando, inclusive, confusões ou diferenças conceituais em torno do assunto.

Segundo Fillion (1999), o ensino do empreendedorismo ou o seu desenvolvimento como disciplina foi um processo irregular, em termos da sua construção como disciplina específica. Grande número de pesquisadores, cada um usando sua cultura, lógica e metodologia estabelecidos em graus variados em seus próprios campos de estudo, começou a interessar-se e

a trabalhar no campo do empreendedorismo e de pequenos negócios. Percebe-se, com isso, a dificuldade em se adequar o ensino do empreendedorismo com o ensino de outras disciplinas da área de Administração. Drucker (1987, p. 16) já afirmava que “empreendimento não é nem ciência nem arte, é uma prática”. Por isso, parte da base de que o conhecimento necessário para a execução de um empreendimento é definido pelos fins, ou seja, pela própria prática e experiência. Desse modo, já se pode ter uma ideia das dificuldades enfrentadas por muitas instituições ao implantarem a disciplina de empreendedorismo em seus currículos.

Também Filion (1999) reconhece que o empreendedorismo vem sendo trabalhado de forma transversal por diversas disciplinas, o que retarda sua materialização como disciplina específica. Esse quadro passou por transformações à medida que outros estudos foram surgindo e ampliando o escopo de questões pertinentes ao tema e que a questão das potencialidades da educação para o empreendedorismo foi ganhando espaço em cursos específicos, universidades e instituições. Os principais textos selecionados para esta subseção mostram diversos aspectos, diferenças, e conflitos no estudo do tema.

O primeiro aspecto, talvez o mais relevante, dos estudos sobre a educação para o empreendedorismo, é a constatação da importância do aprendizado dos fundamentos teóricos, das práticas e técnicas empreendedoras e dos ensinamentos sobre as possibilidades de formas de transferência de conhecimento para a ação empreendedora (HUBER; SLOOF; VAN PRAAG, 2014; BAE et al., 2014; WALTER; BLOCK, 2016). Há um impacto positivo da educação para o empreendedorismo que decorre da valorização do conhecimento, da autoconfiança e do aumento de competências que os alunos recebem durante o processo educacional. A exposição à educação para o empreendedorismo afeta positivamente as percepções dos alunos sobre a conveniência e a viabilidade do empreendedorismo (GALVÃO; FERREIRA; MARQUES, 2018).

Outros estudos situam a educação para o empreendedorismo em duas categorias: a) estudos orientados para a formação de empresa, e b) outros voltados para a educação 'sobre' o funcionamento da empresa. A primeira é sobre aprender como iniciar e desenvolver negócios, a última é para dar consciência aos negócios e à indústria (PETERMAN; KENNEDY, 2003)

Outros pesquisadores comentam a importância de separar o ensino do empreendedorismo de acordo com os objetivos das medidas de apoio, usando distinções como 'educar', 'estimular' e 'incubar'. As categorias de 'estimular' e 'incubar' envolvem atividades como o fornecimento de oportunidades de desenvolvimento das capacidades empreendedoras, espaço de escritório ou até mesmo financiamento inicial. Alguns programas oferecem enfoques

práticos, enquanto outros contemplam abordagens acadêmicas e intelectuais da aprendizagem empreendedora e do empreendedorismo (JANSEN et al. 2015; NABI et al., 2018).

Para viabilizar a orientação prática dentro do currículo, as instituições de ensino devem apoiar os alunos com recursos especialmente desenvolvidos (como financiamento ou coaching), voltados à prática do empreendedorismo. Para a aprendizagem mais acadêmica, as instituições ofertam palestras, seminários e estudos de caso para promover a discussão e encontrar semelhanças e divergências conceituais nas formas como os negócios são realizados. Observa-se, assim, que os estudos sobre educação e o treinamento para o empreendedorismo têm expandido, ganhando espaço nos currículos não apenas das escolas de negócios, mas também em outros campos (KATZ 2003; KURATKO 2005), com o reconhecimento da importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico e humano, especialmente em economias emergentes (ESTRIN et al., 2019)

Conforme Dias (2006), os cursos de nível superior que mais oferecem disciplinas de empreendedorismo são: administração e ciências contábeis; engenharias e ciências da computação. Na pós-graduação, a maior incidência recai sobre os cursos de engenharia de produção. Nas IES, as atividades mais desenvolvidas são: Empresa Júnior, incubadoras de empresas e bolsas de iniciação científica, contando com a participação tanto de empresas, ONGs e dos governos, notadamente, o Federal. As instituições de fomento, como o SEBRAE e os cursos profissionalizantes do sistema “S” apresentam a educação para o empreendedorismo como novidade e saída para a crise do mundo do trabalho, particularmente do desemprego (COAN 2011). A matriz teórica dos proponentes da educação para o empreendedorismo fundamenta-se nos postulados da teoria do capital humano, bem como nos economistas clássicos, sobremaneira os de linhagem liberal e pensadores da administração.

Dentre os mais importantes estudos sobre o ensino empreendedorismo, cabe destacar Dolabela (1999), na obra intitulada *Oficina do Empreendedor*, na qual propõe uma metodologia para se trabalhar o empreendedorismo. Descreve e relata resultados da experiência do Programa Softex e propõe uma metodologia de ensino universitário de empreendedorismo para cursos de graduação, em diversas áreas e não somente para administradores como era prática até então. A proposta da obra *Pedagogia Empreendedora*, de Fernando Dolabela (1999) tem sua metodologia fundamentada na teoria de Filion (1991), que faz críticas ao modelo universitário em vigor e preocupa-se muito em formar futuros empregados. O autor sustenta que em todos os cursos universitários a “cultura” do ensino pressupõe que o aluno esteja em busca de uma qualificação que lhe garanta um emprego. Outro aspecto criticado na obra é o baixo nível de sinergia entre universidade-empresa. Decorre de aí vencer obstáculos, tais como: trazer o

empresário para a sala de aula, transformando-o em mestre do ensino e convencer a universidade a aceitar essa situação; tratar, em sala de aula, a emoção, o sonho, o ego, o indefinido, o incerto; priorizar o ser em relação ao saber e como e onde recrutar o professor para atuar na área. Os pilares dessa metodologia consistem em criar uma cultura para o ensino do empreendedorismo nas universidades e criar e estimular o ato de ter e realizar sonhos.

Com base nessa concepção, Dolabela (1999) sinaliza uma série de passos, alguns similares aos propostos na Pedagogia Empreendedora, que devem ser dados no intuito de consolidar essa metodologia, sendo que uma das metas é a criação do departamento de ensino empreendedor, por meio de projetos que possam envolver todos os docentes de um curso, “para que também eles sejam contaminados pela cultura empreendedora” (DOLABELA, 1999, p. 13). Dolabela (2004) destaca ser necessário investir na capacitação dos professores, além de realizar atividades que estimulem o empreendedorismo na escola por meio de ações como a organização de cursos que desenvolvam atividades empreendedoras. Ademais, Fernando Dolabela (1999), além de ter desenvolvido a pedagogia empreendedora voltada para a educação básica, também organizou materiais para a implantação do empreendedorismo no ensino superior, como, por exemplo, o artigo “Uma revolução no ensino universitário de empreendedorismo no Brasil”. Na metodologia da Oficina do Empreendedor, Dolabela (1999) apresenta dados acerca do ensino do empreendedorismo nesse nível de ensino, a partir da experiência do Programa Softex. Nesse artigo, o autor relata resultados da aplicação de uma metodologia de ensino em que um dos elementos-chave é o fato de ele não ser ministrado por docentes da área de Administração de Empresas, mas sim por professores do curso de graduação onde o ensino foi oferecido. A metodologia proposta pelo autor fundamenta-se na teoria de Louis Jacques Filion, e surgiu como resposta às necessidades de um país em que a cultura empreendedora se manifesta de forma tímida, o que induz à urgência da multiplicação do ensino de empreendedorismo. O artigo serviu para divulgar os resultados obtidos na utilização da metodologia em cerca de 150 instituições espalhadas por todo o Brasil.

Segundo Coan (2011), autor que fala a partir de uma perspectiva da educação, considera que os estudos sobre educação para o empreendedorismo normalmente não são feitos pelos professores, pesquisadores ou alunos de centros de pesquisa em educação e sim por pessoas ligadas à área das engenharias, com destaque para a engenharia de produção e administração de empresas. Tal constatação explica, segundo o ponto de vista do autor, uma visão bastante conservadora nos estudos sobre educação e empreendedorismo. Mostra que em boa parte de estudos específicos nem sempre se observa uma visão crítica do empreendedorismo. O autor infere que o termo “pedagogia”, muitas vezes utilizado por autores para designar processos

educativos para o empreendedorismo, não é adequado, sendo usado não para propor uma metodologia específica, mas para justificar determinada proposição oriunda de outras áreas de conhecimento.

O autor reconhece, contudo, que mesmo existindo relativa diversidade de concepções, há uma predominância no que concerne a apresentar o empreendedorismo e a educação para o empreendedorismo como uma das melhores saídas para a crise do desemprego que afeta profundamente o mundo do trabalho globalizado. A educação para o empreendedorismo deve fundamentar-se nos discursos da empregabilidade e das competências e sinaliza para a formação de um novo perfil de trabalhador, que toma iniciativa e gera seu próprio posto de trabalho. Analisa a proposição de que a educação para o empreendedorismo causa relativa confusão no que diz respeito a formar para empreender algum negócio, ou empreender, entendido como tomar iniciativa, ter criatividade. Percebeu-se que, em algumas das proposições, a justificativa recai na constatação de que a crise do emprego formal fecha cada vez mais as oportunidades, daí a necessidade de empreender. Outras proposições se fundamentam na necessidade de se formar para a autonomia, outras ainda descrevem que o objetivo é formar para atitudes empreendedoras. O que mais importa é a criação de uma metodologia para criar uma cultura empreendedora em todos os níveis e modalidades de educação (COAN, 2011).

4.1 O ensino do empreendedorismo em instituições de ensino superior no Brasil

Nesse contexto, a educação e o treinamento para o empreendedorismo têm sido uma área em rápida expansão e se tornou uma característica proeminente nos currículos não apenas das escolas de negócios, mas também em outros campos (KATZ 2003; KURATKO 2005), com o reconhecimento da importância do empreendedorismo no contexto das economias emergentes (ESTRIN et al., 2019).

O esforço para alcançar metas sustentáveis de desenvolvimento nas nações periféricas pressupõe intenções empreendedoras dos jovens, gerando oportunidades de trabalho para uma parte maior da sociedade e contribuindo no enfrentamento de problemas sociais (ABOUBAKER; RENJINI, 2020). Percebe-se assim que cultivar habilidades e intenções empreendedoras entre os jovens é fundamental para a agenda de desenvolvimento socioeconômico de países em todo o mundo (ABOUBAKER; RENJINI, 2020). Não é apenas no Brasil que a importância de uma educação empreendedora tem sido colocada como prioritária nos debates políticos econômicos e acadêmicos e até mesmo nos mais altos níveis de

discussão das Nações Unidas, mas essa temática está em discussões em vários países do planeta (UNCTAD, 2015; LIMA et. al., 2015a).

A universidade é instituição educacional que deve ser capaz de projetar programas de empreendedorismo a fim de fortalecer a criatividade e a inovação. Reconstruir um currículo de empreendedorismo é o primeiro passo para construir uma economia caracterizada pela inovação e renovação virtuosa do ciclo de desenvolvimento. A formação de cidadãos adultos é desafio de desenvolvimento a ser resolvido pela universidade. O interesse em construir o empreendedorismo passa a ser obra da universidade (SURJANTI et al., 2012).

Em todo o mundo, governos e universidades gastam grandes volumes de dinheiro e recursos institucionais no desenvolvimento de programas e conteúdos sobre o empreendedorismo (ABOObAKER; RENJINI, 2020). O principal objetivo de tais programas é construir conhecimento empreendedor e orientação da comunidade estudantil para que eles criem confiança em sua capacidade de se aventurar em negócios (ATKINSON, 2019).

O impacto presumido da educação para o empreendedorismo é baseado na perspectiva de que habilidades empreendedoras podem ser ensinadas (ABOObAKER; RENJINI, 2020). A educação para o empreendedorismo é geralmente abordada como uma iniciativa educacional que visa a aumentar o conhecimento, as habilidades e as percepções, seja como uma opção de carreira potencial ou como uma forma de influenciar positivamente a apreciação de seu papel na sociedade (MWASALWIBA, 2010).

O ensino do empreendedorismo emergiu nos Estados Unidos, na Escola de Administração de Harvard, para qualificar ex-combatentes da Segunda Guerra Mundial para o mercado de trabalho, no tocante à geração do autoemprego (KATZ, 2003; VESPER; GARTNER, 1997). Nas décadas subsequentes, a expansão dos cursos e a oferta de disciplinas nas universidades ocorreram lentamente até o final dos anos 1970, em virtude da dependência financeira das universidades em relação às grandes empresas que financiavam pesquisas e eventos (DA SILVA; PENA, 2017). A disseminação do ensino de empreendedorismo ocorreu na década de 1980 com críticas às lacunas na formação gerencial, bem como a introdução efetiva de disciplinas de empreendedorismo e o aumento de periódicos especializados sobre o tema.

Já no Brasil, conforme apresentado por De Lima Ribeiro, Oliveira e De Araújo (2014) o primeiro curso de empreendedorismo acontece em 1981, na Fundação Getúlio Vargas. Em 1984, foi estendido para a graduação sob o nome de “Criação de Novos Negócios - Formação de Empreendedores” (DOLABELA, 2008). Ao longo dos anos, o ensino de empreendedorismo foi inserido nos temas da administração como uma subárea, passando recentemente a ser

estudado pelos acadêmicos como um campo específico. Por esse motivo, o campo ainda está em fase de formação e consolidação, entretanto já apresentando considerável crescimento nos principais centros de graduação e pós-graduação em múltiplos campos, além da administração. Diversas universidades e escolas em todo o mundo têm iniciado educação para o empreendedorismo (DORNELAS, 2001). O ensino do empreendedorismo nasce dentro dos cursos de Administração de Empresas, mas transborda para outros cursos de forma rápida e gradual (DE LIMA RIBEIRO; OLIVEIRA; DE ARAUJO, 2014).

Daniel, Colpas e Quaresma (2016) reforçam que o ensino do empreendedorismo expandiu-se para diversas áreas e, nesse contexto, o professor passa a ser o responsável por programar metodologias de ensino, com a finalidade de despertar o interesse pela temática nos alunos, além de desenvolverem maiores conhecimentos para ações empreendedoras. Lopes, Lima e Nassif (2017, p. 21) alegam que “na última década o panorama da educação para o empreendedorismo avançou no Brasil”. Isso ocorreu tanto por meio de iniciativas do próprio sistema educacional formal quanto nas atividades estruturadas oferecidas por diversas organizações da sociedade civil, como ONG, fundações, empresas, entre outros.

A educação para o empreendedorismo expõe aos alunos fundamentos teóricos, práticas e técnicas empreendedoras (BAE et al., 2014; WALTER; BLOCK, 2016). A transferência de conhecimento e motivação também dispõe os alunos de forma positiva para a ação empreendedora (HUBER; SLOOF; VAN PRAAG, 2014). A literatura evidencia que o impacto positivo da educação para o empreendedorismo decorre da valorização do conhecimento, da autoconfiança e do aumento de competências que os alunos recebem durante a intervenção educacional (GALVÃO; FERREIRA; MARQUES, 2018). A educação para o empreendedorismo afeta positivamente as percepções dos alunos sobre a conveniência e a viabilidade do empreendedorismo (PETERMAN; KENNEDY, 2003).

A educação para o empreendedorismo difere em várias dimensões e caracterizações. Um princípio fundamental é o equilíbrio entre o trabalho prático e o aprendizado acadêmico (em sala de aula). Caird (1990) categoriza as iniciativas de educação para o empreendedorismo em duas categorias: a) orientadas 'para' empresa e b) educação 'sobre' empresa. A primeira é sobre aprender como iniciar e desenvolver negócios, e a última é para dar consciência aos negócios e à indústria. Posteriormente, outros pesquisadores dividiram o ensino do empreendedorismo de acordo com os objetivos das medidas de apoio à universidade, usando distinções como 'educar', 'estimular' e 'incubar'. As categorias de 'estimular' e 'incubar' envolvem atividades, como o fornecimento de oportunidades de desenvolvimento das capacidades empreendedoras, espaço de escritório ou até mesmo financiamento inicial

(JANSEN et al. 2015). Assim, alguns programas oferecem elementos de trabalho prático, enquanto outros ensinam principalmente uma abordagem acadêmica e intelectual do empreendedorismo e da aprendizagem empreendedora (NABI et al. 2018).

Existem universidades orientadas à prática do empreendedorismo e outras orientadas ao ensino do empreendedorismo. Para viabilizar a orientação prática dentro do currículo, pode ser necessário que as instituições de ensino apoiem os alunos com recursos especialmente desenvolvidos (como financiamento ou coaching), tais recursos devem possibilitar a prática do empreendedorismo. No caso para orientação da aprendizagem mais acadêmica, IEs ofertam palestras, seminários e estudos de caso para promover a discussão e encontrar semelhanças e divergências conceituais nas formas como os negócios são frequentemente realizados.

A educação empreendedora consiste em um programa ou processo pedagógico com o intuito de desenvolver habilidades e atitudes empreendedoras que priorizam a integração entre estudantes, de modo a desenvolver atividades práticas e análise de casos reais (CHEUNG, & AU, 2010; ELMUTI, KHOURY, & OMRAN, 2012; FAYOLLE, GAILLY, & LASSAS-CLERC, 2006; MARITZ, & BROWN, 2013; SAES, & PITA, 2007).

A metodologia empreendedora permite aos alunos se conhecerem melhor e saber agir para diminuir e evitar riscos, por meio de ferramentas desenvolvidas pela cultura empreendedora. Os acadêmicos são estimulados à pesquisa, ponto fundamental para as empresas, pois estas necessitam das pesquisas e as universidades são as que mais oferecem pontos de apoio às empresas e serem pessoas capazes de “compreender e atuar em realidades sociotécnicas complexas que demandam a capacidade para aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver e aprender a ser” (PAIM, 2008, p. 5). A cultura empreendedora se concretizará pelo envolvimento do corpo docente em processos de capacitação, por meio de encontros pedagógicos e pelo envolvimento do corpo discente em processos de conscientização sobre a importância do empreendedorismo, tudo isso aliado à mudança tecnológica e de metodologia na sala de aula. Para que isso ocorra, a autora aponta ser necessário perceber que a temática do empreendedorismo não está relacionada somente a empresas. Ou seja, Paim (2008) procura articular as ideias de autores de viés mais econômico, com autores de viéses mais sociológicos e comportamentais, preocupados em criar atitudes empreendedoras.

As profundas transformações ocorridas nas relações de trabalho e produção acabaram por determinar o fim do modelo universitário voltado para a conquista de empregos. “Nesse contexto, o estoque de conhecimentos de que o empreendedor necessita é altamente mutante e contingencial, tendo em vista que o saber se confunde com a capacidade de percepção do comportamento do mercado concorrencial, cujas permanentes mutações geram o alvo que o

empreendedor incansavelmente persegue: a oportunidade” (PAIM, 2008, p. 7). Sendo assim, as universidades devem rever seus papéis históricos e, ao mesmo tempo em que mudam, contribuir na construção da cultura empreendedora.

O recém graduado se depara com um mercado de trabalho que demanda uma atualização de conhecimentos técnico-científicos e conhecimentos administrativos e econômicos. (GALEANO; PREVIDELLI; MEURER, 2005). Para tanto, existem características que devem ser identificadas com o intuito de traçar um perfil, a fim de adotar comportamentos, atitudes e aptidões mais comuns ao empreendedorismo. Desenvolver e incentivar o empreendedorismo “alarga as possibilidades de carreira por meio do autoemprego, início de um novo negócio, o intraempreendedorismo dentro de uma organização, fundação e participação de um projeto ou negócio social ou até mesmo desenvolver uma perspectiva mais empreendedora da própria vida e inserção na sociedade” (LOPES; LIMA; NASSIF, 2017, p. 21).

O caminho para o ensino de empreendedorismo no Brasil não é fácil, porque envolve quebra de paradigmas e mitos. Dolabela (2001) explica que “no Brasil, educar na área empreendedora significa buscar a realização da utopia, mas também destruir mitos que atuam como obstáculos”. Mitos como: a) “ser empreendedor é para poucos e que exige dom. b) que para empreender precisa ter muito dinheiro; c) estabilidade do trabalho.” Desse modo, é importante que os indivíduos entendam que o empreendedorismo é um instrumento coletivo que agregará benefícios para todos os envolvidos, pois empreender é gerar conhecimentos ao considerar a comunidade envolvida como espaço de aprendizado, as pessoas são agentes de mudanças e formadoras de capital social. Quando o empreendedorismo é considerado no seu conceito mais amplo além do âmbito empresarial, percebe-se que essa abordagem extrapola o mero desenvolvimento econômico.

4.2 Principais estudos sobre empreendedorismo nas universidades brasileiras

Esta subseção apresenta uma síntese dos principais estudos realizados em universidades brasileiras sobre educação e empreendedorismo. A importância do ensino de uma cultura empreendedora é um aspecto comum entre os estudos apresentados.

A educação empreendedora tem sido objeto de estudo de diversos pesquisadores no Brasil, é tema de crescente interesse que perpassa por diversas visões e complementariedades. Há uma constatação recorrente da relevância do ensino do empreendedorismo, bem como da identificação das metodologias e práticas mais adequadas para tal.

A importância dessa categoria educacional é, em grande parte, relacionada às habilidades do professor e ao uso de métodos apropriados ao ensino do tema. A educação empreendedora é heterogênea e deveria ser ensinada por meio de uma variedade de perspectivas teóricas e diversos métodos de ensino, precisaria ser planejada e ministrada para fomentar uma ação desafiante, de modo a salientar a prática empreendedora dos acadêmicos (SAES; PITA, 2007; ARASTI et al., 2012; BLENKER et al., 2014).

Entre os principais achados da literatura se destacam:

- É preciso conceber modelos conceituais que abarquem o agir na experiência didática; que viabilizem o contato com empreendedores; e que proporcionem a concepção de projetos que resultem em novos negócios; e que possam receber avaliação das instituições por projetos de criação de empresas (VESPER, 1987);
- O ensino do empreendedorismo demanda um aprimoramento dos professores em todos os níveis, há pouca ênfase nas peculiaridades da realidade das pequenas e médias empresas, o que pode prejudicar a formação dos alunos, visto que tais empresas oferecem mais oportunidades de trabalho que as grandes empresas (GIBB, 1993; 1996);
- Há necessidade de distinção entre educação empreendedora da abordagem tradicional (GORMAN; HANLON; KING, 1997);
- Ensino de empreendedorismo é uma tendência e os principais conteúdos estão direcionados para o Plano de Negócio e de Marketing (DUTRA; PEIXOTO, 2001);
- A cultura empreendedora trabalhada nas universidades faz com que os alunos universitários saiam destas com uma perspectiva melhor que anos atrás, uma vez que aprendem a direcionar suas ações profissionais, enquanto ainda frequentam os bancos universitários. A educação para o empreendedorismo direciona o aluno para verdadeiro ambiente "acadêmico" do aluno empreendedor: o mercado, onde se articulam forças produtivas, econômicas, sociais e políticas (PAIM, 2001);
- A tarefa de preparar empreendedores é uma questão importante, sendo que a escola de nível superior pode contribuir e influenciar no desenvolvimento desses novos profissionais. Os docentes relacionaram empreendedorismo com a busca de inovação, com oportunidades orientadas para resultados, com geração de negócios e/ou criação de empresas e com criatividade (TEZZA; 2004).

- As disciplinas de empreendedorismo são capazes de despertar nos alunos uma busca para a realização pessoal e profissional, desde que foquem no desenvolvimento humano (RESENDE; DIB; LEITE, 2005);
- Ensino do empreendedorismo pode incrementar o processo criativo e de inovação dos alunos (FERREIRA; RAMOS; GIMENEZ, 2006);
- As IES podem promover transformações de atitudes nos estudantes e na sociedade de forma geral, por meio do empreendedorismo (MACHADO, 2005; MARTENS; FREITAS, 2008; ROCHA; FREITAS; 2014);
- As IES que almejam ensinar a empreender, seja criando um novo negócio ou empreendendo no próprio ambiente de trabalho, devem inserir nas ementas habilidades e conhecimentos específicos, que podem ser divididas em habilidades de comunicação (negociação e networking), gerenciais (tomada de decisão, criatividade, liderança, administração do tempo e outras) e pensamento crítico (reconhecer oportunidades, assumir riscos e estar atento as mudanças) (HENRIQUE; CUNHA, 2008);
- Há necessidade das IES implementarem práticas conectadas ao dia-a-dia das empresas, ou seja, elas devem criar oportunidades práticas para que os alunos experimentem o empreendedorismo (HENRIQUE; CUNHA, 2008; DE LIMA RIBEIRO; OLIVEIRA; ARAÚJO, 2014; VIEIRA et al., 2013);
- As IES devem apresentar projetos pedagógicos alinhados ao objetivo de formar empreendedores, além da atualização contínua de discentes (PEREIRA JUNIOR, 2013);
- A educação empreendedora é pertinente na formação dos indivíduos, visto que possibilita o desenvolvimento de habilidades e conhecimentos que auxiliarão o indivíduo no crescimento pessoal e profissional (VILCOV; DIMITRESCUB, 2015);
- A educação empreendedora deve proporcionar aos estudantes o entendimento sobre o processo empreendedor, as habilidades empreendedoras necessárias, a constatação e análise de oportunidades e a identificação de fontes e obtenção de financiamento para o negócio (DORNELAS; 2001);
- No ensino do empreendedorismo constata-se falta de uniformização na nomenclatura das disciplinas e atualização das ementas, fichas de disciplinas e projeto pedagógico, bem como, existe uma não disponibilização, por parte das instituições, de versões mais atuais de tais documentos (DE CASSIA ARANTES; FERREIRA; ANDRADE, 2018);

- Os estudos sobre Educação Empreendedora (EE) demonstram um padrão de ensino que se preocupa com a iniciativa empreendedora como um instrumento para criar novos negócios. Tal padrão não acompanha as novas tendências de estudo sobre o empreendedorismo. A EE precisa ter foco também no empreendedorismo cultural, por meio da economia criativa e cultural, como estratégia de desenvolvimento econômico e social. É importante refletir no empreendedorismo como prática, processo e construção social e na pedagogia da experiência como facilitadora de desenvolvimento pessoal e profissional dos estudantes (DE ARAUJO; DAVEL, 2018)
- As abordagens da educação para o empreendedorismo normalmente não são feitas pelos professores, pesquisadores ou alunos de centros de pesquisa em educação, mas por pessoas ligadas à área das engenharias, com destaque para a engenharia de produção e administração de empresas. Não se observa uma visão crítica do empreendedorismo, o que permite inferir que o termo “pedagogia” foi apropriado para justificar determinada proposição oriunda de outras áreas de conhecimento. Os cursos de nível superior que mais oferecem disciplinas de empreendedorismo são: administração e ciências contábeis; engenharias e ciências da computação (COAN, 2021).

