

# AS CARACTERÍSTICAS E MOTIVAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM TERESINA-PI.

Fernanda Raquel dos Santos Sousa<sup>1</sup>  
Ana Keuly Luz Bezerra<sup>2</sup>

## RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar as características pessoais e as motivações (oportunidade/inação ou necessidade) dos empreendedores de micro e pequenas empresas em Teresina-PI. Utilizando uma abordagem quantitativa, foram aplicados questionários a 75 empreendedores, com base em um referencial teórico robusto. Os resultados indicaram que vontade/motivação, determinação e coragem/ousadia foram as características mais frequentes entre os participantes. No entanto, a pesquisa apresenta algumas limitações, como o tamanho da amostra e a utilização do e-mail para coleta de dados. Os achados deste estudo contribuem para uma melhor compreensão do perfil do empreendedor local e podem subsidiar a criação de políticas públicas mais eficazes para o fomento do empreendedorismo em Teresina-PI.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Micro e Pequena Empresa, Características.

## INTRODUÇÃO

O empreendedorismo, definido como "qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento" (GEM, 2014), tem sido objeto de crescente interesse nas últimas décadas. As micro e pequenas empresas, em particular, desempenham um papel fundamental no desenvolvimento econômico e social, sendo responsáveis por uma parcela significativa da geração de empregos e da inovação.

Este estudo tem como objetivo descrever as características pessoais dos empreendedores de micro e pequenas empresas em Teresina-PI e explorar suas motivações para empreender, seja por oportunidade ou necessidade. A escolha de Teresina-PI se justifica por ocupar a 44ª posição no Índice das Cidades Empreendedoras (ICE) em 2023. Segundo dados da Agência de Fomento e Desenvolvimento do Piauí (Badespi) revelam que Teresina lidera, no estado, o ranking de municípios que mais investem nos empreendedores, principalmente os pequenos. Em 2023, Teresina recebeu 3.721 novas empresas, sendo 6.771 microempresas, o que corresponde a 79% das

---

<sup>1</sup> Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Federal do Piauí – PPGPP/UFPI, Docente da Universidade Estadual do Piauí - UESPI [fernandasousa@urc.uespi.br](mailto:fernandasousa@urc.uespi.br);

<sup>2</sup> Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Docente do Programa de pós-Graduação da UFPI [analuz@ifpi.edu.br](mailto:analuz@ifpi.edu.br);

empresas abertas no estado.

Para alcançar o objetivo proposto, foi realizado um levantamento de dados por meio de questionários enviados por e-mail a 75 micro e pequenos empreendedores de Teresina-PI. Os dados coletados foram analisados quantitativamente, utilizando técnicas estatísticas.

## **METODOLOGIA**

A referida pesquisa é classificada, segundo seu objetivo, como exploratória e descritiva. Utilizou-se como procedimentos técnicos: a pesquisa bibliográfica e o levantamento ou *survey*. Estes procedimentos permitiram identificar as características pessoais dos empreendedores das Micro e Pequenas Empresas em Teresina-PI, assim como sua motivação para empreender sendo por oportunidade/inação ou necessidade, verificando a relevância do empreendedorismo para a região, demonstrar a importância de políticas para incentivar e viabilizar os empreendimentos de menor porte.

A presente pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, utilizando um questionário como instrumento de coleta de dados. A amostra foi composta por 75 micro e pequenos empreendedores de Teresina-PI, selecionados por meio de um sorteio aleatório de uma lista de empresas cadastradas na Junta Comercial do Estado do Piauí. Os critérios de inclusão foram: empresas com no mínimo seis meses de atividade e localização no município de Teresina.

O questionário foi elaborado com base em estudos anteriores de Vicenzi (2011), Coutinho e Araújo (2021) e no relatório GEM (2019), sendo adaptado para a realidade local. A validação do instrumento foi avaliada por meio de um pré-teste com um grupo de cinco empreendedores, que permitiu identificar e ajustar algumas questões. A confiabilidade do instrumento foi verificada pelo cálculo do coeficiente alfa de Cronbach, que apresentou um valor de 0,85, indicando boa consistência interna.

Os dados foram coletados por meio de um formulário online, disponibilizado no Google Forms. A coleta ocorreu no período de 28 de novembro a 13 de dezembro de 2023, e a taxa de resposta foi de 80%. Os dados foram analisados utilizando o software SPSS, com o emprego de estatística descritiva e testes de hipóteses.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Motivação para empreender: necessidade ou oportunidade**

Segundo motivação para empreender, o estudo do GEM destaca dois tipos de empreendedorismo no Brasil: empreendedorismo de oportunidade e empreendedorismo de necessidade. No primeiro destaca-se o empreendedor visionário, este sabe aonde quer

chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que deseja buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas. E o segundo tipo é o empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (Dornelas, 2014).

Os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego, propondo-se criar um negócio que gere rendimentos, visando basicamente a sua subsistência e de seus familiares. Já no que concerne aos empreendedores por oportunidade, o GEM define-os como capazes de identificarem uma chance de negócio ou um nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda (Gem, 2016).

No ano de 2018, se observou no relatório executivo GEM, um pequeno aumento na relação entre empreendedores por oportunidade e por necessidade no Brasil. Para cada empreendedor inicial por necessidade em 2017, havia 1,5 empreendedores por oportunidade, em 2018, essa relação chega a 1,6. Esse pequeno aumento de empreendedores por oportunidade é positivo para o país, quando a motivação é por oportunidade os empresários podem escolher a melhor opção, ou seja, os negócios se unem com a capacidade empresarial (Gem, 2018).

O empreendedor por oportunidade tem mais capacidade de atuar no mercado empresarial, pois se origina da exploração de novas atividades. Esse tipo de empreendedor tem efeito positivo e significativo para o crescimento da economia, enquanto o empreendedor de necessidade, que empreende como meio de sobrevivência, não tem efeito sobre o desenvolvimento econômico. Apresenta-se como justificativa para o seu pensamento, a queda do Muro de Berlim, quando trabalhadores tiveram seus empregos extintos e se viram forçados a empreender por necessidade, não havendo impacto na economia nacional por meio do empreendedorismo (Acs, 2006).

Para Hisrich e Peters (2004), o empreendedorismo, quando por necessidade, está mais associado à situação econômica de cada país, propendendo a diminuir quando existe uma oferta de emprego maior. Existe uma parcela considerável de empreendedores que iniciam seu negócio por necessidade. Nessa condição, a possibilidade dessas MPE's virem a mortalidade, é relativamente maior, pois o empreendedorismo engloba muito mais do que apenas a necessidade de ter uma renda e, portanto, necessita de vários outros conhecimentos. “Ao contrário do empreendedor inovador que fareja uma oportunidade de negócio, o empreendedor por necessidade pouco contribui para o dinamismo da

economia local. Obviamente que sua atividade, mesmo quando de baixa produtividade e renda, constitui uma ocupação alternativa ao desemprego” (Barros e Pereira, 2008, p. 989).

De acordo com dados do Gem (2015), é relevante evidenciar que a alta taxa de empreendedorismo pode ser percebida em países carentes de estabilização, sucessivos de crises econômicas e sociais. Desse modo, pode-se inferir a possibilidade de que muitos dos empreendedores brasileiros estão no ramo por uma escassez na oferta de emprego formal no mercado. Situação essa, que fica exposta nos relatórios que analisam o nível do empreendedorismo anualmente do GEM, pois se observou que durante os anos de agravamento da crise no país, concomitantemente ocorreu um aumento no número de empreendedores por necessidade.

Além disso, é fundamental para a pesquisa GEM a categorização desses empreendedores segundo o estágio dos empreendimentos com os quais estão envolvidos. Ou seja, empreendedores iniciais (subdivididos em nascentes ou novos) e empreendedores estabelecidos. Os empreendedores nascentes estão envolvidos na estruturação de um negócio do qual são proprietários, mas que ainda não pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses. Os empreendedores novos administram e são proprietários de um novo negócio, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de três meses e menos de 42 meses (3,5 anos). Já os empreendedores estabelecidos são aqueles que administram e são proprietários de um negócio tido como consolidado, que pagou salários, pró-labores ou qualquer outra forma de remuneração aos proprietários por mais de 42 meses (Gem 2019).

### **Características dos empreendedores**

Muitos pesquisadores buscaram identificar as características de empreendedores de sucesso, pois entendem que o comportamento do empreendedor influencia o desenvolvimento das organizações. Referência no assunto, McClelland (1972), psicólogo da Universidade de Harvard, em seus estudos classificou o empreendedor entre outros adjetivos, como: habilidoso, visionário, criativo, versátil, inteligente, perceptivo, confiante, perseverante e diligente. Os resultados de suas pesquisas revelaram que as pessoas são motivadas por três tipos de necessidades: *n-Achievement* (necessidade de realização pessoal); *n-Power* (necessidade de autoridade e poder); *n-Affiliation* (necessidade de afiliação).