Ainda em relação à pesquisa voltada para a educação para o empreendedorismo no ensino superior, a tese de Hermenegildo (2002), intitulada “O uso da abordagem por competências no desenvolvimento de jogos de empresas para a formação de empreendedores”, investiga os principais desenvolvimentos na área de empreendedorismo e os referenciais de ensino para a composição de um programa, utilizando a abordagem por competências. Por meio de jogos de empresa, o autor apresenta um modelo para formação de empreendedores. No caso, o jogo de empresas foi pensado como instrumento a ser utilizado na prática didático-pedagógica. Esses jogos são utilizados como ferramental para vivenciar a prática de gestão de um negócio num processo de aprendizagem.

O autor considera que há convergência nas várias modalidades e níveis de ensino acerca da importância em se desenvolver o empreendedorismo, seja com a intenção de oportunizar iniciativas de criação de novos negócios, como forma de atacar o desemprego, como também no treinamento e cursos de qualificação. Isso tem dado oportunidade de maior consistência teórico-metodológica de administração e gestão no sentido de oferecer maior solidez aos novos negócios. Contudo, o autor afirma que o novo conceito de empreendedorismo ainda é difundido de modo tradicional, ou seja, “as práticas de formação de empreendedores seguem os mesmos vícios e estruturas dos cursos tradicionais, gerando as mesmas angústias, que acabam sendo

resolvidas no mundo real da vida prática com desgastes e prejuízos variados. Nos modelos de mediação para a formação dos empreendedores, existe uma preocupação com o referencial prático, entretanto a base é teórica” (HERMENEGILDO, 2002). O autor também afirma que está havendo problemas na formação dos empreendedores por parte das várias escolas de formação, que se revela da seguinte maneira: primeiro, a indefinição da abordagem de ensino adotada – que caminha na sua grande maioria para a abordagem tradicional, ou em outros casos há variações e fusões dicotômicas, uma vez que elas não são conscientes ou propositais; em segundo lugar, a indefinição ou a ausência de instrumentos capazes de propiciar a aplicação dos conhecimentos adquiridos antes que os novos empresários abram as portas dos seus negócios (HERMENEGILDO, 2002).

Em paralelo, se apresenta a realidade dos projetos de empreendedorismo vinculados às incubadoras, nos quais a relação entre educação e empreendedorismo contempla tanto a formação quanto a gestão das mesmas. No tocante ao problema de formação apontado, sempre se observa grande empenho empreendedor, conquanto no que diz respeito ao gerenciamento a situação seja diversa, como aponta Hermenegildo (2002). As pessoas se dedicam a escrever e executar os projetos sem dar a devida atenção ao gerenciamento. No caso, falta o que denomina de “formação gerencial” que deve ser trabalhada na formação dos empreendedores. Dessa forma, o papel dos docentes (professores, instrutores, animadores, orientadores) tem especial relevância diante dos desafios dos projetos voltados à formação de gestores empreendedores” (HERMENEGILDO, 2002).

Cornélio Filho (2003) desenvolve uma metodologia a ser aplicada como instrumento válido e confiável para medir a performance da educação para o empreendedorismo nos programas de graduação em engenharia do Estado de Santa Catarina. O autor reconhece o papel histórico desempenhado pelos empreendedores e destaca que o desenvolvimento social e econômico está intimamente relacionado com o ensino de empreendedorismo. Entende o autor que é o empreendedor que há muito tempo desequilibra o mercado com suas tomadas de decisão ousadas e dignas de reconhecimento, o que justifica sua valorização, assim como a criação de instrumentos de avaliação de performance que poderão, nos bancos escolares, corrigir, redirecionar ações no sentido de fomentar, acelerar e multiplicar as possibilidades de formação de empreendedores que, por sua vez, irão contribuir para o desenvolvimento social e econômico. Destaca também a necessidade de fomentar a formação de empreendedores ao invés de aguardar, passivamente, que ele apareça por si só, como acontecia no passado. O autor constatou que depois da saída dos alunos das instituições de ensino, a impressão que fica é que eles desaparecem, pois não foram encontrados dados acerca dos egressos nas instituições por

ele pesquisadas. Por outro lado, sentiu a necessidade de se ter uma maior visibilidade dos cursos e egressos, e os instrumentos de performance apresentados visam a cobrir essa lacuna, uma vez que “revelou informações detalhadas e proporcionou riqueza de conteúdos sobre o que os estudantes e egressos acreditavam ser importante para maximizar a satisfação e minimizar a insatisfação dos mesmos, visando uma formação empreendedora para os engenheiros” (CORNÉLIO FILHO, 2003, p.113).

O autor criou um instrumento, julgado por ele como adequado ao perfil diagnosticado, que poderá contribuir na melhoria da performance das Instituições de Ensino Superior, em particular na ação e ensino do empreender que, por meio “de planejamento e ação estratégicos de melhoria em todos os eixos temáticos, é possível maximizar a satisfação e minimizar a insatisfação dos clientes das Instituições de Ensino Superior do estado de Santa Catarina – os futuros engenheiros do Brasil – rumo a uma educação voltada para o empreendedorismo” (CORNÉLIO FILHO, 2003, p. 114).

Ainda na direção de propor e implementar uma metodologia de ensino-aprendizagem, visando ao comportamento empreendedor Friedlaender (2004), desenvolve sua pesquisa de Mestrado junto ao PPGEP (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção) da UFSC. A autora julga ser necessário superar o atual modelo educacional e adotar uma metodologia de ensino-aprendizagem que desperte o comportamento empreendedor em alunos universitários. Considera, que se vive na era do conhecimento e que as universidades devem oferecer as condições necessárias para que os alunos se tornem pessoas proativas, cidadãos participantes da vida da comunidade em que estão inseridos, bons profissionais. Isso se consegue com uma metodologia de ensino aprendizagem adequada, que auxilie os alunos a descobrirem características pessoais que despertam um comportamento empreendedor. A autora destaca que, em levantamento feito em várias bibliotecas e junto a várias instituições de ensino, não se encontrou material nem uma proposta metodológica de como capacitar o atual professor de graduação para ministrar suas disciplinas, visando preparar os alunos para uma cultura empreendedora, auxiliando-os na mudança de atitudes perante as tomadas de decisões em suas vidas. As pesquisas, muitas vezes, estão direcionadas em apontar como ser um empreendedor, como ser um futuro empresário e não em como ter um comportamento empreendedor. Por essa razão, a autora destaca que “o empreendedor não pode ser formado nos termos da educação tradicional. Criando cursos novos, disciplinas sendo incrementadas em currículos já existentes que contribuirão para a educação do empreendedor. É a atitude, a maneira de transmitir conhecimentos que darão condições para que o aluno se torne um indivíduo questionador, pesquisador, avaliador das informações que tem ao seu dispor”

(FRIEDLAENDER, 2004, p. 23). Em síntese, segundo a autora, a ideia é formar pessoas autônomas e que tenham vontade de realização. O profissional atual tem de ter características novas e é tarefa das universidades capacitá-lo para visualizar oportunidades, tomar decisões, ser crítico e conhecedor das novas tecnologias. Por essa razão, afirma que o trabalho do professor se reveste de uma importância ainda maior, visto que é ele que tem que se preparar para poder preparar os alunos com essa nova mentalidade. Portanto, é o “profissional da educação que precisa descobrir, em si mesmo, as condições para também se tornar um empreendedor, utilizando uma metodologia de ensino coerente com a atual situação socioeconômica” (FRIEDLAENDER, 2004, p. 23).

A proposta metodológica apresentada pela autora para a formação docente consiste basicamente dos seguintes pontos: 1- selecionar e organizar os conteúdos de ensino, articulando-os às questões vivenciadas pelos alunos em sua vida profissional e social; 2- provocar a reflexão dos alunos através da proposição de situações em que os interesses possam emergir e eles possam intervir; 3- dispor objetos/elementos/situações, propiciando condições em que o aluno tenha acesso a elementos novos, que possibilitem a elaboração de respostas aos problemas suscitados; e 4- interagir com o aluno, acompanhando o processo de construção, intervindo, sempre que necessário, para manter a sua motivação (FRIEDLAENDER, 2004, p. 82/83). A autora destaca que existem metodologias possíveis de serem adotadas para o desenvolvimento de competências empreendedoras, no entanto, o mais adequado é o método ativo no qual o estudo por projetos e a resolução de problemas se apresentam como os mais importantes.

Em síntese, o tema da educação para o empreendedorismo no ensino superior conta com o maior número de proposições em trabalhos e pesquisas de mestrado e doutorado. Aqui foram apresentados alguns desses trabalhos que se julgou mais emblemáticos para a compreensão da temática. Em termos gerais, observou-se que os estudos estão fundamentados em referencial teórico formado principalmente por alguns economistas clássicos, administradores, teóricos do capital humano e da sociedade do conhecimento. Os autores, em geral, partem de uma análise de conjuntura estudando os casos de universidades, levam em conta, principalmente, o fenômeno da globalização da economia e o enxugamento dos postos de trabalho. Outro aspecto que surge na literatura é a defesa sistemática da necessidade de as universidades desenvolverem projetos voltados para o empreendedorismo como solução para múltiplos problemas sociais relacionados ao emprego e trabalho, cujas origens são pouco discutidas. Também os estudos são muito centrados em propostas metodológicas de como abordar o empreendedorismo nas universidades. Por outro lado, observa-se que a abordagem histórica e a proposição de educar para o empreendedorismo feitas pelos autores prescinde da ideia de totalidade e omite dados

objetivos da realidade, bem como, não apresentam as contribuições de autores mais críticos, o que torna as propostas quase sempre com perfil conservados.

Nessa contextualização histórica se mostram as movimentações acerca do empreendedorismo bem como o volume de recursos investidos neste sentido. Fato que acaba por direcionar um olhar acadêmico para a exploração da educação empreendedora que continua em expansão nos dias atuais.

Da leitura e análise dos textos selecionados para a elaboração da presente seção destaca-se a relevância da educação escolar, em todos os seus níveis e modalidades, promover ações que desenvolvam o espírito empreendedor e ajude a criar uma cultura mais empreendedora, assenta-se numa análise de conjuntura comum que procura caracterizar, de forma ideológica, as mudanças que estão ocorrendo no atual mundo globalizado que está exigindo um novo perfil de trabalhador com capacidade de inovação e atitudes proativas em todos os espaços de atuação. As proposições têm um caráter receituário para corrigir problemas, como, por exemplo, o desemprego, cujas causas não são explicitadas.

Reitera-se que um dos aspectos que ficou latente no balanço dos estudos sobre educação para o empreendedorismo diz respeito à necessidade de se desenvolverem metodologias apropriadas para que ocorra o sucesso da proposição para os diversos níveis e modalidades de ensino, tendo como foco o estudo no ensino superior.

Esta seção procurou apresentar a diversidade de produções que existe em torno da educação para o empreendedorismo, notadamente na perspectiva do ensino superior, e a quantidade muito restrita de trabalhos que estabelecem um diálogo crítico com a proposição, o que, em certa medida, valida o esforço dessa pesquisa. De modo geral, a educação é concebida pelos autores analisados como treinamento, como estratégia pragmática de pretensa resolução de problemas da sociedade atual, como o desemprego, baixo crescimento econômico, má distribuição das riquezas, entre outros. Contudo, não mencionam as causas desses problemas. Portanto, a concepção de educação como formadora de pessoas proativas e inovadoras, abstraídas da concretude histórica, é uma ideologia que serve àqueles que pretendem manter o atual quadro social.

5 O ENSINO E A PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Como visto ao longo desta tese, recentemente o conceito de empreendedorismo ganhou força e novas qualificações, tanto na literatura sobre o tema, quanto na ressignificação de ações empreendedoras, no âmbito dos negócios, do ensino universitário, da atuação empresarial e das características institucionais.

Frente aos inúmeros desafios que o tema propõe, a presente seção está voltada à caracterização do tema em duas frentes, o ensino e a pesquisa do empreendedorismo. Tem por objetivo principal propor e estudar indicadores capazes de expressar e/ou qualificar a experiência nacional neste campo.

Como será observado, a seção apresenta o mapeamento dos principais pesquisadores, principais revistas, principais grupos de pesquisa, principais doutrinadores, principais universidades dedicadas ao ensino e à pesquisa do empreendedorismo.

Para tanto, se apresenta as características da formação empreendedora, com vistas a responder dois questionamentos: 1) quais atores e quais teorias são ensinados nos cursos de graduação; 2) em complemento, quais cursos ensinam o empreendedorismo e como ensinam? Em paralelo, discute-se os resultados de pesquisas brasileiras que foram publicados nas bases Web Of Science e Scopus e se evidencia as características dos grupos de pesquisas.

5.1 Coleta de dados para configuração da dimensão pesquisa

Um dos objetivos desta tese foi mapear os grupos de pesquisa credenciados no CNPq e cujos focos de pesquisa perpassam pela temática empreendedorismo, classificando-os por recortes de abordagem.

Partiu-se da constatação de que o ensino e a pesquisa em empreendedorismo são impulsionados: a) pela articulação de pesquisadores em diferentes níveis da trajetória acadêmica, incluindo desde a iniciação científica até a livre docência; b) grupos de pesquisas são estruturas da formação articulada e de iniciação à pesquisa de qualidade; e c) instituições de ensino, por meio de grupos de pesquisas, consolidam experiências e se posicionam no campo científico por meio da formação de especialistas que se tornam referências nacionais e indivíduos de notório saber.

Para viabilizar o objetivo, procedeu-se a uma pesquisa documental. Foram consultados e analisados o conteúdo do Diretório Nacional de Grupos de Pesquisa do CNPq. A análise documental extraiu um reflexo objetivo da fonte original, permitiu a localização, identificação,

organização e avaliação das informações contidas no diretório, e contextualizará os fatos em determinados momentos, no caso, a realidade dos grupos em 2021.

O Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq reúne informações sobre os grupos de pesquisa em atividade no país, abrangendo pesquisadores, estudantes, técnicos, linhas de pesquisa em andamento, produção científica, tecnológica e artística geradas pelos grupos. Apesar de ser caracterizado por uma base de informações de preenchimento opcional, o universo abrangido pela mesma vem aumentando ao longo do tempo, podendo-se supor ter relativa representatividade da comunidade científica nacional (CARNEIRO; LOURENÇO, 2003; RAPINI, 2007).

As informações foram obtidas mediante consultas on-line do Censo 2020 do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq no módulo 'Plano Tabular'. Este módulo disponibiliza o conjunto de variáveis que podem ser agregadas, de maneiras diversas, na construção de tabelas.

Entre as atividades que foram conduzidas estão:

1 Delimitação dos parâmetros para busca:

Definiu-se que seriam pesquisadas as seguintes expressões: empreender; empreendedor; empreendedora; empreendedorismo; e empreendimento.

Definiu-se que seriam utilizados os seguintes metadados para as buscas: a) base corrente; b) censo atual (2020); c) busca por qualquer palavra; d) local da busca: “Linha de Pesquisa” e) aplicar a busca nos campos: nome do grupo, nome da linha de pesquisa e palavras-chaves da linha de pesquisa.

2 Consulta e Identificação dos grupos dedicados à temática empreendedorismo

Uma vez definidos os parâmetros para as buscas, efetivou-se a consulta no diretório e os resultados foram exportados para planilha do @Excel.

No @Excel utilizou-se o comando localizar duplicados para refinar os resultados, mantendo-se um único registro para cada grupo.

3 Leitura das informações localizadas a fim de mapear: origem do grupo, objetivos do grupo e áreas predominantes de atuação do grupo.

4 Sistematização das principais considerações.

Ao adotar tais procedimentos, obteve-se um mapeamento das características das pesquisas brasileiras, com destaque para grupos de referência, áreas de atuação dos grupos e dimensionamento do potencial nacional para pesquisar e lecionar na temática empreendedorismo, tal qual indicado na sequência.

Espera-se com este mapeamento ter explorado as potencialidades da base de dados em questão como mecanismo auxiliar na investigação das pesquisas em empreendedorismo. As limitações inerentes à coleta das informações e à metodologia devem estar sempre em mente, devendo os resultados ser interpretados com precaução, ou seja, como uma aproximação. Essa base de dados pode ser explorada de inúmeras formas como por exemplo em pesquisas no nível de Unidades da Federação. A continuidade de esforços semelhantes por parte do CNPq talvez permita, no futuro, comparações intertemporais, concomitantemente com o aumento do nosso entendimento sobre o tema no País (RAPINI, 2007).

5.2 Como o empreendedorismo é pesquisado: um mapeamento quantitativo e qualitativo dos grupos de pesquisas no Diretório do CNPq

A investigação da base de dados do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq fornece algumas evidências acerca da articulação recente entre ensino e pesquisa do empreendedorismo no País, mesmo que contemplando uma pequena parcela da comunidade científica nacional.

No diretório existem 484 grupos ativos, os quais focam na produção de estudos sobre as especificidades da sustentabilidade, da economia criativa, dos arranjos produtivos, das interfaces estado e empreendedorismo face às políticas públicas, bem como fatores diversos como produção, consumo e sistemas. Tais fatos ficam exemplificados na nuvem de palavras extraídos dos resumos dos grupos e das linhas, tal qual indicado na figura 2.

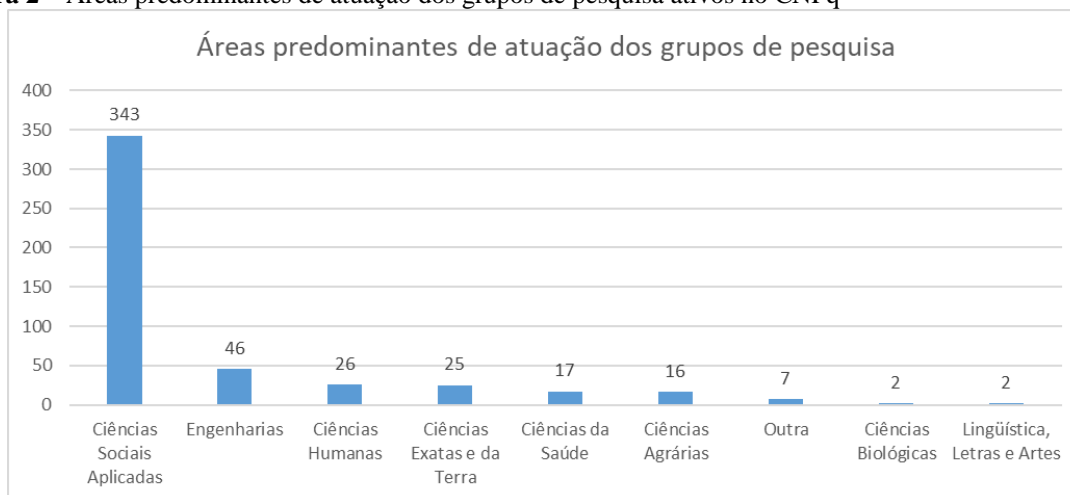
Figura 1 – Nuvem de palavras descritivas dos grupos registrados e ativos no CNPq



Fonte: (Elaboração própria utilizando o software Wordclouds, 2020)

Outro dado revelador é a multidisciplinaridade dos grupos. Como pode ser visualizado na figura 3, existem grupos atuantes nas áreas de Linguística, Letras e Artes, Ciências Biológicas, Ciências Agrárias, Ciências da Saúde, Ciências Humanas e Engenharias, além da Ciências Sociais Aplicadas.

Figura 2 – Áreas predominantes de atuação dos grupos de pesquisa ativos no CNPq



Fonte:(Elaboração própria utilizando dados do Diretório de Pesquisa do CNPq, 2020)

São grupos multidisciplinares, compostos por professores e estudantes cadastrados no Diretório. As áreas de conhecimento com maior concentração de grupos ativos são Ciências Sociais Aplicadas, seguido de engenharias o que indica que há uma tendência de estudar o empreendedorismo sob a gênese das escolas de negócio e das aplicações tecnológicas. Estes grupos foram homologados, credenciados ou atualizados a partir de 2019, tal qual contextualizado na figura 4.

Figura 3 – Áreas predominantes de atuação dos grupos de pesquisa ativos no CNPq

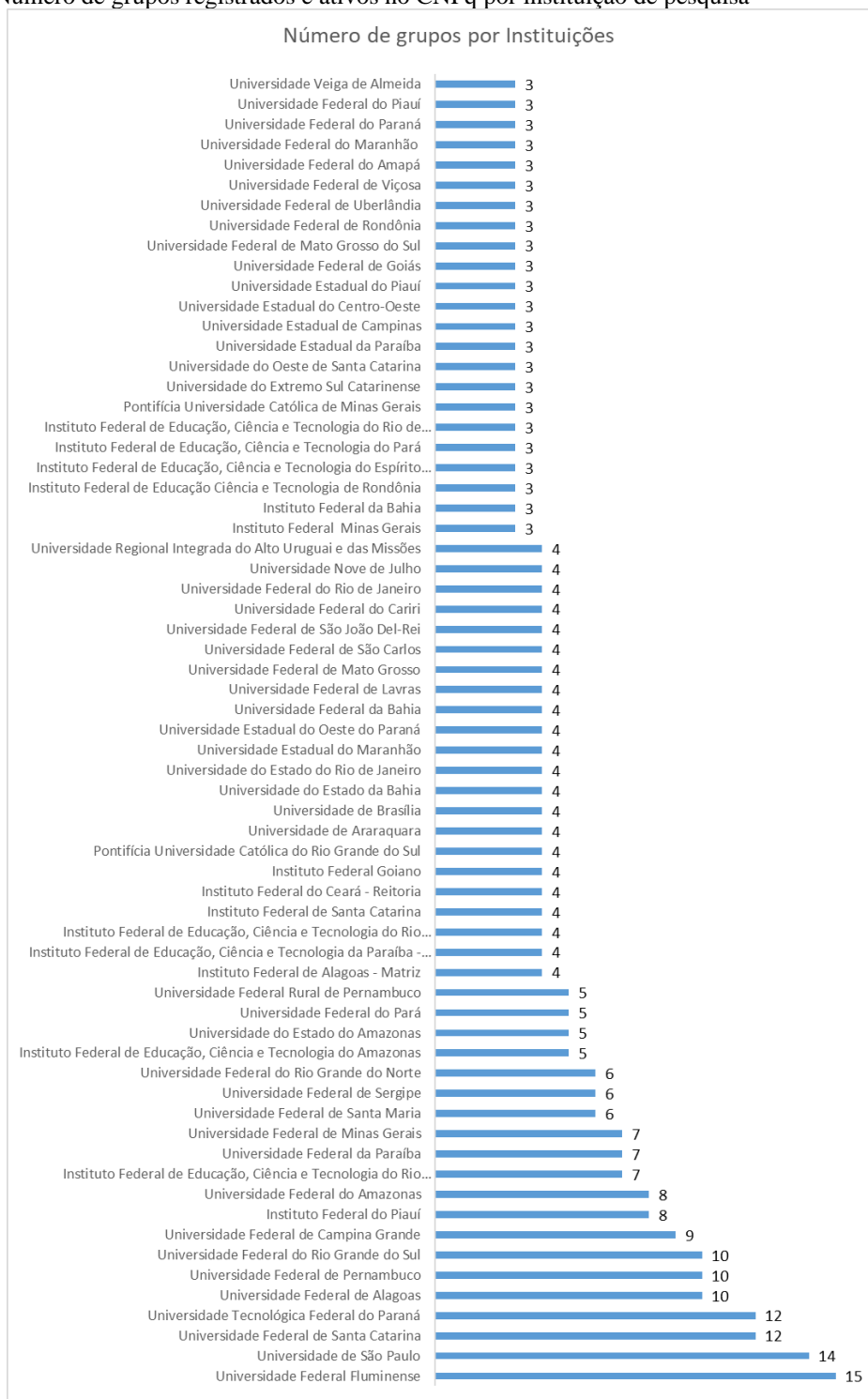


Fonte:(Elaboração própria utilizando dados do Diretório de Pesquisa do CNPq, 2020)

São grupos institucionalizados em 186 Universidades. Em média, existem 2,6 grupos por Instituição. No entanto, algumas se tornam referência e se despontam com um número

maior de grupos de pesquisa, é o caso por exemplo das universidades Universidade Federal Fluminense, com 16 grupos homologados no Diretório do CNPq, a Universidade de São Paulo com 14 grupos ativos ou da Universidade Federal de Santa Catarina e da Universidade Tecnológica Federal do Paraná com 12 grupos cada uma. A seguir são evidenciadas as instituições com três ou mais grupos ativos.

Figura 4 – Número de grupos registrados e ativos no CNPq por instituição de pesquisa



Fonte: (Elaboração própria utilizando dados do Diretório de Pesquisa do CNPq, 2020)

Como se observa há várias instituições de ensino dedicadas à temática do empreendedorismo. Apesar da concentração em alguns polos, tem-se um movimento de ampliação e descentralização das pesquisas pelas unidades da federação brasileira.

Ao observar esses resultados, tem-se um delineamento de agenda de pesquisa futuras. Propõe-se pelo menos três desdobramentos a partir do presente mapeamento. Um primeiro consiste na combinação destas informações com estudos de casos a serem realizados, que complementem a investigação do tema do ensino e da pesquisa no empreendedorismo, tal qual empreendido na seção 5.6. Um segundo, consiste no levantamento das produções científica e tecnológica dos grupos de pesquisa, tal qual observado na seção 5.4. E em terceiro, o desenvolvimento e concepção de indicadores voltados para o mapeamento das características do ensino e da pesquisa do empreendedorismo no Brasil, fato espelhado ao longo desta tese.

5.3 Coleta de dados para configuração da dimensão publicações

A bibliometria é um método e, como tal, contribuiu para o mapeamento da literatura nacional sobre o tema empreendedorismo. Esse método permitiu: a) organizar as características deste campo de pesquisa; b) identificar as principais linhas de pensamento dos pesquisadores; e c) identificar grupos de influenciadores.

As fases de desenvolvimento deste método são: consultas às bases, parametrização dos resultados encontrados e análise das informações via tabulação e criação de redes.

De um modo geral, essa pesquisa se iniciou com a delimitação das questões estruturantes da pesquisa, tais como: bases de pesquisas, *keywords* de busca, Termos BOOLEANOS³ de combinação e campo onde as *keywords* seriam usadas, tal qual evidenciado no quadro que segue:

Quadro 5 – Síntese da estrutura de busca da bibliometria

Base	Estrutura de busca	Resultados
Web of Science	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepreneurship</i> Booleanos: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	200
	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepren*</i> BOOLEANOS: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	444

³ Os termos booleanos são palavras cujo objetivo é definir como deve ser a combinação de termos e expressões de uma pesquisa em um sistema de busca.

	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepreneur</i> Booleanos: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	102
Scopus	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepreneurship</i> Booleanos: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	499
	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepren*</i> Booleanos: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	128
	Pesquisa por: título <i>keywords</i> de busca: <i>entrepreneur</i> Booleanos: <i>and</i> Complemento: LIMIT-TO AFFILCOUNTRY, "Brazil"	217

Fonte: resultados da pesquisa (2021)

Como evidenciado no quadro 5, as buscas foram efetivadas entre 5 e 10 de junho de 2021 e proporcionaram um retorno de 1.590 resultados. Todos os retornos foram exportados para o programa EndNote Web, que permitiu encontrar de forma automática duplicações e padronização das informações obtidas. Em um terceiro momento, foi necessário efetivar leitura dos títulos encontrados para excluir arquivos duplicados e que não foram localizados automaticamente. Um quarto procedimento diz respeito à exportação dos trabalhos para o formato "tab Delimited", o objetivo foi abrir referências na extensão excel para identificar problemas na parametrização. Como resultado, obteve-se 753 trabalhos.

Feito estas etapas de coleta e parametrização, avançou-se para as fases de tabulação e criação de redes. Uma análise bibliométrica perpassa pela geração de redes de relacionamento. Diversas redes podem ser geradas pelo software VosViewer, sendo as principais:

- Rede de Cocitação: Esta rede mostra o relacionamento entre as referências utilizadas pelos artigos da base extraída das bases de dados. Desta forma, mostra os "pilares teóricos" dos artigos e do tema a ser analisado.
- Rede de Co-ocorrência de Palavras-chave: Apresenta as palavras-chave mais utilizadas pelos artigos da amostra e o relacionamento entre elas. Desta forma, pode-se identificar quais temas geralmente são abordados pelos artigos.
- Redes de Coautoria: apresenta o agrupamento dos pesquisadores. Desta forma, se identifica principais pesquisadores atuantes na área.

Outra tabulação

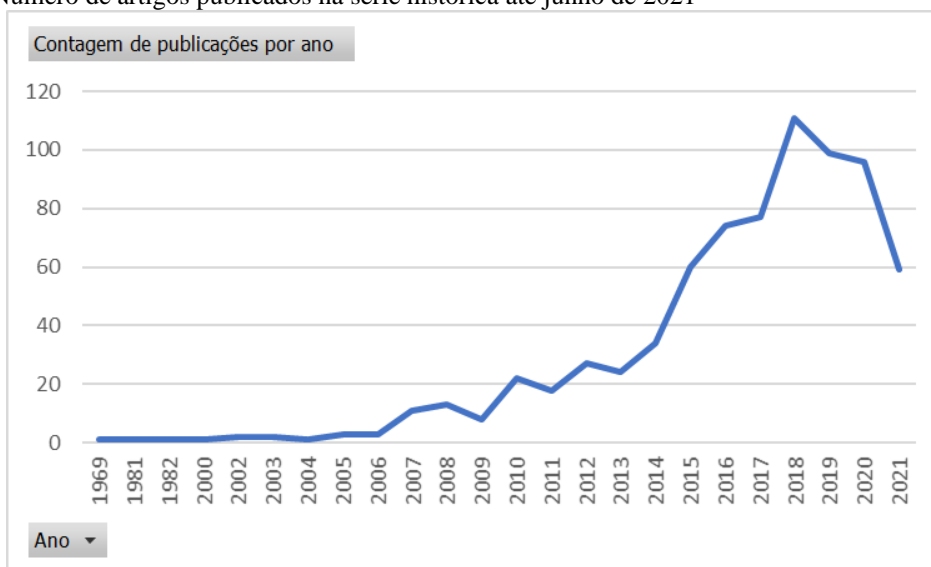
Em paralelo os dados foram tabulados no @Excel para evidenciar a concentração de revistas, universidades e autores.

5.4 Como o empreendedorismo é publicado: um mapeamento do portal de periódicos da Scopus e Web Of Science

O empreendedorismo tem sido tema de estudos de vários pesquisadores que procuram entender como os indivíduos estabelecem relações com o seu negócio, e se eles têm o perfil empreendedor (DIELLO, 2012). Nas bases Scopus e Web Of Science, principais bases de publicações científicas, foram publicados 753 documentos contendo no título variações da expressão *entrepreneurship*, com filtro para buscas de origem no Brasil.

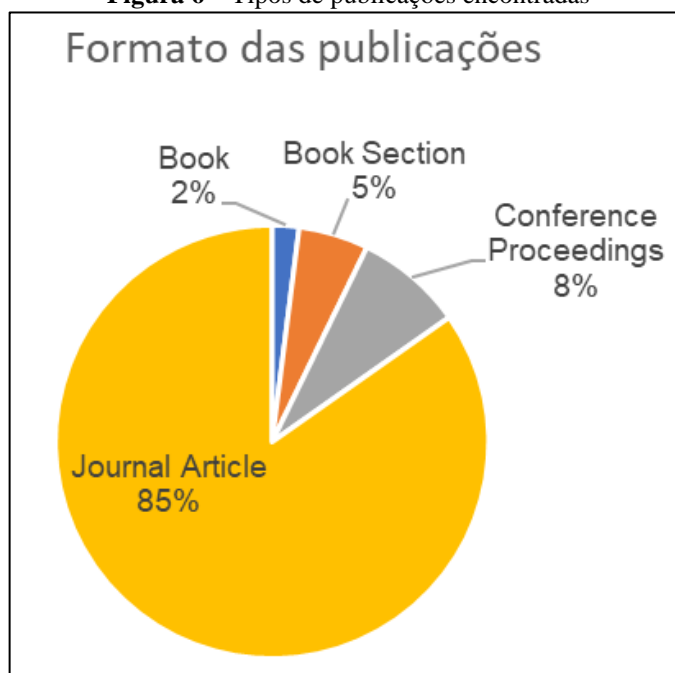
A figura 6 apresenta a evolução dessas publicações que, como se observa, tiveram início no ano de 1969, atingindo o seu ponto máximo em 2018, quando foram publicados 111 trabalhos.

Figura 5 - Número de artigos publicados na série histórica até junho de 2021



Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

De um modo geral, 85% dos textos encontrados foram publicados em periódicos, 8% em anais de eventos científicos, 5% em capítulos de livros e 2% em livros, tal qual evidenciado pela figura 7.

Figura 6 – Tipos de publicações encontradas

Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Em específico, no que tange a produção em periódico, observa-se que a bibliometria identificou uma diversidade de revistas. No total foram identificados 299 periódicos, que publicaram 634 artigos. De um modo geral, tais revistas podem ser categorizadas em 3 faixas, tal qual sintetizado no quadro 6 e ilustrado na figura 8.

Quadro 6 – Estratificação dos periódicos que publicaram sobre empreendedorismo.

Faixa	Descrição	Quantificação
Faixa 1	Periódicos que publicaram mais de 5 artigos e, no conjunto, se responsabilizaram por 40% das publicações totais encontradas	30 periódicos (10% do total)
Faixa 2	Periódicos que publicaram entre 4 e 2 artigos e, no conjunto, se responsabilizaram por 28% das publicações totais encontradas	69 periódicos (23% do total)
Faixa 3	Periódicos que publicaram a penas 1 artigo e, no conjunto, se responsabilizaram por 32% das publicações totais encontradas	200 periódicos (67% do total)

Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Na primeira faixa, tem-se 30 periódicos que se destacaram na representatividade da área, podem ser considerados os principais lócus de publicação. Na tabela 1, tem-se o detalhamento dos periódicos, bem como o número de artigos publicados em cada um.

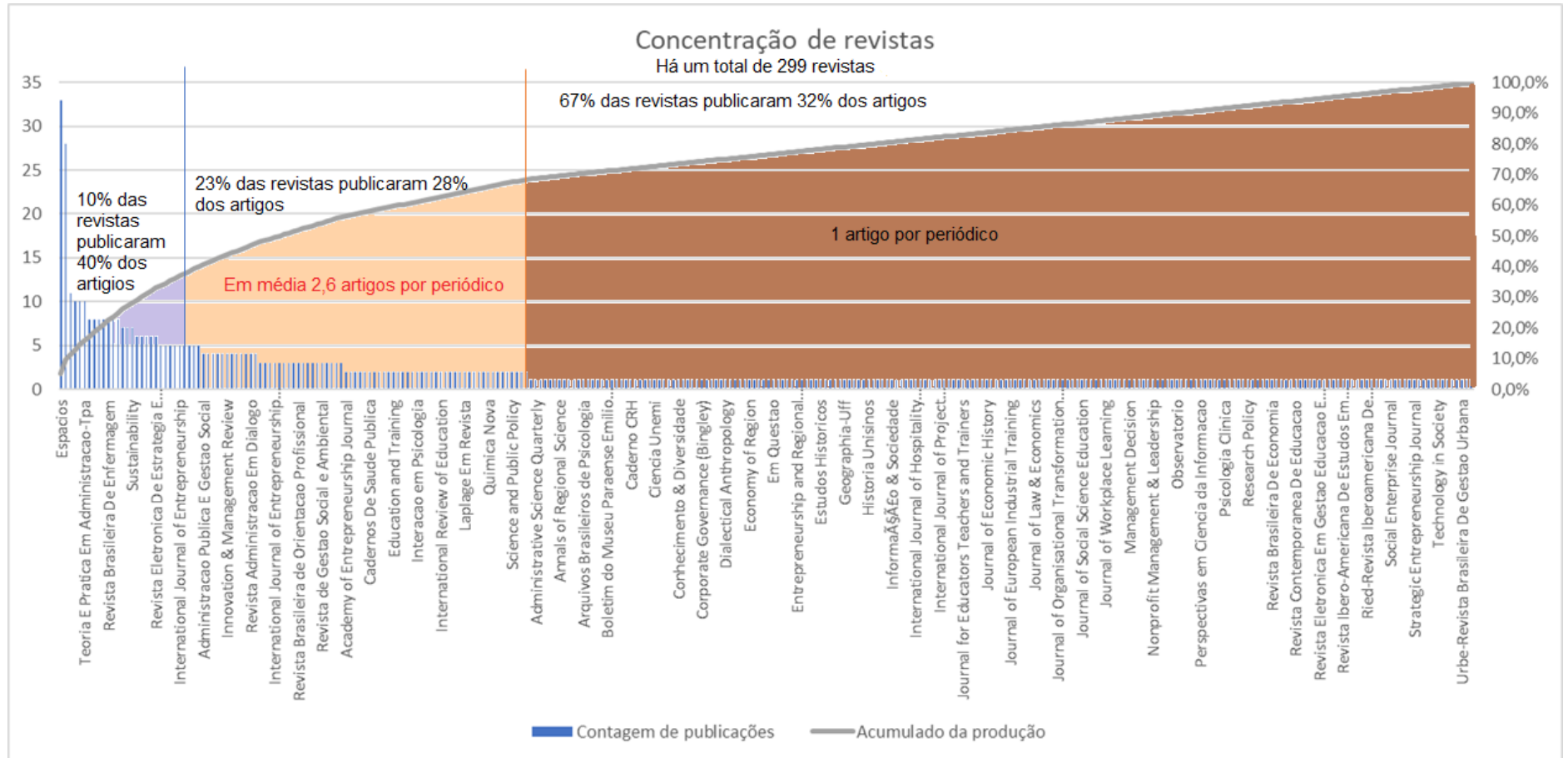
Tabela 1 – Principais revistas da área

Revista	Publicações
Espacios	33
Revista de Administração Mackenzie	28
Revista De Gestão E Secretariado-GESEC	11
Revista de Administração Pública	10
Revista de Sociologia e Política	10
Teoria E Prática Em Administração-TPA	10
Holos	8
Humanidades & Inovação	8
International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	8
RAE - Revista de Administração & de Empresas	8
Revista Brasileira De Enfermagem	8
Revista Ciências Administrativas	8
Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias	8
Gestão e Produção	7
International Journal of Innovation	7
Sustainability	7
Gestão e Desenvolvimento	6
NAVUS-Revista de Gestão e Tecnologia	6
RBGN-Revista Brasileira de Gestão de Negócios	6
Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional	6
Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios - REEN	6
Estudios Gerenciales	5
Interciencia	5
International Entrepreneurship and Management Journal	5
International Journal of Engineering Education	5
International Journal of Entrepreneurship	5
International Journal of Entrepreneurship and Small Business	5
REGE-Revista de Gestão	5
Revista Gestão & Tecnologia-Journal of Management and Technology	5

Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Na tabela 1, um detalhe chamou a atenção, vários periódicos nacionais estão indexados às principais bases de pesquisas mundial e estão se dedicando a temática do empreendedorismo, fato que conota aos pesquisadores nacionais influência acadêmica em nível internacional. Este fato, é ilustrado, sequencialmente, na figura 8.

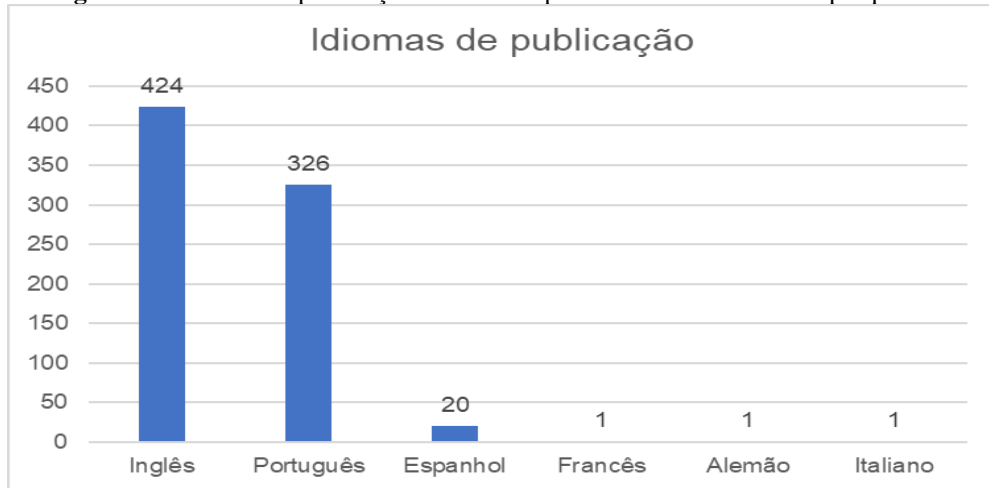
Figura 7 – Categorização das revistas por concentração de publicações



Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Estes trabalhos, algumas vezes publicados em mais de um idioma, viabilizam o acesso às pesquisas e promovem a internacionalização da pesquisa nacional. Entre os principais idiomas de publicação estão o inglês e o português, tal qual evidenciado na figura 9.

Figura 8 – Idiomas de publicação do tema empreendedorismo nas bases pesquisadas



Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Outro dado interessante é que a ampliação do fluxo de publicações indicados na figura 9, em parte foram resultados da ampliação do número de autores dedicados à esta temática. Constatou-se (FIG.9) que os 753 trabalhos publicados nas bases pesquisadas receberam contribuições de 1.866 autores, o que na média proporciona 2,47 autores por texto publicado, percebe-se, portanto, que a área do empreendedorismo no Brasil é pesquisa em sistemas colaborativos e que redes estão sendo formadas, ainda em estágio embrionário.

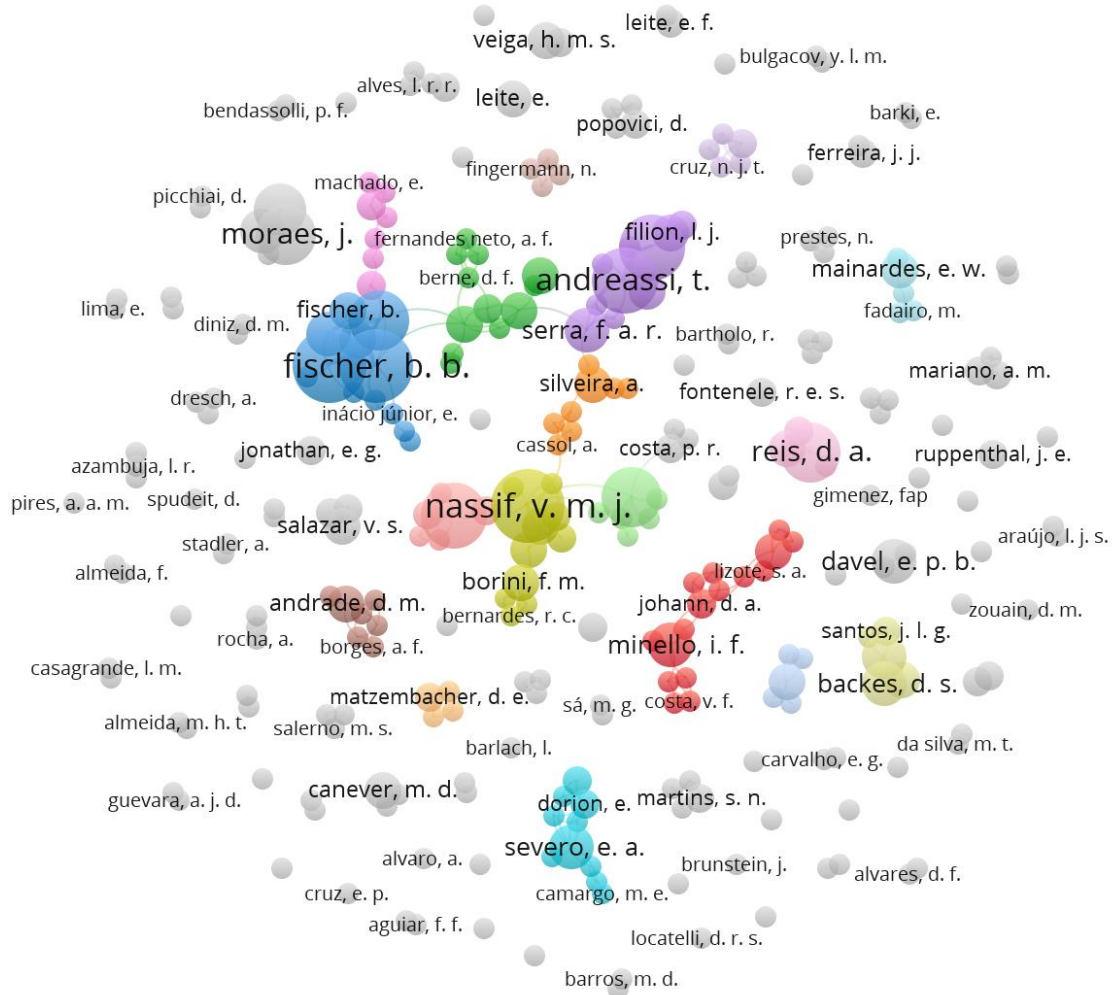
Dentre as redes formadas se destacam a atuação de Fischer, Nassif, Andreasi, Filion, Serra, Menello, Reis, Backes e Savero. Muitos dos quais ativos e atuantes na propagação de teorias empreendedoras, tal qual já apresentado na seção 3 desta tese. Na figura 9, tem-se um detalhamento das redes de pesquisas formadas nas bases pesquisadas. Observa-se (tabela 2) que aproximadamente 84% dos autores não reincidiram nas bases pesquisadas com baixa reincidência nas bases e pouca articulação com outros pesquisadores. Como se pode observar na tabela 2, apenas 299 autores publicaram mais de uma vez na base.

Tabela 2 - Recorrência de publicações por autores

Tipo de participação	Recorrência	Representatividade
Única publicação	1.567	83,97%
Dupla publicação	226	12,11%
Tripla publicação	33	1,76%
Quadrupla publicação	21	1,12%
Múltiplas publicações (5 vezes ou mais)	19	1,01%

Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

Figura 9 – Relação de atores conectados nas publicações das bases consultadas



Fonte: Elaboração própria utilizando o software VOSViewer, 2021

Outro fato que chama atenção na figura 10 é a presença de poucas conexões entre os autores. Dos 299 autores reincidentes, a penas 75 estabeleceram relações de conexão entre si, tal qual enfatizado na figura 11. Chama atenção ainda, o fato de que o campo do empreendedorismo nas bases Web Of Science e Scopus é delimitado por sólidos grupos de conexões. São poucos grupos, mas que se interagem e mantem frequente o número de publicações em parcerias.

Figura 10 – Principais grupos de pesquisas

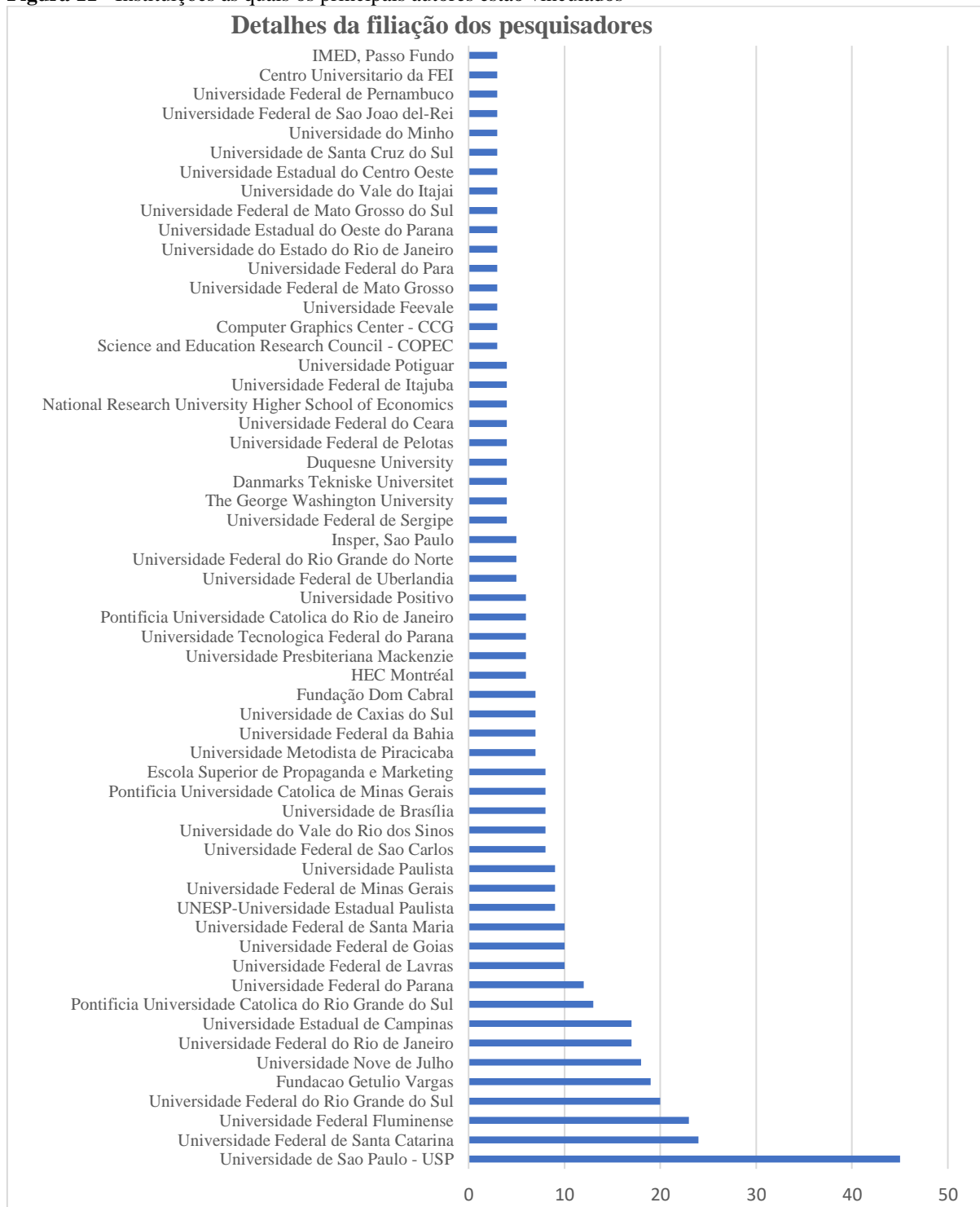


Fonte: Elaboração própria utilizando o software VOSViewer, 2021

As principais conexões de autoria se estabelecem nos grupos de Andreassi, Fischer, Nassif e Martens. De um modo geral, há total de 12 clusters de pesquisadores, o primeiro formado por Andreassi, Bezerra, Borges, Chen, Filion, Guerrazi, Scazziota, Serra, Teixeira e Tonelli; o segundo formado por Berne, Coda, Krakauer, Moraes, Plonski, Ribeiro, Santos e Silva; o terceiro formado por Borba, Cassol, Ferreira, Martins, Nascimento, Rossetto, Santos e

Silveira; o quarto inclui os pesquisadores Carneiro da Cunha, Corrêa, Cunha, Ghobril, Gigueio, Nassif e Vale; no quinto cluster tem-se Dandolini, Gomes Júnior, Guerrero, Iapoli, Machado, Prado e Willerding; no sexto cluster estão Alves, Fischer, Lai, Queiroz, Schaeffer e Vonortas; no sétimo foram percebidos Freitas, Lacerda, Machado, Martens e Martens. No oitavo aglomerado de autores estão Dionísio, Fischer, Gimenez, Inácio Júnior, Meissner e Orsiolli. No nono cluster visualiza-se a presença de Conpany, Hashimoto, Nelson, Rodrigues-Iluesma, Stinchfield e Wood. No décimo aglomerado estão Berne, Carvalho, Farina e Fernandes Neto. No décimo primeiro estão Bernandes, Borini, Oliveira Júnior e Oliveira. Por fim, o último cluster formado por Costa, Itelvino e Ramacciotti.