Outros estudos, realizados por McClelland (1972) e Winter (1971) foram base para o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), tendo em vista a capacitação de empreendedores. O projeto identificou dez principais características comportamentais do empreendedor (CCEs), estando divididas em três conjuntos de comportamentos distintos: realização, planejamento e poder, conforme quadro 1.

**Quadro 1- Características Comportamentais Empreendedoras**

<b>CATEGORIA: REALIZAÇÃO</b>
Busca de oportunidades e iniciativa
Correr riscos calculados
Persistência
Exigência de qualidade e eficiência
Comprometimento
<b>CATEGORIA: PLANEJAMENTO</b>
Busca de informações
Estabelecimento de metas
Planejamento e monitoramento sistemáticos
<b>CATEGORIA: PODER</b>
Persuasão e redes de contato
Independência e autoconfiança

Fonte: Adaptado de McClelland (1972) *apud* Dias *et al* (2010)

O que os empreendedores fazem está ligado à maneira como interpretam o que está ocorrendo em um setor em particular do meio. “Os empreendedores não apenas definem situações, mas também imaginam visões sobre o que desejam alcançar. Sua tarefa principal parece ser a de imaginar e definir o que querem fazer e, quase sempre, como irão fazê-lo” (Filion, 2000, p. 3). Sendo assim, planejadores. Todavia, outras características comuns a empreendedores bem-sucedidos foram identificadas por Filion, como: experiência em negócios, diferenciação, intuição, envolvimento, trabalhadores incansáveis, sonhadores realistas (visionários), líderes, trabalham em rede com moderação, têm o seu próprio sistema de relações com os empregados, controladores do comportamento das pessoas ao seu redor, aprendizagem dos seus próprios padrões.

O empreendedor possuem as seguintes características: é o mais velho da família; geralmente é casado; em geral é homem; inicia seu negócio significativo as quarenta anos, mas sua tendência empreendedora fica evidente na adolescência; geralmente tem o ensino superior; sua principal motivo para inicia um negócio é ser independente; precisa de sorte, baseasse no conselho administrativo de profissionais de fora da empresa; saem melhor com realizadores; arriscam-se moderadamente; apaixonar-se por: novas ideias, novos funcionários, novas ideias de fabricação, novos planos financeiros (Hisrich e Peters, 2004).

Em um estudo realizado por Schmidt e Bohnenberg (2009), verificou-se as relações entre as características do perfil empreendedor e o desempenho organizacional, onde o instrumento de medição foi construído e validado. O resultado sugere que o perfil empreendedor é constructo multidimensional, composto por seis características: 1) autorrealização, 2) líder, 3) planejador, 4) inovador, 5) assume riscos e 6) sociável. Somente a autorrealização mostrou-se relacionada ao desempenho organizacional.

O empreendedor consegue fazer as coisas acontecerem, pois tem sensibilidade para o negócio, inteligência financeira e capacidade de identificar e aproveitar oportunidades. Três características básicas permitem identificá-los. A primeira característica é a necessidade de realização, onde os empreendedores apresentam elevada necessidade de realização em relação à população em geral. A segunda é disposição para assumir riscos, para iniciar ou trocar seu próprio negócio. Terceira característica é autoconfiança, onde sente que pode enfrentar galhardamente os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrenta (Chiavenato, 2012).

Para Dornelas (2014), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, são somados a características sociológicas e ambientais, como: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, são dedicados, são otimistas e apaixonados pelo que fazem, são independentes e constroem o próprio destino, ficam ricos, são líderes e formadores de equipes, são bem relacionados (networking), são organizados e planejam, possuem conhecimento, assumem riscos calculados, criam valor para a sociedade.

Nos estudos realizados por McClelland (1972), Filion (2000), Hisrich e Peters (2004), Schmidt e Bohnenberg (2009), Chiavenato (2012) e Dornelas (2014), são comuns as seguintes características empreendedoras: realização, assumir riscos calculados, são líderes, inovador, planejador, visionário, autoconfiança e bem relacionados (networking).

O empreendedor tem sensibilidade para realização de algo novo no mercado, que ainda não foi explorado por nenhum outro. Nem sempre os empreendedores terão todas essas características citadas, logo são seres humanos e não “super-heróis”, podendo haver características marcantes em alguns, características a serem desenvolvidas.