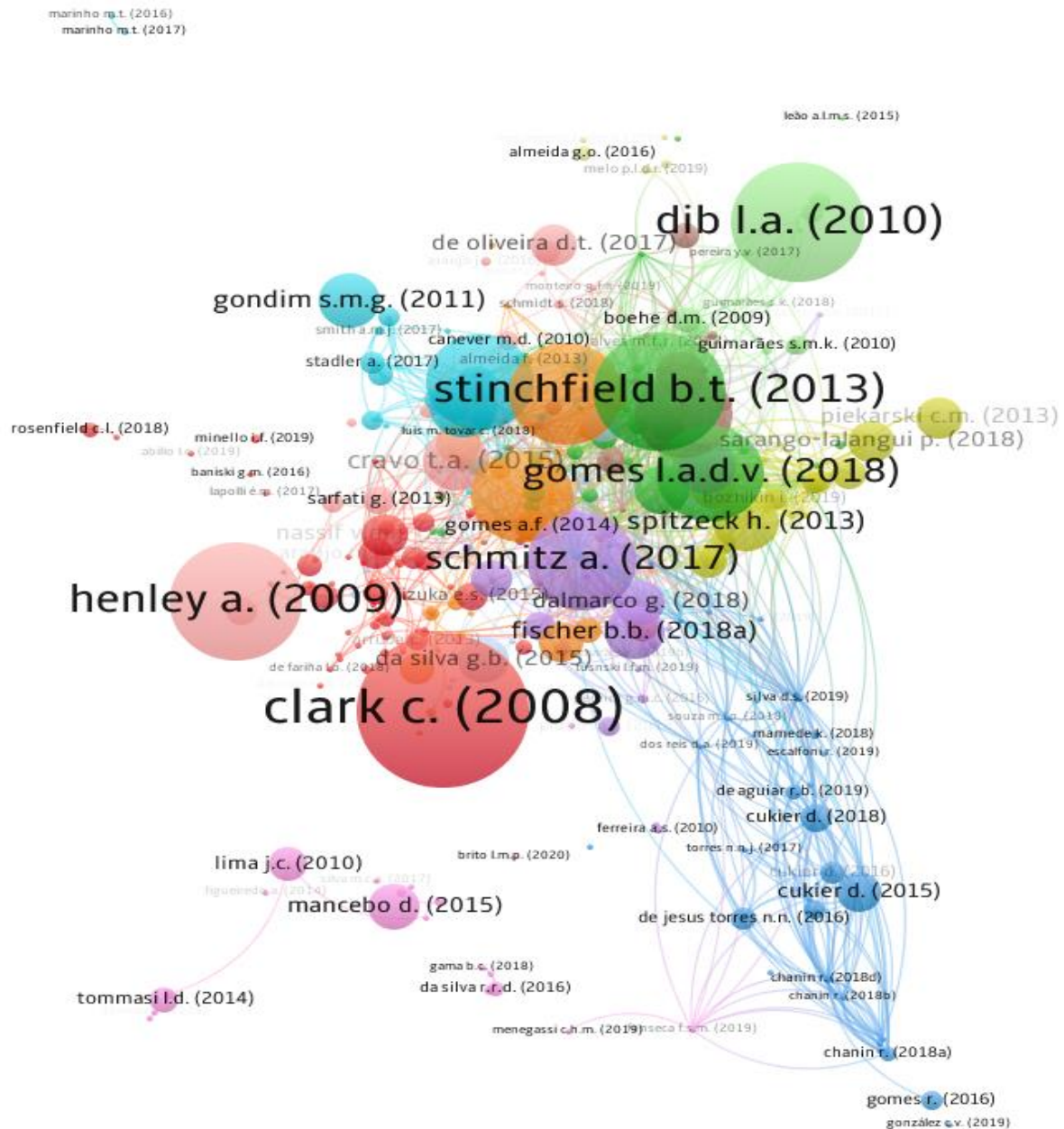
Os autores apresentados nas figuras 9 e 10 estão vinculados principalmente à Universidade de São Paulo, Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade Federal Fluminense, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Fundação Getúlio Vargas, Universidade Nove de Julho, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Estadual de Campinas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Universidade Federal do Paraná, Universidade Federal de Lavras, Universidade Federal de Goiás e Universidade Federal de Santa Maria, tal qual indicado na figura 12.

Figura 11 - Instituições às quais os principais autores estão vinculados

Fonte:(CAMPANHA, 2021)

Outro dado de destaque diz respeito às citações. Nota-se que os textos localizados nas bases foram inúmeras vezes citados, tal qual ilustrado na figura 13.

Figura 12 - Índice de citações nos artigos apresentados nas bases



Fonte: Elaboração própria utilizando o software VOSViewer, 2021

Pode-se perceber (FIG.13) que os autores mais citados são: Clark, C.; Dib, L.A., da Rocha, A., da Silva, J.F.; Stinchfield, B.T., Nelson, R.E., Wood, M.S.; Henley, A., Arabsheibani, G.R., Carneiro, F.G.; Gupta, V.K., Guo, C., Canever, M., Sraw, G.K., Liu, M.; Thorsteinsdóttir, H., Sáenz, T.W., Quach, U., Daar, A.S., Singer, P.A.; Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G.A., de Souza, J.A., Guerrero, M.; Gomes, L.A.D.V., Facin, A.L.F., Salerno, M.S., Ikenami, R.K.; Lima, E., Lopes, R.M., Nassif, V., da Silva, D.; da Costa, A.S.M., Saraiva, L.A.; Martens, C.D.P., Lacerda, F.M., Belfort, A.C., Freitas, H.M.R.D.; Cruz, N.M., Rodriguez

Escudero, A.I., Hernangomez Barahona, J., Saboia Leitao, F. Entre os artigos localizados, 20 receberam no mínimo 20 citações, tal qual demonstrado no quadro 7.

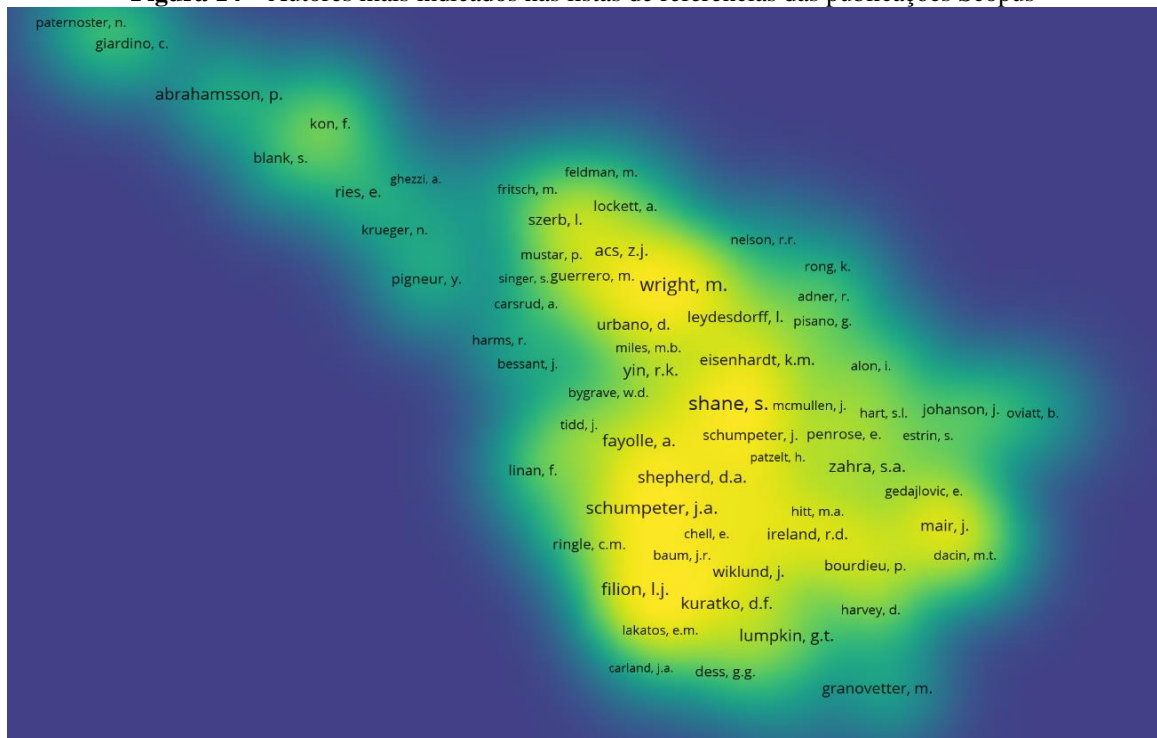
Quadro 7 – Relação dos textos que mais citações receberam na base Scopus

Título	Autor	Ano	Referência	Citado por:
The impact of entrepreneurs' oral 'pitch' presentation skills on business angels' initial screening investment decisions	Clark, C.	2008	Venture Capital, 10(3), p. 257-279	92
The internationalization process of Brazilian software firms and the born global phenomenon: Examining firm, network, and entrepreneur variables	Dib, L.A., da Rocha, A., da Silva, J.F.	2010	Journal of International Entrepreneurship, 8(3), p. 233-253	61
Learning From Levi-Strauss' Legacy: Art, Craft, Engineering, Bricolage, and Brokerage in Entrepreneurship	Stinchfield, B.T., Nelson, R.E., Wood, M.S.	2013	Entrepreneurship: Theory and Practice, 37(4), p. 889-921	59
On Defining and Measuring the Informal Sector: Evidence from Brazil	Henley, A., Arabsheibani, G.R., Carneiro, F.G.	2009	World Development, 37(5), pp. 992-1003	59
Institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: The case of Brazil, China, India, and Korea	Gupta, V.K., Guo, C., Canever, M., Sraw, G.K., Liu, M.	2014	International Entrepreneurship and Management Journal, 10(2), pp. 367-384	47
Cuba—innovation through synergy	Thorsteinsdóttir, H., Sáenz, T.W., Quach, U., Daar, A.S., Singer, P.A.	2004	Nature Biotechnology, 22(12s), pp. DC19-DC24	47
Innovation and entrepreneurship in the academic setting: a systematic literature review	Schmitz, A., Urbano, D., Dandolini, G.A., de Souza, J.A., Guerrero, M.	2017	International Entrepreneurship and Management Journal, 13(2), p. 369-395	44
Unpacking the innovation ecosystem construct: Evolution, gaps and trends	Gomes, L.A.D.V., Facin, A.L.F., Salerno, M.S., Ikenami, R.K.	2018	Technological Forecasting and Social Change, 136, p. 30-48	42
Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian D. Challenges	Lima, E., Lopes, R.M., Nassif, V., da Silva, D.	2015	Journal of Small Business Management, 53(4), p. 1033-1051	42
Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital	da Costa, A.S.M., Saraiva, L.A.	2012	Organization, 19(5), p. 587-614	39
Research on entrepreneurial orientation: current status and future agenda	Martens, C.D.P., Lacerda, F.M., Belfort, A.C., Freitas, H.M.R.D.	2016	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 22(4), p. 556-583	36
The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation behaviour and performance	Cruz, N.M., Rodriguez Escudero, A.I., Hernangomez Barahona, J., Saboia Leitao, F.	2009	Journal of European Industrial Training, 33(3), p. 198-214	20

Fonte: Elaboração própria utilizando referências processadas no @EndNote e tabuladas no @Excel, 2021

conhecimento, empreendedor, orientação empreendedora, estratégias, universidade empreendedora, ciência e tecnologia, empreendedorismo acadêmico, sustentabilidade, intenção empreendedora, oportunidades, capacidades, desempenho, internacionalização, revisão sistemática, ecossistemas empreendedores, atividade empreendedora, modelos, efetuação, transferência de tecnologia, incubadoras, criação de valor, redes sociais, desenvolvimento sustentável, empreendedorismo corporativo, projetos, personalidades, competências, liderança, causalidades.

Nas publicações as referências mais citadas são de autores clássicos das áreas de gestão, inovação, sociologia e da metodologia com destaque Scott Shane, Mike Wright, Henry Etzkowitz, Joseph A Schumpeter, Louis Jacques Fillion, Zoltán J. ACS, Shaker A. Zahra, Erko Autio, Neil Hair, Alain Fayolle, David B. Audretsch, Donald F. Kuratko, Michael E. Porter, G. Thomas Lumpkin, Robert Hisrich, Jeffrey G. Covin, Dean A. Shepherd, José Carlos Assis Dornelas, Per Davidsson, William B. Gartner, Fernando Dolabela, Sankaran Venkataraman, Kathleen M. Eisenhardt, David Urbano, Johan Wiklund, Loet Leydesdorff, Mark Granovetter, Eric Ries, Peter Drucker, Michael Frese, Duane R. Ireland, László Szerb, Johanna Mair, Robert A. Baron, Henry Mintzberg, Nigel Lockett, Roy Thurik, Leo Paul Dana, David Audretsch, Steve Blank, Pierre Bourdieu, Manuel Castells, Danny Miller, Robert B. Anderson, Anders W. Johanson, Michael H. Morris, Gregory G. Dess, Erik Stam, Bart Clarysse, Fabio Kon, J. Gregory. Dees, Michael Peters, Julian Birkinshaw, Wendy Cukier, Maribel Guerrero, Carmine Giardino, Rea Raus, Saras D. Sarasvathy, David C. McClelland, e Francisco Linan, tal qual ilustrado na figura 15.

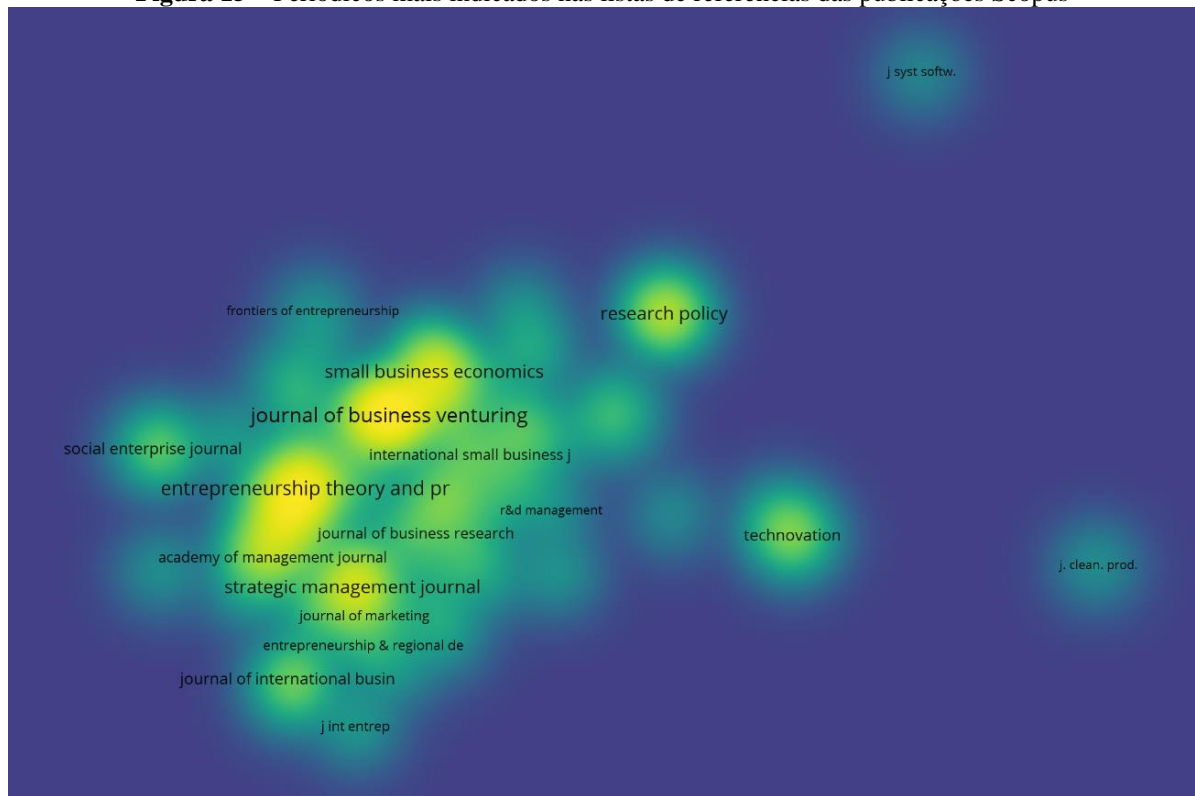
Figura 14 – Autores mais indicados nas listas de referências das publicações Scopus

Fonte: Elaboração própria utilizando o software VOSViewer, 2020.

Tais autores foram citados anteriormente neste texto. Todos constituem teorias importantes para o campo, grande maioria resultado de produção intelectual internacional. Scott Shane, Joseph Schumpeter, Pierre Bourdieu e Mike Wright são pesquisadores de grande influência para a literatura nacional. Percebe-se que são atores das três vertentes e vieses pesquisas e identificados na seção dois desta tese. Isso revela que em plano nacional, a literatura pauta-se em olhares econômicos, sociológicos e administrativos para fundamentação das pesquisas produzidas.

Dentro ainda do escopo das citações apresentadas nos textos encontrados, observa-se, na figura 16, que as revistas mais citadas são revistas internacionais. Ou seja, os pesquisadores brasileiros se alicerçam em publicações internacionais para efetuarem suas produções.

Figura 15 – Periódicos mais indicados nas listas de referências das publicações Scopus



Fonte: Elaboração própria utilizando o software VOSViewer, 2021)

5.5 Coleta de dados para configuração da dimensão ensino

Outro objetivo desta pesquisa foi a investigação de como o empreendedorismo é ensinado, ou seja, em quais disciplinas, em quais cargas horárias, com quais metodologias de ensino e quais objetivos de ensino. Para tanto, se recorreu, novamente à uma pesquisa de natureza qualitativa e desta feita com propósito exploratório interno, embora contribuindo para o caráter descritivo mais geral da pesquisa, teve, como delineamento fundamental, o estudo de casos múltiplos. Como já relatado, os casos investigados foram os das universidades: Universidade de São Paulo – USP, Universidade Federal Fluminense – UFF, Universidade Federal de Santa Catarina – USFC e Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR.

Mais uma vez, a coleta de dados para essa etapa da pesquisa foi realizada por meio da pesquisa documental, precisamente, nas seguintes fontes:

- Sites das universidades para coletar os Planos de Desenvolvimento Institucional (PDI) das universidades, de onde se buscou extrair informações referentes à frequência de menções ao termo empreendedorismo, caracterização da menção efetuada e cursos oferecidos;

- Sites das universidades para identificar cursos que ofereciam disciplinas de empreendedorismo.
- Sites das universidades para coletar informações das ementas e programas de ensino das disciplinas relacionadas ao empreendedorismo.

Para identificar a frequência de termos nos PDI, fez-se uma leitura dinâmica dos documentos, depois efetivou-se buscas no arquivo por meio do comando “CTRL+L” de expressões próximas à empreendedorismo, tais quais: “empreend”, “negócio” e “inovação”. Os resultados foram tabulados no @Excel e fez-se uma leitura atenta das expressões.

Em relação à localização dos cursos que ofereciam disciplinas de empreendedorismo, deve-se ressaltar a multidiversidade de etapas, visto que cada instituição apresenta informações de uma forma específica, no geral, efetivou-se busca em cada curso ofertado, além de contactar os departamentos via e-mail para solicitar maiores informações. Uma vez, localizados cursos e disciplinas, tais informações foram inseridas em uma tabela do @excel para permitir tabulação.

Com cursos e disciplinas identificadas, a próxima etapa foi análise e caracterização do tipo de formação empreendedora aludida em cada disciplina. Para tanto, foram extraídos dos programas e ementários informações diversas como: carga horária, ementa, conteúdo programático, objetivo e referências. Uma vez extraído tais informações foram inseridas no @Excel, padronizadas e tabuladas, permitindo a geração de tabelas e gráficos expostos sequencialmente.

Ressalva-se que muitas informações não estavam disponíveis nas plataformas digitais das universidades, o que demandou contatos por e-mail e telefone para viabilizar o acesso.

5.6 Como o empreendedorismo é ensinado: um estudo múltiplo das universidades com o maior número de grupos de pesquisa

Para caracterizar o ensino do empreendedorismo, fez-se necessário inicialmente, identificar a vocação e a aderência das universidades à temática. Para tanto se recorreu à leitura dos PDI a fim de identificar a frequência ao termo e a caracterização e contextualização da menção, tal qual pontuado no quadro 8.

Quadro 8 – Relação dos textos que mais citações receberam na base Scopus

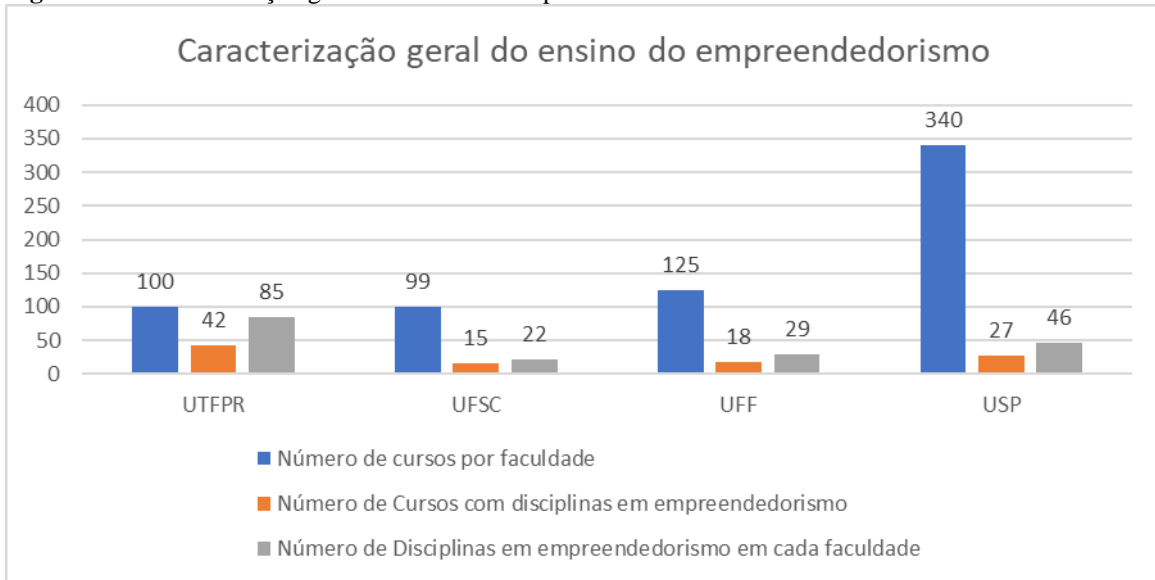
Universidade	Menções	Caracterização da menção efetuada
UTFPR	16	A capacidade empreendedora está muito bem articulada e integrada, em um organograma específico e dedicado com recursos orçamentários, metas, políticas e práticas inerentes ao ensino e à extensão.
UFSC	70	Alta articulação com recursos pessoais, metas, políticas e práticas inerentes ao ensino, à pesquisa e à extensão.
UFF	4	A temática do empreendedorismo é indicada e reconhecida, porém sem uma clara delimitação de ações e práticas inerentes à formação empreendedora.
USP	0	Não há menções ao termo empreendedorismo.

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados do PDI das instituições, 2020)

Um espelhamento da institucionalização da temática do empreendedorismo se dá na inclusão da formação empreendedora na grade curricular dos cursos oferecidos pelas universidades. Nessa seara, nota-se que 15% dos cursos ofertados pelas instituições estudadas incluíram disciplinas de empreendedorismo na formação dos graduandos, sendo que a UTFPR se destoa da média, haja visto que em 42% das grades curriculares foram incluídas disciplinas de empreendedorismo. A UFSC incluiu disciplinas em empreendedorismo em 15,2% das grades curriculares dos cursos ofertados. Patamar próximo ao apresentado pela UFF (equivalente à 14,4%), porém a USP se distanciou da média com a penas 7,9% das grades incluindo disciplinas de empreendedorismo.