### **Aspectos conceituais de Micro e Pequenas empresas.**

Microempresa é um conceito criado pela Lei n. 7.256/84 e, atualmente, regulamentada pela Lei n. 9.841, de 5.10.99, que também constituem normas para as empresas de pequeno porte, em atendimento ao disposto nos arts. 170 e 179 da

Constituição Federal, beneficiando-as com tratamento diferenciado e simplificado nos campos administrativo, previdenciário, trabalhista, creditício, fiscal, e de desenvolvimento empresarial.

A definição de Micro e Pequena empresa pode ser feita de duas formas: pelo número de pessoas ocupadas na empresa ou pela receita auferida. Segundo SEBRA (2020), o número de ocupantes constitui o parâmetro mais utilizado, foram classificadas como micro aquelas nas atividades de serviços e comércio com até 9 pessoas ocupadas, e como pequena empresa as que tinham entre 10 e 49 pessoas ocupadas; na atividade industrial, são micro aquelas com até 19 pessoas ocupadas, e pequenas empresas entre 20 e 99 pessoas ocupadas, média empresa de 100 a 499 pessoas ocupadas.

Pela receita auferida, na legislação nacional, as MEPS são determinadas conforme o faturamento (artigo 3º da LC nº 123). Microempresa é toda a sociedade empresária, sociedade simples, empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário individual que aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$360.000,00. Empresa de Pequeno Porte é aquele que, em cada ano-calendário, tenha receita bruta superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00.

Além das duas classificações empresárias mais conhecidas (pelo número de pessoas ocupadas na empresa ou pela receita auferida), a Lei Geral Complementar nº 128, de 19-12-2008, modificou a Lei Geral para criação do MEI, é a pessoa que trabalha por conta própria e se legaliza como pequeno empresário optante pelo Simples Nacional.

Observa-se que não há um critério único para definir micro e pequena empresa, existe, a depender do objetivo, conceitos que podem ser usados para a classificação em micro, pequena, média e grande. Dependendo da situação, precisam ser ajustados para que possam cumprir com a finalidade da política pública. Assim sendo, a definição de micro e pequena é diversificada.

Devido às suas características, as MPE's apresentam vantagens e desvantagens, quando comparadas às empresas de grande porte. As grandes empresas não sabem aproveitar três pontos fundamentais: pequenos nichos de mercado que envolvem um pequeno volume de negócios; atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, isto é, produtos/serviços personalizados para cada cliente; e surgimento de oportunidades passageiras de mercado que envolvem agilidade e prontidão para rápidas decisões e alterações em produtos/serviços. Essas são as grandes vantagens das MPE's. Por causa de seu tamanho reduzido, não apresentam a enorme especialização vertical nem horizontal que as tornam pesadas, lentas e onerosas. Contrariamente, às

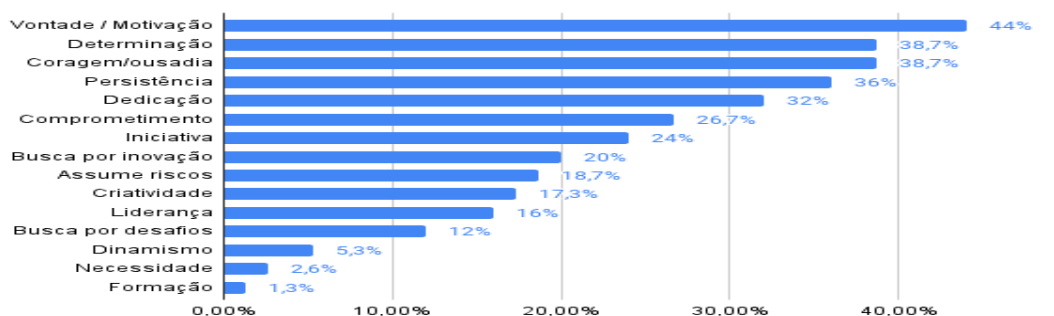
pequenas empresas têm o dinamismo e a flexibilidade para mudanças rápidas e manobras ágeis que as grandes não têm (Dornelas, 2014).