Observou-se (figura17) que a UTFPR apresenta disciplinas de empreendedorismo em 42 cursos de graduação, sendo que em média, cada curso oferta duas disciplinas para formação empreendedora. Já a UFSC apresenta 15 cursos com formação empreendedora e 1,4 disciplina em média por grade de curso. Em um patamar semelhante, a UFF dispõe de 29 cursos com formação empreendedora e uma média de 1,6 disciplina por curso. Por fim, a USP dispõe de 47 cursos com formação empreendedora e 1,7 disciplina por curso.

Figura 16 – Caracterização geral do ensino do empreendedorismo nos casos estudados



Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Tal qual observado na figura 5, contabilizou-se a oferta de 191 disciplinas ligadas à formação empreendedora. Estas disciplinas apresentam objetivos diversos, tal qual ilustrado na figura 18. Percebe-se pela nuvem de palavras que as expressões, conceito, oportunidades, processos, planos e modelos são centrais, portanto, são elementos chaves dos objetivos descritos em cada disciplina.

Figura 17 – Nuvem de palavras citadas nos objetivos dos planos de ensino



Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

De um modo geral, pontua-se que um dos objetivos mais recorrentes nas disciplinas de empreendedorismo é o compromisso de apresentar ao aluno os conceitos de empreendedorismo, suas vertentes, seus aspectos principais, fatores de sucessos e fracasso além da indicação das agências de fomento e das linhas de financiamento.

Percebe-se que as universidades buscam avaliar e discutir condições para empreender em áreas específicas, de acordo com a vocação de cada curso. Além de apresentar casos de sucesso de empreendedores nascentes na instituição, fazem forte alusão à relação entre empreendedorismo, inovação, pesquisa e extensão. Esta discussão busca ampliar a discussão sobre o tema e possibilitar a disseminação da cultura empreendedora no curso e futuros egressos. Sendo assim se busca aumentar as competências gerenciais necessárias para formação de empreendedores, indicando variáveis do perfil e comportamento empreendedor. Salienta-se que há no cerne uma discussão sobre as origens e o histórico do empreendedorismo.

Outro objetivo amplamente difundido é o de capacitar o aluno a desenvolver potencial visionário para entender conceitos inovação, identificar oportunidades de negócios e solicitarem propriedade intelectual. Percebe-se que 59,3% das disciplinas buscam analisar a dinâmica do mercado e dos negócios, as oportunidades de negócios, o ciclo de vida das empresas e o processo de inovação. Neste sentido observa-se o ensino das a) técnicas de identificação e aproveitamento de oportunidades, b) a identificação de viabilidade financeira, c) a apresentação dos mecanismos de captação de fontes de recursos e d) a gestão dos riscos inerentes aos negócios são temáticas presentes nas estruturas de formação.

Dentre os aspectos observados se destacam a delimitação das ferramentas de planejamento e de gestão estratégica; as metodologias para Geração de ideias e análise de oportunidades; as estratégias para reconhecimento das limitações encontradas nos dados utilizados e gerenciamento das distorções organizacionais associadas à tomada de decisões. Há ainda apresentação e discussão dos conceitos de inovação sistêmica, inovação contínua e inovação disruptiva, partindo da conceituação macro da inovação, tipos de inovação e Estratégias de Inovação. Pauta-se o ensino no estímulo à reflexão e discussão sobre a influência da inovação e da tecnologia no contexto competitivo das organizações. O plano de fundo fundamenta-se no objetivo de se fornecer referencial conceitual e prático para o processo de inovação e empreendedorismo (desde a concepção de uma ideia ou tecnologia até o desenho do modelo de negócio), com o intuito de introduzir uma nova ideia ou tecnologia no mercado.

Outro dado interessante diz respeito ao fato de que 47% das disciplinas apresentam o objetivo de capacitar o aluno a conhecer, identificar e exercitar as características empreendedoras. Busca-se aplicar o aprendizado da disciplina no processo de gestão e no

exercício da sua própria profissão, buscando soluções éticas por meio da criatividade, trabalho em equipe, planejamento e ação.

Dentre os resultados, espera-se que os alunos apliquem os conhecimentos na elaboração de um projeto para a criação de um novo negócio, que desenvolvam habilidades e conhecimentos necessários para montar e fazer crescer uma empresa. Espera-se também desenvolver capacidade para realizar consultoria em gestão e administração, pareceres e perícias administrativas, gerenciais, organizacionais, estratégicas e operacionais. Além de estimular o intraempreendedorismo e não somente abertura de startups. As disciplinas se conectam com a proposição de constituição de uma cultura ao empreendedorismo.

Alguns cursos buscam ampliar a análise da viabilidade incluindo análise econômica no programa de ensino. Buscam construir o conhecimento sobre Gestão Econômica para proporcionar ao acadêmico, conhecimentos sobre os princípios e fatores relacionados ao Empreendedorismo e à Análise de Investimentos, aperfeiçoar conduta empreendedora, desenvolvendo atividades técnicas e de conhecimentos econômicos e financeiros mais amplos.

Ainda dentro da temática do planejamento e das análises de viabilidade, certas instituições e cursos de graduação se comprometem a capacitar o aluno para proposição de modelagem, prototipagem e estruturação de planos de negócios. Algumas disciplinas focam na estruturação do plano de negócio e outras foram na estruturação de modelos de negócio. No entanto, percebe-se que a ênfase na atividade de planejamento foi evidenciada em 35,7% dos programas das disciplinas.

Ora os cursos buscam estudar o conceito de modelo de negócios e sua utilização para: (1) análise de modelos de negócios atuais; (2) concepção (desenho) de novos modelos de negócios; e (3) inovação de modelo de negócios. Ora buscam fornecer subsídios de estruturação de negócios que permitam os alunos organizar suas ideias, objetivos e estratégias em um Plano de Negócios.

Em complemento, alguns cursos de graduação buscam relacionar conceitos inerentes à gestão das empresas com o pensamento administrativo e o empreendedorismo. Haja visto que em 17,6% das disciplinas há uma proposição de ampliar e aprofundar os conhecimentos da gestão de empresas, com enfoque de visão estratégica ligadas ao campo de trabalho.

Objetiva-se apresentar conceitos básicos de Economia, Administração e Empreendedorismo, com indicações de instrumentos básicos para a criação e gestão de uma empresa, caracterização das diferenças entre portes de empresas e cargas tributárias. Há uma preocupação para que os discentes sejam capazes de dominar noções gerais de organização

empresarial, empregar conceitos jurídicos para o empreendimento e identificar alterações nas teorias administrativas.

Ainda na delimitação dos objetivos da formação empreendedora, ressalta-se que 21 cursos se comprometem a apresentar as principais iniciativas de estímulo e suporte ao empreendedorismo. Em detalhes tem-se o objetivo firmado de, por exemplo, apresentar modelos de sucesso na criação de empresas, promover o alinhamento dos empreendimentos resultantes das disciplinas com aceleradoras, incubadoras, parques tecnológicos e ambientes diversos de apoio ao empreendedorismo e inovação, há ainda estudos sobre mecanismos de fomento e cooperação em pesquisa e desenvolvimento.

Outro objetivo identificado diz respeito ao fomento ao empreendedorismo socioambiental. Em 20 planos de ensino foi observado a indicação dos objetivos de propiciar aos alunos conhecimento sobre os negócios com impacto social, ambiental e ecossistêmico, com vistas a introduzir o referencial teórico-conceitual do Empreendedorismo Social no contexto de Desenvolvimento Sustentável; Compreender as variáveis presentes nas diferentes atividades empreendedoras: empresarial e a caracterização da responsabilidade social corporativa e sustentável.

Os programas das disciplinas de formação empreendedora buscam também capacitar os graduandos para o desenvolvimento de produtos. Dentre os compromissos, cita-se o objetivo de levar aos alunos uma visão sistêmica do processo e desenvolvimento de produtos, com apresentação e aplicação de métodos, técnicas e ferramentas para o desenvolvimento integrado de produtos e serviços em uma visão conjunta dos tópicos que devem ser contemplados durante a concepção e delineamento de um novo produto, novo serviço ou novo negócio. Em paralelo, observa-se que a formação empreendedora busca potencializar seu impacto, ao correlacionar conceitos e fundamentos do empreendedorismo com a difusão do ato de empreender e a valorização do marketing pessoal e a capacidade de liderança. O quadro 9 sintetiza as informações referentes aos objetivos identificados nos programas das disciplinas que oferecem cursos de empreendedorismo.

Quadro 9 – Relação dos principais objetivos identificados e agrupados nos programas

Síntese do objetivo indicado nas disciplinas	Frequência de citação
Proporcionar ao acadêmico o conhecimento das características empreendedoras, perfil, motivações e competências, além de significar o termo empreendedorismo	61,5%
Capacitar o aluno a desenvolver potencial visionário para entender conceitos inovação, identificar oportunidades de negócios e solicitarem propriedade intelectual	59,34%
Capacitar o aluno a conhecer, identificar e exercitar as características empreendedoras.	47,8%
Capacitar os discentes para proposição de modelagem, prototipagem e estruturação de planos de negócios.	35,7%
Contextualizar teorias administrativas, cenários de administração contemporânea e atividade empreendedora.	17,58%
Apresentar as principais iniciativas de estímulo e suporte ao empreendedorismo.	12,08%
Fomento ao empreendedorismo de vertente sócio ambiental.	10,98
Capacitar os alunos para o desenvolvimento de produtos e serviços.	0,3%
Valorizar o marketing pessoal e capacidade de liderança.	0,3%

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Esses objetivos se desdobram em um ementário diversificado, com amplos temas debatidos e ensinados nos cursos de formação empreendedora. Dentre os principais temas estão: Gestão, mercado, negócios, plano e planejamento, inovação, operações e perfil empreendedor, tal qual observado na figura 19,

Figura 18 – nuvem de palavras indicadas nos ementários



Fonte: (Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Tais objetivos são alcançados em disciplinas cuja carga horária se estende de 15 a 120 horas semestrais, sendo que 37,89% das disciplinas apresentam 30 horas de formação; e outras 23,6% apresentam 60 horas, tal qual detalhado na tabela 3. Se observa que na UFF as disciplinas, preponderantemente, apresentam carga horária total de 60 horas; já na UFSC seria de 36 horas e por fim, na USP e UTFPR de 30 horas.

Tabela 3 – Carga horária das disciplinas por faculdade

Carga horária da disciplina	Distribuição da carga horária por faculdade				Total Geral	Representatividade
	UFF	UFSC	USP	UTFPR		
15				2	2	1,05%
28				2	2	1,05%
30	11		24	37	72	37,89%
32				8	8	4,21%
33				2	2	1,05%
35				2	2	1,05%
36		6			6	3,16%
45			2	9	11	5,79%
48				4	4	2,11%
54		3			3	1,58%
60	12	1	18	13	44	23,16%
64	1			1	2	1,05%
68	1				1	0,53%
72		1			1	0,53%
75			5		5	2,63%
80	1				1	0,53%
90			21		21	11,05%
120			3		3	1,58%

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Nos extremos tem-se 2 disciplinas cuja formação se dá em 15 horas e 3 cursos de formação em 120 horas, tal qual apresentado na tabela.

Figura 19 – Carga horária das disciplinas

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

É importante salientar que esta carga horária é divergente na formação dos discentes. Como se observa na tabela 4 que apresenta detalhes das cargas horárias por cursos, como por exemplo o curso de Administração que apresenta um grande número de disciplinas e que são, preponderantemente de 30 horas, o mesmo também acontece para o curso de Administração Pública. Como evidenciado na tabela 4, existe uma diversidade de cursos com uma quantidade baixa de disciplinas de empreendedorismo, mas a seguir destaca-se os cursos: Biblioteconomia e Ciência da Informação com disciplinas de 90 horas, Ciência da Computação com disciplinas de 30 horas, Curso Superior De Tecnologia Em Alimentos com disciplinas de 45 horas, Curso Superior De Tecnologia Em Fabricação Mecânica com disciplinas de 32 horas. O próprio curso de Empreendedorismo conta com disciplinas de 45 horas, Engenharia Civil com disciplinas de 30 horas, assim como as engenharias de alimento, engenharia de bioprocessos e biotecnologia, engenharia de computação, engenharia de produção e engenharia elétrica. Já para o curso de engenharia química a concentração de disciplinas se concentra com cargas horarias de 28 horas. Outro dado interessante apresentado na tabela 4 é o curso de medicina com disciplinas empreendedoras com carga horaria de 15 horas.

Tabela 4 – Detalhamento da carga horária das disciplinas por curso

Graduação em:	Quantidade de cursos por Carga horária de:																	
	15	28	30	32	33	35	36	45	48	54	60	64	68	72	75	80	90	120
Administração			15					1			10	1		1			1	1
Administração Pública			1															
Agronomia								1		1								
Biblioteconomia e Ciência da Informação																		3
Biologia																		1
Biotecnologia			1															
Ciência da Computação			5															1
Ciência e tecnologia							1						1					
Ciências Biológicas			1															
Ciências contábeis											1							
Ciências dos Alimentos																		1
Ciências Econômicas															1			1
Ciências Físicas e Biomoleculares											2							
Curso Superior De Tecnologia Em Alimentos				2					2		1							
Curso Superior De Tecnologia Em Análise E Desenvolvimento De Sistemas			2			1												
Curso Superior De Tecnologia Em Automação Industrial					1													
Curso Superior De Tecnologia Em Fabricação Mecânica				3														
Curso Superior De Tecnologia Em Gestão Ambiental								1										
Curso Superior De Tecnologia Em Manutenção Industrial				2	1						4							
Curso Superior De Tecnologia Em Radiologia				1														
Curso Superior De Tecnologia Em Sistemas De Telecomunicações			1															
Curso Superior De Tecnologia Em Sistemas Para Internet						1						1						

Disciplinas Interdepartamentais	3	1		4		2	1
Empreendedorismo	2	3	1	1		1	
Engenharia Mecatrônica Sistemas Mecânicos	1						
Engenharia Agrônômica						1	1
Engenharia ambiental	1						2
Engenharia Ambiental E Sanitária	1						
Engenharia Automotiva		1					
Engenharia Bioquímica				1			
Engenharia Civil	5						1
Engenharia da computação	1	1					
Engenharia De Alimentos	3						
Engenharia de bioprocessos e biotecnologia	2						
Engenharia de Biosistemas	1			1			
Engenharia de Comp. e Sist. Digitais				1			1
Engenharia de Computação	3						1
Engenharia De Controle E Automação	1						
Engenharia de Energia				1			
Engenharia de Materiais	1			1			
Engenharia de minas	1						
Engenharia de Minas e de Petróleo	1						
Engenharia de Produção	3			3			3
Engenharia de Software	1					1	
Engenharia de transporte e logística		2					
Engenharia Elétrica	3	2		2			
Engenharia ferroviaria		1					
Engenharia Física				1			

Engenharia florestal			1	1		1	1
Engenharia Industrial Elétrica - Ênfase Eletrônica Industrial E Telecomunicações		1					
Engenharia Mecânica	1	2		1	1		
Engenharia Mecatrônica		1	1				
Engenharia Química		5			1		
Engenharia Têxtil		1					
Física					2		
Física Computacional					1		
Física Médica		1					
Gerontologia							1
Gestão Ambiental						1	1
Lazer e Turismo					1		
Licenciatura Em Informática		1					
Medicina	2						
Processos de gestão empresarial do turismo					1		
Química		1			1		
Sistemas de Computação							1
Sistemas de Informação					2		
Têxtil e Moda					1		

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Ao analisar os estudos de casos, pode-se perceber que no total foram indicadas leituras de 588 autores para formação empreendedoras. Os principais autores indicados nas bibliografias básicas e complementares foram Dornelas, Dolabela, Drucker, Chiavenato, Hisrich, Maximiano, Sheperd, Degen, Peters, Bernardi e Filion, tal qual apresentado na tabela 5.

Tabela 5 - Relações de autores indicados nas referências das disciplinas

Autores indicados	Bibliografia		Total Geral
	Básica	Complementar	
DORNELAS, José Carlos Assis	60	70	130
DOLABELA, Fernando	43	41	84
DRUCKER, Peter Ferdinand	25	10	35
CHIAVENATO, Idalberto	8	26	34
HISRICH, Robert D	11	18	29
PETERS, Michael P	10	18	28
MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru	11	15	26
SHEPERD, Dean A	8	17	25
DEGEN, Ronald Jean	9	14	23
BERNARDI, Luiz Antonio	11	9	20
FILION, Louis Jacques	12	7	19
Osterwalder, Alexander	5	12	17
RAMAL, Silvina Ana	12	4	16
ALMEIDA, Flávio de	6	9	15
BARON, Robert A	5	8	13
BESSANT, J. R	6	7	13
SALIM, Cesar Simões	8	5	13
TIDD, Joseph	6	7	13
SHANE, Scott Andrew	5	7	12
CASTOR, Belmiro Valverde Jobim	11		11
HOCHMAN, Nelson	7	4	11
MARIANO, Sandra Regina Holanda	10	1	11
MAYER, Verônica Feder	10	1	11
RAMAL, Andrea Cecilia	7	4	11
CAVALCANTI, Glauco	10		10
GOLEMAN, Daniel	10		10
GRECO, Simara Maria de Souza Silveira	10		10
TOLOTTI, Márcia	10		10

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

Dentre os textos mais indicados, se destacam, livros consagrados, percebidos como manuais para empreender, tal qual os dois títulos de Dornelas (Empreendedorismo: Transformando Ideias Em Negócios e Empreendedorismo corporativo), ou o “O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria

uma empresa” de Dolabela, bem como o texto de DRUCKER (Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios), tal qual observado na tabela 6.

Tabela 6 – Principais textos indicados nas bibliografias estudadas

Referências	Indicações
DORNELAS, J. Empreendedorismo : Transformando Ideias Em Negócios	70
DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo	42
DOLABELA, F. O segredo de Luísa : uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.	32
DRUCKER, P. F. Inovação e espírito empreendedor : prática e princípios.	32
DOLABELA, F. Oficina do empreendedor . Metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza	29
HISRICH, R. D., PETERS, M. P., SHEPERD, D. A. Empreendedorismo	26
MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores : fundamentos da criação e da gestão de novos.	25
CHIAVENATO, I. Empreendedorismo : dando asas ao espírito empreendedor	22
BERNARDI, L.A. Manual de plano de negócios : fundamentos, processos e estruturação	17
FILION, L. J.; DOLABELA, F. Boa ideia! E agora? : plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa	17
ALMEIDA, F. Como ser empreendedor de sucesso : como fazer sua estrela brilhar	15
SALIM, C. S.; HOCHMAN, N.; RAMAL, A. A.; RAMAL, S. A. Construindo planos de negócios	14
DEGEN, R. O empreendedor : Fundamentos da iniciativa empresarial	13
BARON, R. A.; SHANE, S. A. Empreendedorismo : uma visão do processo	12
OSTERWALDER, A. Inovação Em Modelos de Negócios –Business Model Generation	12
CASTOR, B. J. et al. Empreendedorismo tecnológico	11
CAVALCANTI, G.; TOLOTTI, M. Empreendedorismo : decolando para o futuro: as lições do voo livre aplicadas ao mundo corporativo.	10
GOLEMAN, D.; MARIANO, S. R. H.; MAYER, V. F. Liderança	10
GRECO, S. M. S.; TAMADA NETO, M.; FRIEDLAENDER JUNIOR, R. H. Empreendedorismo no Brasil	10

Fonte:(Elaboração própria utilizando dados da pesquisa, 2021)

5.6.1 Como o ensino é evidenciado nas universidades estudadas

A Universidade Tecnológica Federal do Paraná é uma universidade pública mantida pelo governo federal e sua sede está localizada na cidade de Curitiba, capital do estado do Paraná. As bases da instituição decorrem do antigo Centro Federal de Educação Tecnológica do Paraná.

A UTFPR tem como principal foco a graduação, a pós-graduação e a extensão. Oferece 100 cursos superiores de tecnologia, bacharelados (entre eles engenharias) e licenciaturas.

Como também atende à necessidade de pessoas que desejam qualificação profissional de nível médio, a UTFPR oferta 19 cursos técnicos em diversas áreas do mercado, como técnicos de nível médio integrado e cursos técnicos de nível médio subsequentes na modalidade a distância, com polos distribuídos pelos estados do Paraná e de São Paulo.

Com ampla abrangência no Paraná, a UTFPR tem 13 campus no Estado do Paraná. Atualmente, a força de trabalho da UTFPR é de 2.549 professores e 1.176 técnicos-administrativos. O número de estudantes regulares nos cursos técnicos, graduação e pós-graduação passa de 32 mil.

O empreendedorismo é colocado como central na formação dos alunos da UTFPR. Consta como um macro objetivo para a instituição consolidar o empreendedorismo de forma permanente, com dotação orçamentária e recursos humanos dedicados. Sendo que o setor responsável por iniciativas inerentes ao fortalecimento seria o PROREC, com colaboradores oriundos do Prograd.

Este objetivo macro é espelhado na política acadêmica, haja visto que consta como prioridade o estímulo permanente a formação acadêmica voltada à sustentabilidade, inovação, interdisciplinaridade, empreendedorismo e empregabilidade (auto/intraempreendedorismo). Pondera-se que esta política acadêmica se desdobra no desenvolvimento de Competências Profissionais; na política de extensão.

De um modo geral, a UTFPR entende que competência não se limita ao “saber fazer”, pois pressupõe acerto no julgamento da pertinência da ação e no posicionamento, de forma autônoma, do indivíduo diante de uma situação. Para a universidade a ação competente envolve atitude relacionada com a qualidade do trabalho, a ética do comportamento, o cuidado com o meio ambiente, a convivência participativa e solidária, iniciativa, criatividade, entre outros. E, assim sendo, por sua natureza e características, para a UTFPR a educação profissional e tecnológica deve contemplar o desenvolvimento de competências profissionais, gerais e específicas, incluindo os fundamentos científicos e humanísticos necessários ao desempenho profissional e a uma atuação cidadã. Nesta ótica, a adoção do conceito de competência amplia a responsabilidade do ensino, porque exige: o estímulo à criatividade, à autonomia intelectual e ao empreendedorismo.

Nesse sentido, em complemento, observa-se que a política de extensão da UTFPR, contempla o fomento ao empreendedorismo e à inovação. É válido salientar que a UTFPR é uma universidade tecnológica federal. Como tal, tem características exclusivas que a distinguem das demais instituições universitárias. Entre estas características está a Pró-Reitoria de Relações Empresariais e Comunitárias (PROREC), responsável pelas atividades de relações

empresariais, inovação, empreendedorismo e extensão universitária. A área de inovação é responsável pelo registro da propriedade intelectual, incluindo a motivação, fomento e processo de submissão de PI, bem como pela posterior transferência tecnológica deste patrimônio intelectual para a sociedade. A área de empreendedorismo, com forte interação com a área de inovação, envolve o despertar do empreendedorismo nos estudantes da UTFPR, a motivação, a pré-incubação, a incubação, a aceleração, os programas de startups e de empresas juniores.

Observa-se que a área de Inovação e empreendedorismo está representada pela Agência de Inovação Tecnológica (AGINT) que coordena Núcleos de Inovação Tecnológica (NIT) em treze campus da UTFPR. Os mecanismos institucionais de apoio ao empreendedorismo compreendem:

- O Hotel Tecnológico (HT), o qual viabiliza uma pré-incubação para o desenvolvimento de projetos e ideias com ênfase em tecnologia e inovação.
- A Incubadora de Inovações Tecnológicas (IUT), a qual viabiliza a incubação de empresas de base tecnológica da comunidade interna ou externa.
- As empresas juniores (EJr), a quais são constituídas por acadêmicos das áreas de formação da UTFPR.
- O Programa de Empreendedorismo e Inovação (PROEM). Com mais de 25 anos de atuação. O PROEM propicia, além de assessoria de gestão, a participação dos pré-incubados, incubados e estudantes das empresas juniores, em treinamentos, eventos cursos e seminários. De forma mais ampla, através do PROEM, professores, pesquisadores, estudantes e ex-alunos empreendedores da Instituição são motivados a desenvolverem suas boas ideias a partir da estrutura e ambiente privilegiados. O PROEM já está implantado na maioria dos câmpus, de acordo com as condições de infraestrutura, notadamente de espaços e de recursos humanos disponíveis.

A aderência institucional à temática do empreendedorismo se revela, também e inclusive, na política de expansão da oferta de cursos da UTFPR. Para a instituição a ampliação da oferta de novos cursos será condicionado à fatores externos e internos que dependem da disponibilidade de servidores, infraestrutura e recursos financeiros, necessários para a manutenção da universidade. No entanto, indicam que, no atual cenário, a abertura de novos cursos de graduação se faz necessária para estruturar os campus. No entanto, os cursos de graduação em atividade devem ser consolidados primando pela qualidade, com foco na internacionalização, extensão, sustentabilidade, inovação, interdisciplinaridade, empreendedorismo e empregabilidade.

Atualmente a universidade oferta 48 cursos entre bacharelado, licenciatura e tecnologia, em 13 campus. Nestes cursos em seus diversos campus existem 78 disciplinas de ensino ao empreendedorismo.

Já a “Universidade de Santa Catarina” foi constituída em 18 de dezembro de 1960. Para a formação inicial, foram agrupadas sete faculdades localizadas na cidade de Florianópolis, sendo elas as de Direito (1932), Ciências Econômicas (1943), Odontologia (1946), Farmácia e Bioquímica (1946), Filosofia (1952), Medicina (1957) e Serviço Social (1958) . contemporaneamente, com uma história de 60 anos, a UFSC tem a “missão de produzir, sistematizar e socializar o saber filosófico, científico, artístico e tecnológico” e para tanto oferece diversas atividades de ensino, pesquisa, extensão e inovação.

A universidade possui cinco campi nas cidades de Araranguá, Blumenau, Curitibanos, Florianópolis e Joinville. A instituição conta com mais de 5.600 servidores (2.495 docentes e 3.129 técnicos-administrativos em Educação), 1.190 alunos da educação básica, e, aproximadamente, 30 mil matriculados em 120 cursos de graduação (107 presenciais e 13 a distância) e supera 8 mil estudantes nos cursos *stricto sensu* (65 mestrados acadêmicos e 21 profissionais, e 56 doutorados), e 2 mil nos *lato sensu* (sete especializações).

A UFSC, conforme determina sua missão institucional, exerce a função de produção, sistematização e socialização do saber filosófico, científico, artístico e tecnológico, atuando na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão em todas as grandes áreas do conhecimento e em todos os níveis de formação acadêmica. Dessa forma, o ensino, a pesquisa e a extensão não atuam de isoladamente. Além da interação dessas áreas entre si, há a transversalização de outras sete áreas, sendo elas a cultura e arte; o esporte, saúde e lazer; a tecnologia, inovação e empreendedorismo; a internacionalização; a interdisciplinaridade; a inclusão social e diversidade; e a sustentabilidade ambiental.

Nesse sentido, a UFSC dispõe da Gestão da Propriedade Intelectual da Universidade, área responsável por gerir os processos e solicitações de pedidos de depósito da propriedade intelectual produzida no âmbito da UFSC e de suas parcerias. Outro importante âmbito de operação refere-se ao desenvolvimento de parcerias e transferência de tecnologia, que é responsável por promover a interação entre o conhecimento produzido pela Universidade por meio de seus pesquisadores e grupos de pesquisa e o setor produtivo, identificando, no ambiente produtivo, oportunidades de realização de projetos de inovação que poderão ser executados em conjunto com a UFSC e opinando quanto à celebração de acordos, contratos e convênios envolvendo ativos de propriedade intelectual e inovação. A UFSC incentiva, ainda, atividades de empreendedorismo, por meio de ações que disseminem essa cultura, incentivando a

comunidade acadêmica a gerar novos negócios a partir do conhecimento coproduzido entre a Universidade e a comunidade externa, empresas, organizações sociais e sociedade em geral. Este incentivo é explicitamente conduzido em ações estratégicas e integradas e que ficam sob a guarda de um setor específico.

Este setor recebe o nome de Secretaria de Inovação (SINOVA), é o setor responsável por formular, implantar e acompanhar a execução da política de inovação da UFSC. Com efeito, a SINOVA coordena e executa as ações e iniciativas relacionadas à inovação e ao empreendedorismo no ambiente acadêmico, produtivo e social, bem como junto aos ecossistemas de inovação. Em adição, engloba o Núcleo de Inovação Tecnológica da UFSC, exercendo as competências e atribuições previstas em lei;

Pontua-se ainda que, de um modo geral, a tecnologia, a inovação e o empreendedorismo se fazem presentes na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Na dimensão do ensino, busca-se promover a inovação e o empreendedorismo na formação dos estudantes, de modo que se espera contribuir com a formação acadêmica e profissional para a aquisição de competências voltadas à inovação e ao empreendedorismo, alinhadas às demandas do ecossistema de inovação. Na que cerne à dimensão pesquisa que se objetiva realizar a interação da Universidade com o ecossistema de inovação por meio de projetos de P&D que visem à promoção da inovação e da prática empreendedora. Por fim, na dimensão extensão busca-se realizar a interação da Universidade com o ecossistema de inovação e desenvolver projetos de extensão que visem à promoção da inovação e da prática empreendedora.

Para executar a política de apoio ao empreendedorismo na tríade acima elencada, a gestão da universidade visa fomentar a criação de startups, spinoffs e ambientes de inovação por meio de iniciativas próprias ou em parcerias e interações com diferentes atores do ecossistema de inovação. Dentre as iniciativas estratégicas, pontua-se o planejamento para:

- Ampliar a oferta de cursos de pós-graduação lato sensu que fomentem a interdisciplinaridade, a inovação e o empreendedorismo
- Ampliar as ações de capacitação do Programa Caminhos da Inovação e do Programa iSHIS – Startups Humanas Inteligentes Inovadoras e Sustentáveis com a inclusão de novos atores do ecossistema de inovação para disseminar a cultura do empreendedorismo, da propriedade intelectual, da indústria criativa e da gestão da inovação.
- Ampliar as fronteiras da inovação tecnológica e da formação de recursos humanos nas áreas didático-pedagógicas do sul da ilha

- Apoiar iniciativas de práticas inovadoras e de ambientes virtuais no ensino–aprendizagem de pós-graduação lato sensu e stricto sensu.
- Apoiar, na graduação e pós-graduação, iniciativas de oferta de disciplinas e a realização de projetos que fomentem a inovação e o empreendedorismo.
- Consolidar as ações do Projeto SINOVA Startup Mentoring com atividades de mentoria e pré-incubação.
- Coordenar ações para captar recursos, bem como criar e implantar o habitat de inovação – Laboratório iLAB, vinculado ao Programa iSHIS.
- Criar um laboratório de criatividade e inovação.
- Estimular a pré-incubação de startups para novos projetos, incentivando a criação, colaboração, o desenvolvimento e suporte de novos projetos. Incentivar a criação e manutenção de ambientes de inovação que sirvam de suporte para as ações de inovação e empreendedorismo.
- Implantar e aprimorar o Programa Startups Humanas Inteligentes Inovadoras e Sustentáveis (iSHIS).
- Implementar o estágio não obrigatório na Secretaria de Inovação para estudantes de cursos de graduação e pós-graduação stricto sensu.
- Promover a cultura da inovação e a prática empreendedora na UFSC.
- Promover ações de incentivo à inovação e ao desenvolvimento científico e tecnológico, englobando os setores produtivos e sociais.
- Promover o evento de Inovação e Empreendedorismo, voltado para o incentivo à criação de startups na UFSC e vinculado ao programa institucional iSHIS – Startups Humanas Inteligentes Inovadoras e Sustentáveis.
- Propor eventos com a temática inovação e tecnologias no esporte e atividades físicas.

Pondera-se que a Universidade Federal Fluminense foi criada em 1960 com o nome de Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UFERJ), instituída pela Lei 3.958/1961. Originou-se da incorporação das Escolas Federais de Farmácia, Odontologia e Direito (1912), Medicina (1926) e Medicina Veterinária (1936); agregou outras cinco, das quais três eram estaduais, a saber: Enfermagem (1944), Serviço Social (1945), Engenharia (1952) e outras duas, particulares, Ciências Econômicas (1942) e Filosofia (1947).

A Universidade tem 3 campi instalado no município de Niterói - RJ, e possui unidades acadêmicas em outros oito municípios do Estado do Rio de Janeiro – Angra dos Reis (Instituto de Educação de Angra dos Reis); Campos dos Goytacazes (Instituto de Ciências da Sociedade

e Desenvolvimento Regional); Macaé (Instituto de Ciências da Sociedade); Nova Friburgo (Instituto de Saúde de Nova Friburgo - ISNF); Petrópolis (Escola de Engenharia de Petrópolis); Rio das Ostras (Instituto de Ciência e Tecnologia); Santo Antônio de Pádua (Instituto do Noroeste Fluminense de Educação Superior - INFES), e Volta Redonda, onde se situam o Instituto de Ciências Humanas de Volta Redonda, a Escola de Engenharia Industrial e Metalúrgica (EIMVR), e o Instituto de Ciências Exatas (ICEX).

Um princípio básico da instituição é a de que a pesquisa e o ensino de pós-graduação na UFF deverão basear-se no desenvolvimento de profissionais com visão gerencial e empreendedora, que possam intervir de modo criativo e inovador em sua área de atuação; e no desenvolvimento de políticas de inovação, empreendedorismo e cooperativismo.

A instituição reconhece que é necessário avançar no empreendedorismo e inovação (tecnológica ou social) dentro da universidade e no seu relacionamento com a sociedade. Para a instituição é necessário adotar a inovação no contexto de ideias e invenções, não só visando a exploração econômica dos conhecimentos científicos gerados pelas suas inúmeras linhas de pesquisas, mas criando modelos de negócio, novos processos e métodos organizacionais. Se vislumbra ainda o compromisso da universidade com as atividades de empreendedorismo e cooperativismo como compromisso social para a consecução de uma política de inovação

Por fim, indica-se que a Universidade de São Paulo, criada em 1934, é uma universidade pública, mantida pelo Estado de São Paulo e ligada à Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O talento e dedicação dos docentes, alunos e funcionários têm sido reconhecidos por diferentes rankings mundiais, criados para medir a qualidade das universidades a partir de diversos critérios, principalmente os relacionados à produtividade científica.

Esse desempenho, gerado ao longo de mais de oito décadas de uma intensa busca pela excelência, permite à USP integrar um seleto grupo de instituições de padrão mundial. Sua graduação é formada por 183 cursos, dedicados a todas as áreas do conhecimento, distribuídos em 42 unidades de ensino e pesquisa, com mais de 58 mil alunos. A pós-graduação é composta por 239 programas, com cerca de 30 mil matriculados. Atualmente, a USP é responsável por mais de 20% da produção científica brasileira.

Para desenvolver suas atividades, a USP conta com diversos campi, distribuídos pelas cidades de São Paulo, Bauru, Lorena, Piracicaba, Pirassununga, Ribeirão Preto, Santos, São Carlos, além de unidades de ensino, museus e centros de pesquisa situados fora desses espaços e em diferentes municípios.

Desde sua criação, a USP tem respondido com excelência às demandas que a sociedade tem apresentado. Na formação de profissionais qualificados, incorporou o legado de instituições

isoladas, que, desde o século XIX, já desempenhavam importante papel no desenvolvimento social e econômico do Estado de São Paulo. Atuando em todas as áreas do conhecimento, estabeleceu as bases de pesquisa para o desenvolvimento científico no país, tendo desempenhado função relevante na formação da primeira geração de cientistas brasileiros, com o apoio de professores estrangeiros, especialmente europeus.

O seu reconhecimento como Universidade de qualidade contribuiu para a criação dos principais órgãos de fomento à pesquisa no país, como CNPq, CAPES, FINEP e FAPESP. Nos rankings internacionais, a USP ocupa a posição de melhor Universidade da América Latina, sendo certo que possui condições de se fortalecer como universidade de classe mundial.

A vocação para o empreendedorismo não é institucionalizada nos documentos de planejamento da instituição. Fato espelhado na ausência de citações do radical “empreend” no PDI Salienta-se que a USP, utiliza o PDI projetado para o período de 2012 – 2017.

5.7 Discussão dos resultados

O objetivo desta seção foi relacionar características do ensino em empreendedorismo com a prática da pesquisa, evidenciando congruências e divergências a luz da literatura e dos planos de desenvolvimento institucional e pedagógicos. Este estudo se justificou por vários motivos: o primeiro diz respeito ao fato de que influências e relações da literatura, do ensino e da pesquisa em empreendedorismo precisam ser mais bem examinadas no contexto brasileiro.

Como se observou, em relação à pesquisa, existem, no diretório do CNPq, 484 grupos de pesquisa ativos, os quais focam na produção de estudos sobre as especificidades da sustentabilidade, da economia criativa, dos arranjos produtivos, das interfaces estado e empreendedorismo face às políticas públicas, bem como fatores diversos como produção, consumo e sistemas. São grupos multidisciplinares compostos por professores e estudantes de 186 Universidades. Sendo que há uma maior concentração de grupos de estudos em quatro universidades (Universidade Federal Fluminense, Universidade de São Paulo, Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Tecnológica Federal do Paraná). Esta característica de redes de pesquisa é algo inerente ao próprio campo do empreendedorismo.

Em resumo, percebe-se que o empreendedorismo é um assunto que ocupa a agenda de pesquisa de diversas áreas do saber, tais como economia, administração, psicologia, sociologia, ciência política e engenharia dentre outros. Trata-se de uma temática interdisciplinar e cuja complexidade não pode ser analisada a luz do pensamento cartesiano, exige no entanto, um olhar sistêmico e interativo, enraizado na ótica da transversalidade e na busca da extrapolação

sinérgica do fenômeno para as análises de inputs, outputs e resultados da atividade empreendedora, considerando, portanto, as variáveis de entrada (ambientais, políticas, econômicas, sociais e históricas), de processamento (consolidação e maturação da atividade empreendida, em relação aos aspectos, econômicos, financeiros, técnicos, mercadológicos e de gestão) e de saída (mortalidade e sucesso) com todas as relações e interações do ambiente e do ecossistema.

Por apresentar as maiores concentrações de grupos de estudos são também, as universidades com maior capilaridade produtiva. Como indicado estas quatro universidades se configuram no ranking das dez maiores universidades em número de publicações nas bases pesquisadas.

Como reflexo dessa produtividade, percebeu-se também, a ampliação dos quantitativos publicáveis. Nas bases Scopus e Web Of Science foram publicados 753 documentos contendo no título variações da expressão *entrepreneurship*, com filtro para buscas de origem no Brasil. Estes textos foram publicados por 299 periódicos, sendo que dez porcentos destes periódicos concentração 40% das publicações. Outro dado interessante das pesquisas brasileiras é a elevada existência de pesquisadores. Constatou-se que os 753 trabalhos publicados receberam contribuições de 1.866 pesquisadores, todos estes retratam teorias, constructos e modelos analíticos próprios da área do empreendedorismo ou adaptados de outras áreas.

Segundo Dubin (1969), o principal objetivo da geração de teoria nas ciências sociais é aumentar a compreensão existente sobre o comportamento humano, o que permite fazer previsões baseadas em tal comportamento. Como o empreendedorismo é um empreendimento social e econômico, o estudo dele é enriquecido pelo cruzamento de várias disciplinas nas ciências sociais (STINCHFIELD; NELSON; WOOD, 2013). Pondera-se que o campo do empreendedorismo, entendido como domínio específico, não se caracteriza por um paradigma dominante. São várias as disciplinas que o informam e muitas são as perspectivas teóricas e metodológicas que coexistem (CAMARGO; CUNHA; BULGACOV, 2008).

Pontua-se que a teoria impulsiona a evolução da erudição em uma disciplina acadêmica. Ele também molda a conversa acadêmica delineando os limites de um campo, as questões centrais a serem examinadas e os métodos de pesquisa preferidos. A pesquisa em empreendedorismo beneficiou-se de teorias de empréstimo de outras disciplinas, especialmente sociologia, psicologia e economia. No entanto, para muitos pesquisadores, construir e testar a teoria continua sendo um desafio oneroso, levando alguns a ignorar a teoria na condução de suas pesquisas, argumentando que os fenômenos empreendedores estão fora dos limites das teorias conhecidas (ZAHRA, 2007). De um modo geral, estratégias efetivas que ligam a teoria

a contextos empreendedores se concentram em: a) delinear as fronteiras e fontes de novidade desses contextos; b) questionar e sondar suposições amplamente aceitas sobre uma determinada teoria e descobertas anteriores que a usam; e c) reconhecer as contingências chave que influenciam as relações dentro de um determinado contexto (ZAHRA, 2007)

A pesquisa baseada em teorias pode contribuir muito para a compreensão de fenômenos empresariais complexos e dos desafios que os empreendedores enfrentam ao conceber, desenvolver e gerenciar seus empreendimentos. Pesquisas rigorosas e teoricamente fundamentadas podem fornecer aos empreendedores importantes insights sobre o que funciona e o que não funciona, reduzindo as chances de seu fracasso. Ele também pode fornecer aos formuladores de políticas uma base eficaz sobre a qual eles podem mapear seus planos para nutrir, apoiar e colher atividades empreendedoras de forma a melhorar nossa qualidade de vida (ZAHRA, 2007)

Zahra (2007) observa que a construção de teorias é um processo de criatividade e imaginação. Exige uma reflexão cuidadosa sobre a importância e singularidade do fenômeno em questão, as questões exploradas e o contexto da pesquisa. Teorias servem como indicadores que nos dizem o que é importante, por que é importante, o que determina essa importância e quais resultados devem ser esperados. As teorias também orientam o leitor através do que foi encontrado e por que ele enriquece ou até mesmo desafia a compreensão existente. Estudos teoricamente fundamentados dão uma atenção especial ao contexto de suas pesquisas e explicam sua complexidade, singularidade e riqueza. Esses estudos também oferecem argumentos convincentes, fornecem um teste justo desses argumentos e usam as descobertas para refinar e enriquecer a teoria que invocaram. (ZAHRA, 2007). Ao observar a maturação histórica do tema, é possível delinear várias teorias que exploram o empreendedorismo.

Pesquisadores de empreendedorismo frequentemente aplicam teorias subdesenvolvidas em outras disciplinas com diferentes fenômenos em mente. Como tais, essas teorias são fundamentadas em suposições que refletem a natureza de fenômenos distantes, atores e locais. Essas suposições podem ou não se aplicar a contextos empresariais. Um descompasso entre teoria e contexto pode resultar em pistas falsas e achados inconclusivos. Como sempre acontece, resultados inconclusivos encorajam os autores a questionar a utilidade de suas teorias escolhidas, convidam a pesquisas futuras e geram confusão sobre as relações de interesse. Mesmo metanálises podem ser inconclusivas, ampliando a preocupação com as teorias utilizadas e os fenômenos examinados. Algumas dessas questões poderiam ser superadas ligando a teoria da escolha ao fenômeno que está sendo explorado. Pesquisadores de empreendedorismo perdem uma oportunidade de enriquecer sua construção de teoria quando

negligenciam as características dos fenômenos que estudam em termos de sua novidade, singularidade, magnitude, frequência e complexidade (ZAHRA, 2007).

Sendo assim, pondera-se que o desenvolvimento da teoria no campo do empreendedorismo é naturalmente carregado de muitas dificuldades devido à multidimensionalidade do papel do empreendedor e do ambiente em que esse papel é desempenhado (PHAN; CHAMBERS, 2013). De um modo geral, os pesquisadores frequentemente lamentam a ausência de boa teoria no campo do empreendedorismo (BULL; THOMAS, 1993; PHAN, 2004; ZAHRA, 2005A; 2005B; 2007).

No entanto, com o crescente rigor da pesquisa sobre empreendedorismo, tem havido uma atenção marcante para a cuidadosa construção e teste de teorias. No entanto, alguns pesquisadores não prestam atenção adequada ao contexto de suas pesquisas, muitas vezes importando e aplicando teorias existentes de outras disciplinas a novos fenômenos empresariais. A importação é um primeiro passo necessário para o desenvolvimento de teorias únicas que definam e expliquem os fenômenos empresariais.

Em síntese, o campo de pesquisa em empreendedorismo é emergente e em evolução, e os esforços atuais estão fortemente concentrados nos EUA (LASSO; MAINARDES; MOTOKI, 2018). Neste contexto uma ressalva se faz necessária, como Bjørnskov e Foss (2016) argumentam, muitos dos estudos do campo simplesmente assumem que há uma homogeneidade entre indústrias, empresas, países e ambientes institucionais, criando erro de mensuração e, pelo menos parcialmente, explicando a falta de consenso observada na literatura (LASSO; MAINARDES; MOTOKI, 2018; SHANE 1996; MUELLER; THOMAS, 2001; DVIR et al. 2010; BARBA-SANCHEZ E ATIENZA-SAHUQUILLO, 2011).

Em complemento, pondera-se que a disciplina de empreendedorismo respondeu às demandas por conhecimento científico, mudando para uma pesquisa mais orientada pela teoria ao longo do tempo. A necessidade de teorias confiáveis para compreender e prever fenômenos empresariais encorajou a criação de teorias domésticas e a adoção de teorias de uma variedade de campos e disciplinas. Por decorrência, os principais periódicos da área passaram a aceitar os esforços nacionais de construção e teste de teoria para o campo do empreendedorismo (KENWORTHY; MCMULLAN, 2018).

Ainda assim, a aplicação dessas teorias muitas vezes carece de rigor e criatividade, produzindo resultados óbvios ou inconclusivos. Ao compreender a natureza, a riqueza e a dinâmica de seus contextos de pesquisa, os pesquisadores de empreendedorismo podem oferecer explicações mais criativas e perspicazes sobre questões importantes e por que elas são importantes para a descoberta. criação e exploração de oportunidades que dão origem a novos

empreendimentos independentes ou corporativos. As decisões e ações empreendedoras estão centradas na novidade e na criação de variedade. Essas decisões são confusas, uma qualidade que deve nos levar a mergulhar profundamente na psique, nos modelos mentais e nas almas interiores dos empreendedores.

Ampliando ainda mais a contextualização das teorias para o empreendedorismo, Chepurenko (2015) afirma que a promoção do desenvolvimento sustentável da teoria do empreendedorismo, requer ajustes abrangentes na agenda da pesquisa, abarcando novas áreas, como empreendedorismo social, institucional, etc. A pesquisa no campo deve ir além das sociedades ocidentais, abrangendo as chamadas economias de transição e mercados emergentes. Há algumas diferenças contextuais muito importantes entre essas sociedades, que tornam o empreendedorismo específico e tornam importante a investigação de novas instituições e atores, que podem se tornar temas desafiadores da futura teoria do empreendedorismo (CHEPURENKO, 2015)

Contemporaneamente observa-se que há inúmeros constructos explicativos para o movimento empreendedor, cada um com uma peculiaridade e um nível de análise. Uma vez que o interesse pelo empreendedorismo como domínio de pesquisa se intensificou, surgiram novas perspectivas teóricas para explicar as ações e a lógica subjacentes ao comportamento empreendedor. Essas abordagens, que contrastam com o modelo mais tradicional de comportamento empreendedor, têm sido amplamente referidas como as “perspectivas teóricas emergentes” para a pesquisa sobre empreendedorismo (EISENHARDT et al., 2010; FISHER, 2012). Em linhas gerais, essas perspectivas seria um reflexo do desejo no campo do empreendedorismo de fornecer quadros teóricos mais significativos, preditivos e relevantes para pesquisadores, professores, empresários e estudantes. Como resultado desta busca teórica, surgiram teorias que estão enraizadas nas disciplinas, mas foram moldadas para serem exclusivas do estudo do empreendedorismo (ALVAREZ; AUDRETSCH, 2016).

Observa-se assim, que a pesquisa de empreendedorismo está primariamente preocupada em entender por que, quando e como as oportunidades para a criação de bens e serviços surgem; caracterizar as pessoas e empresas que exploram essas oportunidades; e obter insights do estudo do modo como tais oportunidades são exploradas (PHAN; CHAMBERS, 2013). Acentua-se que como o empreendedorismo é um campo de estudo multidisciplinar, multifuncional, multi-contextual e multinível, também acreditamos que uma abordagem única para a política metodológica é inconsistente com o espírito inclusivo do campo (WENNBURG et al., 2019; LOUNSBURY; GEHMAN; ANN GLYNN, 2019)

Uma vez constatado a primazia das universidades indicadas, efetivou-se uma avaliação qualitativo do ensino em empreendedorismo, nestas IEs consideras referencias em publicações. Nessa seara, constatou-se que 15% dos cursos ofertados pelas instituições estudadas incluíram disciplinas de empreendedorismo na formação dos graduandos. Ilustrando, contabilizou-se a oferta de 191 disciplinas ligadas à formação empreendedora.

O principal objetivo destas disciplinas é proporcionar ao acadêmico, o conhecimento das características empreendedoras, perfil, motivações e competências, além de significar o termo empreendedorismo. Dentre o conteúdo programático, percebe-se um ementário diversificado, com amplos temas debatidos e ensinados nos cursos de formação empreendedora. Dentre os principais temas estão: Gestão, mercado, negócios, plano e planejamento, inovação, operações e perfil empreendedor. Tais assuntos são abordados em disciplinas que variam de 15 a 120 horas.

Os principais autores indicados nas bibliografias básicas e complementares foram Dornelas, Dolabela, Drucker, Chiavenato, Hisrich, Maximiano, Sheperd, Degen, Peters, Bernardi e Filion. E as principais obras foram os títulos Empreendedorismo: Transformando Ideias Em Negócios e Empreendedorismo corporativo; O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa; e Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios.

Destes resultados chama a atenção, ausência de textos clássicos da literatura internacional, tal qual Richard Cantillon, Jean Baptiste Say, Frank Knight, Joseph Alois Schumpeter, Israel Kirzner, Max Weber, Werner Sombar e David Clarence McClelland. De um modo geral, se constata que o empreendedorismo é ensino nas universidades pela ótica dos gerencialistas e com uma visão, predominantemente, manualista. Há uma percepção evidente de que as universidades brasileiras seguem a tendência de ensinar a elaborar planos de negócios ou modelos de negócios via textos processualistas.

No entanto, percebe-se também um reflexo do movimento de produção da pesquisa nacional. Dentre os autores mais citados na literatura brasileira publicada nas bases Scopus e Web Of Scence estão presentes, Dornelas, Dolabela e Drucker os autores dos textos mais indicados pelos programas das disciplinas de formação empreendedora.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como visto ao longo deste trabalho, esta tese insere-se na temática do empreendedorismo, preponderantemente, na análise da dinâmica do ensino e da empresa, tendo as teorias sobre o empreendedorismo e sua compreensão como aspecto central. O objetivo principal foi mapear e classificar a literatura contemporânea focada nesta temática além de averiguar como a universidade vem abordando o tema, nas suas dimensões de ensino e pesquisa.

Pontua-se que, inicialmente, acredita-se que no caso brasileiro os estudos sobre o empreendedorismo tiveram uma trajetória da pesquisa para o ensino. E esta prerrogativa se confirmou, há uma congruência de citações. Tanto nas referências da literatura nacional, quanto nas referências dos programas das disciplinas de formação empreendedora se repetem três autores gerencialistas, José Carlos Assis Dornelas, Fernando Dolabela e Peter Drucker. Outro resultado relevante, foi a constatação de que na realidade nacional, o ensino segue a lógica manualista e processual referendada no viés administrativo/gerencialista.

Em específico, essa tese buscou compreender o tema como objeto de estudo e como objeto de ensino. E para tanto, quatro objetivos secundários foram definidos. Em um primeiro momento, buscou-se apurar a evolução, as tendências e os enfoques da literatura contemporânea sobre o tema, com vistas à identificação de recortes e vieses teóricos. Neste sentido, foi esboçado um modelo analítico para compreender o movimento empreendedor, desde a concepção de um quadro referencial até a delimitação de variáveis de suporte à categorização da figura empreendedora.

Conclui-se que há três enfoques predominantes em estudos contemporâneos sobre empreendedorismo, sendo eles, o viés predominantemente econômico; o viés predominantemente sociológicos e/ou culturais; e viés administrativa/ gerencial. Pondera-se que estes enfoques se sobrem e complementam teorias necessárias para a compreensão deste tema tão peculiar e integrativo. Como resultado deste quadro teórico integrativo foi proposto também, um modelo analítico para concepção de estudos descritivos dos perfis e qualificações do empreendedorismo e dos empreendimentos. Constatou-se que este modelo deve ser constituído por categorias e variáveis interdependentes, capazes de abarcar o nível de racionalidade do empreendedor, o nível de tecnologia; o nível de conhecimento, o foco da atividade, a motivação, a dedicação, o grau de formalização, a localização espacial e a origem do empreendedor.

O segundo objetivo específico foi caracterizar a literatura brasileira. Percebe-se que elevada produtividade nacional em bases de pesquisas de referência mundial e percebeu-se que

há forte aderência entre os vieses da literatura contemporânea e a pesquisa acadêmica nacional e isso se reflete nos indicadores de produção bibliográfica.

Outro objetivo desta pesquisa foi mapear os grupos de pesquisa credenciados pelo CNPq focados no tema, classificando-os por recortes de abordagem. Como se observou, em relação à pesquisa, existem, no diretório do CNPq, 484 grupos de pesquisa ativos, os quais focam na produção de estudos sobre as especificidades da sustentabilidade, da economia criativa, dos arranjos produtivos, das interfaces estado e empreendedorismo face às políticas públicas, bem como fatores diversos como produção, consumo e sistemas. São grupos multidisciplinares compostos por professores e estudantes de 186 Universidades. Sendo que há uma maior concentração de grupos de estudos em quatro universidades (Universidade Federal Fluminense, Universidade de São Paulo, Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade Tecnológica Federal do Paraná).

Estes grupos buscam, preponderantemente, inserir a dinâmica da pesquisa desta temática na realidade das universidades brasileiras. Se mostram necessárias para o fortalecimento do campo do empreendedorismo em plano nacional. Eles desenvolvem e aplicam conhecimentos, em um processo social contínuo de aprendizagem individual e coletiva, em que as pessoas aprendem com suas próprias experiências e com as dos outros, desenvolvendo as próprias teorias, as quais são aplicadas, adaptadas e aprendidas por outros, em virtude do efeito sistêmico empreendido.

Este efeito sistêmico é reforçado pela constatação da capilaridade dos grupos de pesquisa, em menor ou maior quantidade, nota-se uma movimentação para estruturação de pesquisas nacionais sobre o que é e como é o empreendedorismo.

Observar tal configuração é relevante, pois permite inferir que há avanços para a consolidação do tema ensino e pesquisa em empreendedorismo no Brasil. São resultados que proporcionam avanços práticos e teóricos ao estado da arte Práticos a medida que construiu modelos analíticos para pesquisas futuras, além de fornecer um mapeamento para concepção de planos de ensino e programas de formação empreendedora. Teórico à medida que revelou um exaustivo e integrativa revisão da literatura, sendo um mapa conceitual de revestida importância para estudos da área.

Em relação específica ao ensino do empreendedorismo, se percebeu que há uma forte orientação prática dentro dos projetos de desenvolvimento institucional das universidades pesquisadas, elas direcionam recursos especialmente desenvolvidos (como financiamento ou coaching), voltados à prática do empreendedorismo, além de ofertarem disciplinas específicas,

palestras, seminários e estudos de caso para promover e encontrar incentivos à ação empreendedora.

Notou-se que os cursos de nível superior que mais oferecem disciplinas de empreendedorismo são: administração e ciências contábeis; engenharias e ciências da computação. Nas IES, as atividades mais desenvolvidas são: Empresa Júnior, incubadoras de empresas e bolsas de iniciação científica. A matriz teórica dos proponentes da educação para o empreendedorismo fundamenta-se nos gerencialistas que produzem manuais orientadores.

O caminho para o ensino de empreendedorismo no Brasil não é muito fácil, porque envolve uma série de quebra de paradigmas e mitos. Desenvolver Programas de Educação Empreendedora não significa somente proceder modificações curriculares; mais que isso, é necessário que a Instituição de Ensino Superior (IES) remodele crenças e, até mesmo, alguns aspectos culturais, vivenciando um verdadeiro processo de mudança organizacional

Sendo assim, as universidades devem se autoanalisar e rever seus papéis históricos e, ao mesmo tempo em que mudam, contribuir na construção da cultura empreendedora na sociedade como um todo, da qual ela mesma é parte constituinte.

Com esta tese, ficou claro que a lógica estrutural da economia, a lógica das narrativas de desenvolvimento e a lógica da organização socioeconômica têm influenciado as oportunidades e o envolvimento de homens e mulheres nas práticas empreendedoras e que isso se reflete nas teorias, nas pesquisas e no ensino do empreendedorismo, tanto em nível nacional, quanto internacional.

Além disso, esta tese se propôs a contribuir com um mapeamento do estado da arte das pesquisas e do ensino do empreendedorismo no Brasil. Como visto, a pesquisa de empreendedorismo nasceu em economias de mercado anglo-saxônicas em constante desenvolvimento, como reflexo da ideologia dominante da criatividade, tomada de risco, capacidade e necessidade de realizações pessoais, aspiração de crescimento e impulso ao lucro das empresas privadas. Outras vertentes teóricas ganharam espaço, derivando também um amplo espectro de definições e perfis para o termo empreendedor.

Nesse contexto, observou-se também, que nos últimos 20 anos o campo do empreendedorismo tem buscado incansavelmente por teorias que permitam aos pesquisadores estudar os fenômenos empreendedores. Em adição apurou-se a existência de várias adjetivações para o termo empreendedor. Como observado, o vocábulo passou a ser acompanhado por uma grande diversidade de adjetivações.

Outra contribuição que este estudo proporcionou foi para o campo de empreendedorismo como um todo. Reconhece-se que o campo de empreendedorismo é recente

no Brasil e ainda são poucos os pesquisadores e os programas de Pós-Graduação com linhas de pesquisa que tenham como foco o empreendedorismo.

Indica-se que a condução da pesquisa contou com muitos percalços. Muitos metadados não são registrados nas bases de pesquisa, além e que muitas informações não são evidenciadas nos portais das universidades. Desta forma a coleta de dados foi, no mínimo desafiado. Desta forma, houve grandes dificuldades para mapear características do ensino e da pesquisa. Além disso, é válido ressaltar as limitações impostas ao estudo aqui apresentado. Primeiro em relação à pesquisa bibliométrica. Foram estabelecidos duas bases internacionais de pesquisa, no entanto, sabe-se que estas são limitadas e não abarcam a totalidade da produção nacional. Outros estudos podem ser produzidos tendo como foco a ampliação das bases pesquisadas. Outra limitação deste estudo, diz respeito à decisão metodológica de qualificar estudos de casos, estes impedem inferências globais, indicam apenas tendências e hipóteses que precisam ser validadas em estudos totaliristas. Reitera-se, no entanto, a metodologia de estudo de caso, com a expectativa de que a pesquisa ora realizada possa ser extrapolada para um universo maior.

Assevera-se ainda que há lacunas que esta tese não foi capaz de abarcar. Se faz necessário compreender as implicações da formação empreendedora nas capacidades de empreender no âmbito da acadêmica. Se faz necessário também investigar incentivos e financiamentos à pesquisa na temática do empreendedorismo, com luz à articulação dos programas de cooperação e articulação com a sociedade e empreendedores, tanto em âmbito quanto público. Outra lacuna que esta tese não cobriu foi a articulação entre ensino, pesquisa e extensão no âmbito universitário para completa compreensão das dinâmicos e capacidades empreendedores. Tais temas merecem destas e estudos futuros.

Para finalizar é válido observar que estudar as publicações sobre empreendedorismo no Brasil é, simultaneamente, uma esperança e um alerta. Uma esperança no sentido que esse tema alimenta vários programas de pós-graduação, estimula uma ampla rede de congressos, simpósios e seminários e propicia carreiras brilhantes para inúmeros pesquisadores. Um alerta, no sentido que o uso das expressões “Teoria do empreendedorismo” “Campo do Empreendedorismo” e “Marco legal do empreendedorismo” – acompanhado por pronunciamentos de autoridades, apresentações, artigos de imprensa e leis – é, muitas vezes, o início de um problema e não seu fim. O alerta é embasado no fato de que esse nicho de estudos é passível de reinvenção e reinterpretção de acordo com as prioridades e possibilidades. Além do mais, o empreendedorismo é um campo ainda em formação, sua complexidade e seu caráter híbrido são marcantes. Nota-se que, diferentemente de outras, onde há certa estabilidade de atores, interesses, posicionamentos e proposições, incluindo as divergências, a temática do

empreendedorismo ainda é incipiente, na prática há pouca vinculação entre as ações, muito menos clareza sobre onde e o que precisa ser discutido.

Deve-se destacar ainda que é preciso proposição de políticas pública para que a formação empreendedora seja ampliada. Não é uma função única da universidade. O empreendedorismo se consolida como mecanismos e alternativas para o enfrentamento de crises e, cumulativamente, se observa ampliação da taxa da atividade empreendedora no Brasil, em complemento à uma taxa alarmante de mortalidade. Tal configuração ressalta a necessidade de programas de formação empreendedora.

Dada a limitação da amostra da pesquisa não é possível extrair resultados generalizantes, mas destaca-se que a pesquisa se restringe as instituições públicas. Pondera-se que, provavelmente, nas instituições privadas o ensino e a pesquisa apresentam formatos e características diferentes. Nas instituições Privadas devem ter outro perfil, voltado ao mercado, ao invés do ensino de pesquisa e extensão da universidade Pública.

Como já mencionado anteriormente nesta tese, as universidades devem se autoanalisar e rever seus papéis históricos e, ao mesmo tempo em que mudam, contribuir na construção da cultura empreendedora na sociedade como um todo, da qual ela mesma é parte constituinte

REFERÊNCIAS

- ABOUBAKER, Nimitha; RENJINI, D. Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value?. **On the Horizon**, 2020.
- AJZEN, Icek et al. **The theory of planned behavior**. Organizational behavior and human decision processes, v. 50, n. 2, p. 179-211, 1991.
- AJZEN, Icek. Residual effects of past on later behavior: **Habituation and reasoned action perspectives**. Personality and social psychology review, v. 6, n. 2, p. 107-122, 2002.
- ALDRICH, Howard E.; CLIFF, Jennifer E. The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. **Journal of business venturing**, v. 18, n. 5, p. 573-596, 2003.
- ALVAREZ, Sharon A.; AUDRETSCH, David; LINK, Albert N. Advancing our understanding of theory in entrepreneurship. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 10, n. 1, p. 3-4, 2016.
- ANDRADE, Renato Fonseca de. **Empreendedorismo em Instituições de Ensino Superior: A Concepção de Docentes e Alunos do Departamento de Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos**. 2003. Tese de Doutorado. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)–Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos: 164 p.
- ARASTI, Zahra; FALAVARJANI, Mansoreh Kiani; IMANIPOUR, Narges. A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. **Higher education studies**, v. 2, n. 1, p. 2-10, 2012.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em questão**, v. 12, n. 1, p. 11-32, 2006.
- ATERIDO, R.; HALLWARD-DRIEMEIER, M.; PAGÉS, C. Big constraints to small firms' growth? business environment and employment growth across firm. **Economic Development and Cultural Change**. v.59, n.3, p.609-647, 2011.
- ATKINSON, D. New university, new possibilities: higher education in Western Canada. **On the Horizon**, v. 27, n. 2, p. 87-97, 2019.
- BACKES-GELLNER, Uschi; MOOG, Petra. The disposition to become an entrepreneur and the jacks-of-all-trades in social and human capital. **The Journal of Socio-Economics**, v. 47, p. 55-72, 2013.
- BAE, T.J.; QIAN, S.; MIAO, C.; FIET, J.O. The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a Meta–analytic review. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n.2, p. 217-254, 2014.
- BAKER, Ted; NELSON, Reed E. Creating something from nothing: **Resource construction through entrepreneurial bricolage**. Administrative science quarterly, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005.

- BAUM, J. Robert; BIRD, Barbara J. The successful intelligence of high-growth entrepreneurs: Links to new venture growth. **Organization Science**, v. 21, n. 2, p. 397-412, 2010.
- BARBA-SÁNCHEZ, Virginia; ATIENZA-SAHUQUILLO, Carlos. Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. **European research on management and business economics**, v. 24, n. 1, p. 53-61, 2018.
- BECKER, J. G. S. **Human Capital: A Theoretical Analysis with Special Reference to Education**, National Bureau for Economic Research, Columbia University Press: New York, NY, 1964.
- BERGLANN, H.; MOEN, E. R.; RØED, K.; SKOGSTRØM, J. F. Entrepreneurship: Origins and returns. **Labour Economics**. v.18, n.2, p.180-193, 2011.
- BERGMANN, Heiko; STERNBERG, Rolf. The changing face of entrepreneurship in Germany. **Small Business Economics**, v. 28, n. 2-3, p. 205-221, 2007.
- BIRD, B. **Entrepreneurial Behavior**. Illinois: Scott Foresman & Co., 1987.
- BIRD, B.; SCHJOEDT, L.; BAUM, R. **Call for papers special issue of entrepreneurship theory and practice on entrepreneur behavior**. 2010
- BIRD, Barbara; SCHJOEDT, Leon. Entrepreneurial behavior: Its nature, scope, recent research, and agenda for future research. In: **Understanding the entrepreneurial mind**. Springer, New York, NY, 2009. p. 327-358.
- BJØRNSKOV, Christian; FOSS, Nicolai J. Institutions, entrepreneurship, and economic growth: what do we know and what do we still need to know? **Academy of Management Perspectives**, v. 30, n. 3, p. 292-315, 2016.
- BORGES, Cândido et al. Empreendedorismo sustentável: proposição de uma tipologia e sugestões de pesquisa. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, n. 1, p. 77-100, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. Cultural reproduction and social reproduction. **London: Tavistock**, v. 178, 1973.
- BULL, Ivan et al. Editors' note: A perspective on theory building in entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, v. 8, n. 3, p. 181-182, 1993.
- BLENKER, Per et al. Methods in entrepreneurship education research: a review and integrative framework. **Education+ Training**, 2014.
- BLOCK, Jorn H.; LANDGRAF, Andreas. The intention of part-time entrepreneurs to become full-time entrepreneurs: the role of financial and non-financial motives. **Available at SSRN 2340046**, 2013.
- BYGRAVE, W. D. The entrepreneurial process. In.: BYGRAVE, W. D.; ZACHARAKIS, A. **The Portable MBA in Entrepreneurship**, 4. ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2007.

CAMARGO, D.; CUNHA, S.K.; BULGACOV, Y.L.M. A psicologia de McClelland e a economia de Schumpeter no campo do empreendedorismo. **RDE**, Salvador, v. 10, n. 17, jan. 2008.

CAMPAGNOLO, Gilles; VIVEL, Christel. Before Schumpeter: forerunners of the theory of the entrepreneur in 1900s German political economy—Werner Sombart, Friedrich von Wieser. **The European Journal of the History of Economic Thought**, v. 19, n. 6, p. 908-943, 2012.

CAMPANHA, L. J. **Implementação da lei do MEI no município de Araraquara-SP: uma análise multidimensional**. Araraquara, Universidade de Araraquara, 2016.

CAMUFFO, A.; GERLI, F.; GUBITTA, P. Competencies matter: Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. **Cross Cultural Management**.v.19, n.1, p.48-66, 2012.

CANTILLON, R. (1755), **Essai la Nature du Commerce en General**, translated in Higgs, H. (1931) (editor), London, Macmillan and Co. Ltd.

CANTILLON, R. **Ensaio sobre a natureza do comércio em geral**. Curitiba: Segesta editora, 2002.

CARNEIRO, S. Jr; LOURENÇO, Ricardo. Pós-graduação e pesquisa na universidade. **Indicadores de Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil**, Campinas: Editora da Unicamp, p. 169-227, 2003.

CAIRD, Sally. Enterprise education: the need for differentiation. **British journal of Education and Work**, v. 4, n. 1, p. 47-57, 1990.

CASTELLS, M. **Networks of outrage and hope: social movements in the internet age**. Cambridge: Polity Press, 2013.

CARO-GONZÁLEZ, F.J., SÁNCHEZ-TORNÉ, I., ROMERO-BENABENT, H. **The TPB model applied to training in entrepreneurship for students in communication** [El modelo TCP aplicado a la formación en emprendimiento de los estudiantes en comunicación].(2018) *Espacios*, 39 (2), art. no. 7, <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85040614848&partnerID=40&md5=1cb9079ec3895903379e14a140adcd2b>

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. editora manole, 2004.

CHAGANTI, Radba; GREENE, Patricia G. Who are ethnic entrepreneurs? A study of entrepreneursapos; ethnic involvement and business characteristics. **Journal of small business management**, v. 40, n. 2, p. 126-143, 2002.v

CHAMBERS, Edward T. **Raízes dos radicais: Organização para poder, ação e justiça**. Editora Bloomsbury, 2018.

CHEUNG, Chi-Kim; AU, Eric. Running a small business by students in a secondary school: its impact on learning about entrepreneurship. **Journal of Entrepreneurship Education**, v. 13, p. 45, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

CHILES, Todd H.; BLUEDORN, Allen C.; GUPTA, Vishal K. Beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship. **Organization Studies**, v. 28, n. 4, p. 467-493, 2007.

CHILES, Todd H.; GUPTA, Vishal K.; BLUEDORN, Allen C. On Lachmannian and effectual entrepreneurship: A rejoinder to Sarasvathy and Dew (2008). **Organization Studies**, v. 29, n. 2, p. 247-253, 2008.

CHIMUCHEKA, Tendai. Entrepreneurship education in South Africa. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, v. 5, n. 2, p. 403-403, 2014.

CHEPURENKO, Alexander. Entrepreneurship theory: new challenges and future prospects. **Форсайт**, v. 9, n. 2 (eng), 2015.

COAN, Marival. Educação para o empreendedorismo como estratégia para formar um trabalhador de novo tipo. 2013.

COHEN, Boyd; MUÑOZ, Pablo. Toward a theory of purpose-driven urban entrepreneurship. **Organization & Environment**, v. 28, n. 3, p. 264-285, 2015.

COLLIS, J; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**: Um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CORNÉLIO FILHO, Plínio et al. **A performance da educação para o empreendedorismo nos cursos de engenharia do estado de Santa Catarina**: uma metodologia de avaliação abrangendo estudantes e egressos. 2003.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, p. 179-197, 2011.

Comissão Europeia (2013), Guide to Social Innovation.

DANIEL, Ana; COLPAS, Flávia; QUARESMA, Rui. O ensino formal do empreendedorismo ao nível universitário: análise de ferramentas e metodologias pedagógicas. 2016.

DA SILVA, Julio Fernando; PENA, Roberto Patrus Mundim. The " Abc" Of Entrepreneurship Education: A Literature Review About Methods And Practices Of Entrepreneurial Education/O" Be-A-Ba" Do Ensino Em Empreendedorismo: Uma Revisao Da Literatura Sobre Os Metodos E Praticas Da Educacao Empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestao de Pequenas Empresas**, v. 6, n. 2, p. 372-402, 2017.

DAVIES, Iain A.; CHAMBERS, Liudmila. Integrating hybridity and business model theory in sustainable entrepreneurship. **Journal of cleaner production**, v. 177, p. 378-386, 2018

DAVIS, Amy E.; SHAVER, Kelly G. Understanding gendered variations in business growth intentions across the life course. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 3, p. 495-512, 2012.

DEAN, Thomas J.; MCMULLEN, Jeffery S. Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. **Journal of business venturing**, v. 22, n. 1, p. 50-76, 2007.

DE ARAUJO, Gracyanne Freire; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Educação empreendedora: avanços e desafios. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, v. 6, n. 3, p. 47-68, 2018.

DE CÁSSIA ARANTES, Rita; FERREIRA, Ana Cristina; ANDRADE, Daniela Meirelles. Temáticas discutidas na disciplina de empreendedorismo nos cursos de administração: um panorama das instituições de ensino superior de Minas Gerais. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 12, n. 3, p. 44, 2018.

DEFOURNY, Jacques; NYSENS, Marthe. El enfoque EMES de la empresa social desde una perspectiva comparada. **Ciriec-España, revista de economía pública, social y cooperativa**, n. 75, p. 6-34, 2012.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DE LIMA RIBEIRO, Ricardo; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araujo Querido; DE ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 10, n. 3, 2014.

DE LIMA RIBEIRO, Ricardo; OLIVEIRA, Edson Aparecida de Araujo Querido; DE ARAUJO, Elvira Aparecida Simões. A contribuição das instituições de ensino superior para a educação empreendedora. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 10, n. 3, 2014.

DE OLIVEIRA, Fabiana Luci. Triangulação metodológica e abordagem multimétodo na pesquisa sociológica: vantagens e desafios. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 51, n. 2, p. 133-143, 2015.

DIELLO, C. C. L. (2012). **Competência Empreendedora: Estudo de múltiplos casos com empreendedores individuais da cidade de Barra do Garças -MT**. Dissertação de Mestrado em Administração. Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, MG, Brasil.

DOLABELA, F. Empreendedorismo: reinvenção através do sonho. *Revista SEBRAE*, Brasília, p. 63, out./nov. 2001.

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 1999. DOLABELA, F. *A vez do sonho*. São Paulo: Cultura, 2000.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORADO, Silvia; VENTRESCA, Marc J. Crescive entrepreneurship in complex social problems: Institutional conditions for entrepreneurial engagement. **Journal of Business Venturing**, v. 28, n. 1, p. 69-82, 2013.

DORNELAS, J. C. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

- DOSI, Giovanni. Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. **Journal of economic literature**, p. 1120-1171, 1988.
- DOSI, Giovanni; TEECE, David J.; WINTER, Sidney. Toward a theory of corporate coherence: preliminary remarks. *Technology and enterprise in a historical perspective*, v. 1, p. 185-211, 1992.
- DUBIN, R. (1969). *Theory building: A practical guide to the construction and testing of theoretical models*. New York: Free Press.
- DU TOIT, G.S., ERASMUS, B.J and STRYDOM, J.W. 2009. *Introduction to Business Management*. 7th Edition. Oxford, Southern Africa.
- DRAKOPOULOU DODD, Sarah; ANDERSON, Alistair R. Mumpsimus e as coisas do empreendedor individualista. **Revista Internacional de Pequenas Empresas**, v. 25, n. 4, p. 341-360, 2007.
- DRUCKER, P. F. *Inovação e espírito empreendedor*. São Paulo: Pioneira, 1986
- DRUCKER, Peter F. et al. The discipline of innovation. **Harvard business review**, v. 80, n. 8, p. 95-102, 2002.
- DUTRA, Ivan; PEIXOTO, Renato Bassan. O ensino de empreendedorismo em Instituições de ensino superior da Região de Londrina. **Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 2, p. 266-274, 2001.
- DVIR, Dov; SADEH, Arik; MALACH-PINES, Ayala. The fit between entrepreneurs' personalities and the profile of the ventures they manage and business success: An exploratory study. **The Journal of High Technology Management Research**, v. 21, n. 1, p. 43-51, 2010.
- KHOURY, Grace; ELMUTI, Dean; OMRAN, Omar. Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures' effectiveness?. 2012.
- EISENHARDT, Kathleen M.; FURR, Nathan R.; BINGHAM, Christopher B. CROSSROADS—Microfoundations of performance: Balancing efficiency and flexibility in dynamic environments. **Organization science**, v. 21, n. 6, p. 1263-1273, 2010.
- ESTRIN, S.; MICKIEWICZ, T.; STEPHAN, U; WRIGHT, M. (2019), **Entrepreneurship in emerging markets**. *The Oxford Handbook of Management in Emerging Markets*: Oxford University Press, Oxford, 2019. 457 p.
- FAYOLLE, Alain; GAILLY, Benoît; LASSAS-CLERC, Narjisse. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. **Journal of European industrial training**, 2006.
- FERNANDES, Luciane Alves; GOMES, José Mário Matsumura. Relatórios de pesquisa nas ciências sociais: características e modalidades de investigação. **ConTexto**, v. 3, n. 4, 2003.
- FERREIRA, Jane Mendes; GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; RAMOS, Simone Cristina. *Estudo Comparativo das Práticas Didático-Pedagógicas do Ensino de Empreendedorismo*

em Universidades Brasileiras e Norte-Americanas. **Revista Alcance**, v. 13, n. 2, p. 207-225, 2006.

FILARDI, Fernando et al. **Desde os Primórdios até hoje em dia será que o Empreendedor ainda faz o que Schumpeter dizia?** Evolução das Características Empreendedoras de 1983 a 2010. DataGramaZero, Rio de Janeiro, v. 12, n. 6, 2011.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FILION, L. J. O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: DOLABELA, F. et al. Empreendedorismo, ciência, técnica e arte. Brasília: Instituto Euvaldo Lodi (CNI Nacional), 2000.

FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de administração, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FISCHER, Denise; MAUER, René; BRETTEL, Malte. Regulatory focus theory and sustainable entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 24, n. 2, p. 408-428, 2018

FISHER, Greg. Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 36, n. 5, p. 1019-1051, 2012.

FOLTA, Timothy B.; DELMAR, Frédéric; WENNBERG, Karl. Hybrid entrepreneurship. *Management science*, v. 56, n. 2, p. 253-269, 2010.

FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa: coleção pesquisa qualitativa**. Bookman Editora, 2009.

FRANCO, April Mitchell; FILSON, Darren. Spin-outs: knowledge diffusion through employee mobility. **The Rand journal of economics**, v. 37, n. 4, p. 841-860, 2006.

FREDERIKSEN, Lars; WENNBERG, Karl; BALACHANDRAN, Chanchal. Mobility and entrepreneurship: evaluating the scope of knowledge-based theories of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 40, n. 2, p. 359-380, 2016.

FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza et al. **Metodologia de ensino-aprendizagem visando o comportamento empreendedor**. 2004.

GALEANO, Ronie; MEURER, Vilma; DE JESUS PREVIDELLI, José. Empreendendo com saúde: Estudo exploratório do perfil do empresário da área da saúde. **Revista de Administração Unimep**, v. 3, n. 1, 2005.

GALVÃO, A.; FERREIRA, J. J.; MARQUES, C. Entrepreneurship education and training as facilitators of regional development: a systematic literature review. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 25, n. 1, p. 17-40, 2018.

GARTNER, William B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of management review**, v. 10, n. 4, p. 696-706, 1985.

GLADWIN, Christian H. et al. Rural entrepreneurship: One key to rural revitalization. **American Journal of Agricultural Economics**, v. 71, n. 5, p. 1305-1314, 1989.

GLOVER, Andy; SHORT, Jacob. **Incorporated entrepreneurs: The first step from the basement to the boardroom**. Working Paper). Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary>, 2009.

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de administração de empresas**, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GORMAN, Gary; HANLON, Dennis; KING, Wayne. Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. **International small business journal**, v. 15, n. 3, p. 56-77, 1997.

GREENWOOD, Royston; SUDDABY, Roy. Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms. **Academy of Management journal**, v. 49, n. 1, p. 27-48, 2006.

GIBB, Allan A. Enterprise culture and education: Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals. **International small business journal**, v. 11, n. 3, p. 11-34, 1993.

GIBB, Allan A. Entrepreneurship and small business management: can we afford to neglect them in the twenty-first century business school?. **British Journal of management**, v. 7, n. 4, p. 309-321, 1996.

GUPTA, Vishal K. et al. The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 2, p. 397-417, 2009.

HALABÍ, C. E.; LUSSIER, R. N. A model for predicting small firm performance: Increasing the probability of entrepreneurial success in Chile. **Journal of Small Business and Enterprise Development**.v.21, n.1, p.4-25, 2014.

HENREKSON, Magnus; SANANDAJI, Tino. Small business activity does not measure entrepreneurship. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 111, n. 5, p. 1760-1765, 2014.

HENRIQUE, Daniel Christian; CUNHA, Sieglinde Kindl da. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, p. 112-136, 2008.

HERMENEGILDO, Jorge Luiz Silva et al. **O uso da abordagem por competências no desenvolvimento de jogos de empresas para a formação de empreendedores**. 2002.

HIPPLE, Steven F.; HAMMOND, Laurel A. **BLS spotlight on statistics: Self-employment in the United States**. 2016.

HISRICH, R. D. The woman entrepreneur: characteristics, skills, problems and prescriptions for success. In: SEXTON, D. L., SMILOR, R. W. (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, 1986. p. 61-81.

HORNADAY, J. A. Research about living entrepreneurs. In: KENT, C. A. et al. (Eds.). *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1982. p. 20-34

HOSKISSON, Robert E. et al. Revitalizing entrepreneurship: The search for new research opportunities. **Journal of Management Studies**, v. 48, n. 6, p. 1141-1168, 2011.

HUBER, L.R.; SLOOF, R.; VAN PRAAG, M. The effect of early entrepreneurship education: evidence from a field experiment. **European Economic Review**, v.72, p. 76-97, 2014.

ISRAEL, Karl-Friedrich. Mises, Ludwig von. 2016.

IRELAND, R. Duane; WEBB, Justin W.; COOMBS, Joseph E. Theory and methodology in entrepreneurship research. **Research methodology in strategy and management**, v. 2, n. 3, p. 111-141, 2005.

ISENBERG, D. Babson entrepreneurship ecosystem project. Babson College (BEEP), 2011

JACOB, Merle; LUNDQVIST, Mats; HELLSMARK, Hans. Entrepreneurial transformations in the Swedish University system: the case of Chalmers University of Technology. **Research policy**, v. 32, n. 9, p. 1555-1568, 2003.

JANSEN, Slinger et al. How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIT, and Utrecht University. **The International Journal of Management Education**, v. 13, n. 2, p. 170-181, 2015.

JAYAWARNA, Dilani; ROUSE, Julia; MACPHERSON, Allan. Life course pathways to business start-up. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 26, n. 3-4, p. 282-312, 2014.

JAYAWARNA, Dilani; JONES, Oswald; MACPHERSON, Allan. Criação de novos negócios e desenvolvimento regional: aprimorando a aquisição de recursos em áreas de privação social. **Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional**, v. 23, n. 9-10, p. 735-761, 2011.

JENNINGS, Jennifer E.; MCDUGALD, Megan S. Work-family interface experiences and coping strategies: Implications for entrepreneurship research and practice. **Academy of management review**, v. 32, n. 3, p. 747-760, 2007.

KATZ, J. A. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. **Journal of Business Venturing**, vol. 18, n. 2, 2003

KENWORTHY, Thomas P.; MCMULLAN, W. Edward. In consideration of entrepreneurship theory. **Scientometrics**, v. 115, n. 2, p. 767-783, 2018.

KIRZNER, I. M. (1979). **Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press.

KLEIN, Peter G. Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, n. 3, p. 175-190, 2008.

KLEIN, P.G.; COOK, M. L. T. W. Schultz and the human-capital approach to entrepreneurship. **Review of Agricultural Economics**, v. 28, n. 3, p. 344-350, 2006.

KNIGHT, Frank Hyneman. **Risk, uncertainty and profit**. Houghton Mifflin, 1921.

KRIPKA, Rosana; SCHELLER, Morgana; BONOTTO, Danusa Lara. Pesquisa Documental: considerações sobre conceitos e características na Pesquisa Qualitativa. **CIAIQ2015**, v. 2, 2015.

KURATKO, Donald F.; AUDRETSCH, David B. Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 33, n. 1, p. 1-17, 2009.

LACHMANN, Ludwig M. Capital and its Structure. **Ludwig von Mises Institute**, 1956.

LACHMANN, Ludwig M. **Complementarity and Substitution in the Theory of Capital. *Economica***, v. 14, n. 54, p. 108-119, 1947.

LANDSTRÖM, Hans; HARIRCHI, Gouya; ÅSTRÖM, Fredrik. Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. **Research policy**, v. 41, n. 7, p. 1154-1181, 2012.

LASSO, Sarah V.; MAINARDES, Emerson W.; MOTOKI, Fabio YS. Types of technological entrepreneurs: a study in a large emerging economy. **Journal of the knowledge economy**, v. 9, n. 2, p. 378-401, 2018.

LEITE FILHO, Geraldo Alemandro. Padrões de produtividade de autores em periódicos e congressos na área de contabilidade no Brasil: um estudo bibliométrico. **Revista de administração contemporânea**, v. 12, p. 533-554, 2008.

LEITE FILHO, F. T.; RAMOS, I. M. M.; RAMOS, R. R. (2012). O impacto do programa MEI para os Microempreendedores da cidade de Juazeiro do Norte. In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2012, Goiânia. **Anais...**, p. 1–20.

LÉVESQUE, B. Empreendedor coletivo e economia social: outra forma de empreender. *Revista Virtual de Gestão de Iniciativas Sociais*, v. 1, p. 44-64, out. 2004.

LEVINE, Ross; RUBINSTEIN, Yona. O empreendedorismo compensa. **The Michael Bloomburgs, he Hot Dog Vendors, and the Returns to Self-Employment**, 2013.

LÉVI-STRAUSS, C. **The savage mind**. Chicago: The University of Chicago Press, 1966.

LIMA, E.; LOPES, R. M. A.; NASSIF, V. M. J.; SILVA, D. Oportunities to improve entrepreneurship education: contributions considering Brazilian Challenges. **Journal of Small Business Management**, v.53, n. 4, p. 1033–105, 2015

LOUNSBURY, Michael; GEHMAN, Joel; ANN GLYNN, Mary. Beyond homo entrepreneurs: Judgment and the theory of cultural entrepreneurship. **Journal of Management Studies**, v. 56, n. 6, p. 1214-1236, 2019.

LOPES, R., Lima, E.; NASSIF, V. ed., (2017). **Ensino de Empreendedorismo no Brasil: Panorama, tendências e melhores práticas**. 1st ed. Rio de Janeiro, pp.21-43.

LÜDEKE-FREUND, Florian; DEMBEK, Krzysztof. Sustainable business model research and practice: Emerging field or passing fancy?. **Journal of Cleaner Production**, v. 168, p. 1668-1678, 2017.

MACHADO, M. R. L. **Educação do empreendedorismo**: um estudo em instituição de ensino superior. 162 fls. (Mestrado em Ciências em Engenharia de Produção). Universidade do Rio Grande do Norte. Natal: 2005.

MACHADO, Hilka Pelizza Vier; NASSIF, Vânia Maria Jorge. **Réplica-Empreendedores: reflexões sobre concepções históricas e contemporâneas**. Revista de Administração Contemporânea, v. 18, n. 6, p. 892-899, 2014.

MAGUIRE, Steve; HARDY, Cynthia; LAWRENCE, Thomas B. Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. *Academy of management journal*, v. 47, n. 5, p. 657-679, 2004.

MATTAR, Fauze Najib et al. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1999.

MARTES, Ana Cristina Braga. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Brazilian Journal of Political Economy**, v. 30, n. 2, p. 254-270, 2010.

MARTENS, Cristina Dai Prá et al. Research on entrepreneurial orientation: current status and future agenda. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2016.

MARTENS, Cristina Dai Prá; FREITAS, Henrique. Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes. *Estudo & Debate*, v. 15, n. 1, p. 71-95, 2008.

MARITZ, Alex; BROWN, Christopher R. Illuminating the black box of entrepreneurship education programs. **Education+ Training**, 2013.

MAYER-HAUG, Katrin et al. Entrepreneurial talent and venture performance: A meta-analytic investigation of SMEs. **Research Policy**, v. 42, n. 6-7, p. 1251-1273, 2013.

MCCLELLAND, D. C. (1972). *A sociedade competitiva*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura.

MEACCI, Ferdinando; FERLITO, Carmelo. The classical roots of the Austrian theory of capital and entrepreneurship. **The Review of Austrian Economics**, v. 31, n. 3, p. 315-339, 2018.

MILLER, Damian; GARNSEY, Elizabeth. Entrepreneurs and technology diffusion: How diffusion research can benefit from a greater understanding of entrepreneurship. **Technology in Society**, v. 22, n. 4, p. 445-465, 2000.

MINAYO, Maria C. Pesquisa social: teoria e método. **Ciência, Técnica**, 2002.

MINTZBERG, H. **The nature of managerial work**. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1980.

MUNIZ, Reynaldo Maia. Notas para o estudo do processo e das relações de trabalho. **Revista de Administração de Empresas**, v. 28, n. 1, p. 27-35, 1988.

MWASALWIBA, E.S. Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. **Education + Trainingm**, 2010.

NABI, Ghulam et al. Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. **Studies in Higher Education**, v. 43, n. 3, p. 452-467, 2018.

NENEH B. N. From entrepreneurial intentions to behavior: the role of anticipated regret and proactive personality. **J. Vocat. Behav**, v.112, p.311–324, 2019. 10.1016/j.jvb.2019.04.005

NOGUEIRA, Antonio de Vasconcelos. Werner Sombart. **Análise Social**, XXXVIII, v. 169, p. 1125-1151, 2004.

OBSCHONKA M., SILBEREISEN R. K., SCHMITT-RODERMUND E. Explaining entrepreneurial behavior: dispositional personality traits, growth of personal entrepreneurial resources, and business idea generation. **Career Dev**, v.60, p.178–190, 2012. 10.1002/j.2161-0045.2012. 00015.x

OSTERWALDER, A. **The business model ontology**: a proposition in a design science approach. 2004. 173 p. Dissertação (Doutorado em Ciência da Computação em Gestão) – University of Lausanne, Switzerland, 2004.

PAIM, Maria Cristina Chimelo. Fatores motivacionais e desempenho no futebol. **Journal of Physical Education**, v. 12, n. 2, p. 73-79, 2001.

PARKER, Simon C. Entrepreneurship and economic theory. **Oxford Review of Economic Policy**, v. 34, n. 4, p. 540-564, 2018.

PHAN, Phillip; CHAMBERS, Chester. Advancing theory in entrepreneurship from the lens of operations management. **Production and Operations Management**, v. 22, n. 6, p. 1423-1428, 2013.

PHAN, Phillip H. Entrepreneurship theory: Possibilities and future directions. 2004.

PÉREZ-LÓPEZ, María Carmen; GONZÁLEZ-LÓPEZ, María José; RODRÍGUEZ-ARIZA, Lázaro. Applying the social cognitive model of career self-management to the entrepreneurial career decision: The role of exploratory and coping adaptive behaviours. **Journal of vocational behavior**, v. 112, p. 255-269, 2019.

PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 28, n. 2, p. 129-144, 2003.

PETROVA, K. Part-time Entrepreneurship: Theory and Evidence. **Atlantic Economic Journal**, v. 38, n.4, p.463-464, 2010

PEREIRA JÚNIOR, F. G. A. **As contribuições do curso de graduação em administração na formação empreendedora dos alunos de uma Instituição de Ensino Superior de Bacabal-MA. 73 fls.** 2013. Tese de Doutorado. Dissertação.(Mestrado Profissional em Administração). Fundação Pedro Leopoldo. Pedro Leopoldo.

POSCHKE, Markus. Who becomes an entrepreneur? Labor market prospects and occupational choice. **Journal of Economic Dynamics and Control**, v. 37, n. 3, p. 693-710, 2013.

POSSAS, Mario Luiz. A dinâmica da economia capitalista: uma abordagem teórica. São Paulo: **Brasiliense**, 1987.

PHELAN, Steven E. Austrian theories of entrepreneurship: Insights from complexity theory. **The Review of Austrian Economics**, v. 29, n. 3, p. 277-297, 2016.

RAPINI, Márcia Siqueira. Interação universidade-empresa no Brasil: evidências do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. **Estudos Econômicos** (São Paulo), v. 37, p. 211-233, 2007.

RESENDE, Luis Mauricio; DIB, Sandra Korman; LEITE, Magda Gomes. Gestão empreendedora de carreiras tecnológicas. **Revista Gestão Industrial**, v. 1, n. 1, p. 37-43, 2005.

REYNOLDS, Paul D. New firms: Societal contribution versus survival potential. **Journal of business venturing**, v. 2, n. 3, p. 231-246, 1987.

RIEDO, Valerie; KRAICZY, Nils Daniel; HACK, Andreas. Applying Person-Environment Fit Theory to Identify Personality Differences between Prospective Social and Commercial Entrepreneurs: An Explorative Study. **Journal of Small Business Management**, v. 57, n. 3, p. 989-1007, 2019.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho; FREITAS, Ana Augusta Ferreira. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. **Revista de Administração contemporânea**, v. 18, p. 465-486, 2014.

SAES, Danillo Xavier; PITA, Fabio Henrique Soares. EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR: UMA ABORDAGEM TEÓRICA. **Maringá Management**, v. 4, n. 2, 2007.

SALIGNAC, Fanny; GALEA, Natalie; POWELL, Abigail. Institutional entrepreneurs driving change: The case of gender equality in the Australian construction industry. **Australian Journal of Management**, v. 43, n. 1, p. 152-169, 2018.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v.47, n.1, p.25-48, 2013.

SARIDAKIS, George; MARLOW, Susan; STOREY, David J. Do different factors explain male and female self-employment rates?. **Journal of Business Venturing**, v. 29, n. 3, p. 345-362, 2014.

SAXENIAN, AnnaLee. **International Mobility of Engineers and the Rise of Entrepreneurship in the Periphery**. WIDER Research Paper, 2006.

SAY, J. -B. **Petit volume contenant quelques aperçus des hommes et de la société**. Paris: Guillaumin, 1839.

SAY, J.B. **Tratado de economia política**. Tradução de Balthazar Barbosa Filho. São Paulo: Abril Cultural (Os economistas), 1983.

- SHANE, Scott. Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899–1988. **Journal of management**, v. 22, n. 5, p. 747-781, 1996.
- SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of management review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.
- SCHALTEGGER, Stefan; WAGNER, Marcus. Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. **Business strategy and the environment**, v. 20, n. 4, p. 222-237, 2011.
- SCHALTEGGER, Stefan; LÜDEKE-FREUND, Florian; HANSEN, Erik G. Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation. **Organization & Environment**, v. 29, n. 3, p. 264-289, 2016.
- SCHMITZ, Ademar et al. Innovation and entrepreneurship in the academic setting: a systematic literature review. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 13, n. 2, p. 369-395, 2017.
- SMITH, Wilhelmina; CHIMUCHEKA, Tendai. Entrepreneurship, economic growth and entrepreneurship theories. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, v. 5, n. 14, p. 160-160, 2014.
- SCHOORL, Evert. Jean-Baptiste Say: Revolutionary, Entrepreneur, Economist. Routledge, 2012.
- SHORT, Jeremy C. et al. The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. **Journal of management**, v. 36, n. 1, p. 40-65, 2010.
- SCHULTZ, T. W. Investment in entrepreneurial ability. **The Scandinavian Journal of Economics**, v.82, n.4, p. 437-448, 1980.
- SCHUMPETER, Joseph A.; NICHOL, A. J. **Robinson's economics of imperfect competition**. Journal of political economy, v. 42, n. 2, p. 249-259, 1934.
- SCHUMPETER, Joseph. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985
- SEBRAE. **Pequenos negócios em números**. Brasília: 2015. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/234-uncategorised/institucional/pesquisas-sobre-micro-e-pequenas-empresas-paulistas/micro-e-pequenas-empresas-em-numeros>>. Acesso em: 4 fev. 2020.
- SEXTON, D. “**Psychological traits and their applicability in predicting growth propensities in high-tech founders.**” Em Lawless, M. W. e Gpmez-Mejan, L. R. *Advances in global high-technology management*, vol. 3. Greenwich, Conn.: Jai Press Inc., 1993.
- SMITH, Norman R. The entrepreneur and his firm: The relationship between type of man and type of company. **University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship**, 1967.

SMITH, Wilhelmina; CHIMUCHEKA, Tendai. Entrepreneurship, economic growth and entrepreneurship theories. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, v. 5, n. 14, p. 160-160, 2014.

SMITH, A. Riqueza das Nações. Lisboa: Ed. Fundação Calouste Gulbenkian, 1981.

SOMBART, Werner. "O homem econômico moderno". In IANNI, Octávio. *Teorias da Estratificação Social*. São Paulo: Editora Nacional, 1973

SOUZA, Jacqueline de et al. Intervenções de saúde mental para dependentes de álcool e outras drogas: das políticas à prática cotidiana. **Texto & Contexto-Enfermagem**, v. 21, n. 4, p. 729-738, 2012.

SPINUZZI, Clay. Introduction to special issue on the rhetoric of entrepreneurship: **Theories, methodologies, and practices**. 2017.

STAKE, Robert E. **The art of case study research**. sage, 1995.

STEIN, Guido. Peter Drucker (I) hacia una biografía intelectual. 1998.

STINCHFIELD, Bryan T.; NELSON, Reed E.; WOOD, Matthew S. Learning from Levi–Strauss’ legacy: Art, craft, engineering, bricolage, and brokerage in entrepreneurship. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 37, n. 4, p. 889-921, 2013.

SURJANTI, Jun et al. The implementation of interest-based entrepreneurship curriculum in the Theory of Economics course. In: **Materials Science and Engineering Conference Series**. 2018. p. 01, 2012.

TEZZA, GOA. **O Ensino do Empreendedorismo nos cursos de Administração das Universidades do Estado do Paraná**. 142 fls. 2004. Tese de Doutorado. Dissertação.(Mestrado em Administração: Gestão Moderna de Negócios). Universidade Regional de Blumenau–FURB. Blumenau.

TIMMONS, J. A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, v. 3, n. 1, p. 5-17, 1978.

TORNIKOSKI, Erno; MAALAOUI, Adnane. Critical reflections–The Theory of Planned Behaviour: An interview with Icek Ajzen with implications for entrepreneurship research. **International Small Business Journal**, v. 37, n. 5, p. 536-550, 2019.

TUNZELMANN, V. N.; ACHA, V. **Innovation in “Low-tech” Industries**. In: Fagerberg, J.; Mowery, D.C.; Nelson, R.R. (eds.), *The Oxford Handbook of Innovation*, Oxford, 2005, pp. 407-432

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais - A pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987. ISBN 8522402736.

TRUJILLO FERRARI, Alonso. *Metodologia da pesquisa científica*. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

UNGER, J. M.; RAUCH, A.; FRESE, M.; ROSENBUSCH, N. Human capital and entrepreneurial success: a Meta-analytical review. **Journal of Business Venturing**, v. 26 n. 3, p. 341-358, 2011.

UNCTAD Secretariat (2015). "Division on Investment and Enterprise: Results and Impact – Report 2015," United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva. http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diae2015d1_en.pdf. Acessado em: 20 de janeiro de 2020.

VAN PRAAG, Mirjam; RAKNERUD, Arvid. The entrepreneurial earnings puzzle. Evidence from matched person-firm data. 2014.

VANTI, Nadia Aurora Peres. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da informação**, v. 31, n. 2, p. 152-162, 2002.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

VESPER, Karl H.; GARTNER, William B. Measuring progress in entrepreneurship education. **Journal of Business venturing**, v. 12, n. 5, p. 403-421, 1997.

VESPER, Karl H. Entrepreneurial Academics--How Can We Tell when the Field. **Journal of Small Business Management**, v. 25, n. 2, p. 1, 1987.

VIEIRA, Saulo Fabiano Amâncio et al. Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, p. 93-114, 2013

VILCOV, Nicoleta; DIMITRESCU, Mihaela. Management of entrepreneurship education: A challenge for a performant educational system in Romania. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 203, p. 173-179, 2015.

VON MISES, Ludwig. **Human action**. 1949.

WALTER, S.G.; BLOCK, J.H. Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. **Journal of Business Venturing**, v. 31, n. 2, p. 216-233, 2016.

WEBER, Max. **General economic history**. Transaction publishers, 1981.

WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WENNBERG, Karl; FOLTA, Timothy B.; DELMAR, Frederic. A real options model of stepwise entry into self-employment. In: **Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC)**. 2006.

WENNBERG, K.; HOLMQUIST, C. Problemistic Search and International Entrepreneurship. **European Management Journal**, v.26, n.6, p.441–454, 2008

WENNBERG, Karl et al. **2 Editorial: Enhancing Quantitative Theory-Testing Entrepreneurship Research**. The Ratio Institute, 2019.

- WERNERFELT, B. A resource-based view of the firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, n. 2, p. 171-180, 1984.
- WHITE, Jason C. Toward a Theory of Minority Entrepreneurship in the Non-Profit Arts Sector. **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, v. 48, n. 4, p. 287-300, 2018.
- WIKLUND, J., AND D. A. SHEPHERD (2009). "The Effectiveness of Alliances and Acquisitions: The Role of Resource Combination Activities," **Entrepreneurship Theory and Practice** 33(1), 193–212
- WILLIAMS, C. C.; NADIN, S. Tackling the hidden enterprise culture: Government policies to support the formalization of informal entrepreneurship. **Entrepreneurship and Regional Development**, v.24, n.9-10, p.895-915, 2012.
- WOOD, Matthew S.; PALICH, Leslie E.; BROWDER, Russell E. Full steam ahead or abandon ship? An empirical investigation of complete pivot decisions. **Journal of Small Business Management**, v. 57, n. 4, p. 1637-1660, 2019.
- WRIGHT, Bernadette; WALLIS, Steven E. Using integrative propositional analysis for evaluating entrepreneurship theories. **SAGE Open**, v. 5, n. 3, p. 2158244015604190, 2015.
- YIN, Robert K. (Ed.). **Introducing the world of education: A case study reader**. Sage, 2005.
- YUAN, Jingxue; TSAI, Tsungpo; CHANG, Pouwen. Toward an entrepreneurship typology of bed and breakfasts. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 42, n. 8, p. 1315-1336, 2018.
- ZAHHEER, A.; GÖZÜBÜYÜK, R.; MILANOV, H. It's the connections: the network perspective in interorganizational research. **Academy of Management Perspectives**, v.24, p. 62–77, 2010.
- ZAHRA, Shaker A. Entrepreneurial risk taking in family firms. **Family business review**, v. 18, n. 1, p. 23-40, 2005.
- ZAHRA, Shaker A. Contextualizing theory building in entrepreneurship research. **Journal of Business venturing**, v. 22, n. 3, p. 443-452, 2007.
- ZHANG, Ting; ACS, Zoltan. Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects. **Small Business Economics**, v. 51, n. 4, p. 773-809, 2018.
- ZHAO, Yijun; XIE, Baoguo. Cognitive Bias, Entrepreneurial Emotion, and Entrepreneurship Intention. **Frontiers in Psychology**, v. 11, 2020.
- ZHOU, Min. Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements 1. **International migration review**, v. 38, n. 3, p. 1040-1074, 2004.