Segundo Cavalcante (2010), as principais dificuldades encontradas pelas MPE's estão relacionadas com as áreas de marketing, P&D e exportação. As duas primeiras, em função dos custos. Quanto à exportação, as MPE's necessitam de intermediários para botar seus produtos no exterior, tornando-os mais caros e menos competitivos. Além disso, outro fato importante é que as MPE's evitam entrar em áreas que exigem recursos abundantes para P&D, pois a produção em baixa escala não propicia custear as pesquisas e o desenvolvimento de novos produtos ou processos. Já as desvantagens na visão de Faria *et al* (2012), são: dificuldades no gerenciamento das atividades administrativas; a elevada carga tributária, seguido de falta de clientes, concorrência muito forte e inadimplência elevada.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

As características pessoais que mais se destacaram entre os empreendedores de Teresina-PI foram: vontade/motivação com 44%, seguido por determinação com 38,7% e coragem/ousadia com 38,7%, como pode-se observar no gráfico 1. A análise dos dados revelou que a vontade/motivação foi a característica mais frequentemente citada pelos empreendedores. Essa descoberta corrobora com os estudos de Vicenzi e Bulgacov (2012), que também destacaram a importância da vontade e da determinação para o sucesso empresarial. No entanto, é interessante notar que, em nosso estudo, a porcentagem de empreendedores que citaram à vontade/motivação foi significativamente maior. Uma possível explicação para essa diferença pode estar relacionada ao contexto local de Teresina-PI, onde o empreendedorismo pode ser visto como uma forma de superar as dificuldades econômicas e sociais. As características vontade/motivação foram citadas por Angelo (2003), Costigan *et al* (2006) e Knudson *et al* (2004). Coragem e ousadia foram citadas por Crespam *et al* (2009).

Gráfico 1- Características pessoais que ajudaram a abrir o seu negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2023)



A motivação do comportamento do empreendedor para a abertura de novos negócios, de acordo com o relatório Gem (2019), apresenta duas forças propulsoras: a oportunidade e a necessidade. Necessidade é consequência da criação de um negócio pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e renda, quando essa é a melhor opção disponível num determinado período. Oportunidade decorre quando se investe em um novo negócio a fim de aproveitar uma circunstância favorável percebida no mercado.

Quando questionado sobre o que o motivou a querer abrir seu próprio negócio, observa-se que 49,3% dos micros e pequenos empreendedores de Teresina-PI, conforme tabela 1, indicaram o item realização profissional. Corroborando com Machado *et al.* (2003), que citam a necessidade de realização pessoal/profissional como fator propulsor para abrir o negócio.

Tabela 1 - Motivos para empreender.

MOTIVOS PARA EMPREENDER	%	MOTIVOS PARA EMPREENDER	%
Realização profissional	49,3%	Viu uma oportunidade no mercado	34,7%
Desejo de independência	40%	Insatisfação com o trabalho anterior/ falta de perspectiva	8%
Fuga da rotina	4%	Desejo de trabalhar por conta própria	42,7%
Busca por desafios	18,7%	Desejo de crescimento	34,7%
Qualidade de vida	20%	Influência familiar	2,7%
Necessidade financeira	25,3%	Desemprego	5,3%

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

De acordo com os estudos de Guedes (2009), os fatores motivadores para abrir um negócio próprio foram: vontade de trabalhar por conta própria, desejo de independência, desejo de crescimento, vontade de superar desafios, oportunidade de trabalho, insatisfação com o emprego anterior. Neste estudo 42,7% dos empreendedores de Teresina-PI indicaram o item desejo de trabalhar por conta própria; desejo de independência (40%); desejo de crescimento (34,7%); insatisfação com o emprego anterior/ falta de perspectiva (8%).

Segundo Gem (2016) os empreendedores por necessidade representam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho, nota-se que apenas 5,3 % dos empreendedores de micro e pequenas empresas de Teresina PI declarou que o motivo para abrir seu próprio negócio foi por oportunidade de trabalho/Desemprego (5,3%).

Para Dornelas (2001), o empreendedor ao perceber uma oportunidade no mercado cria um negócio e para Drucker (2003), o empreendedor aproveita a oportunidade ao buscar a mudança. Em pesquisa realizada por Machado *et al.* (2003), com 90

empreendedoras, em três países, dentre eles o Brasil, a principal razão que as levaram a abrir um negócio foi à realização pessoal, seguido de percepção de oportunidade de mercado. Conforme Gem (2016) empreendedores por oportunidade formam uma parcela da população envolvida com o empreendedorismo por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende perseguir. Destaca-se que 34,7% dos empreendedores de Teresina indicaram o item: viu uma oportunidade no mercado.

Os resultados deste estudo sugerem que os programas de apoio ao empreendedorismo em Teresina-PI devem focar no desenvolvimento de habilidades como a vontade, a determinação e a capacidade de identificar oportunidades de mercado. Além disso, é importante oferecer aos empreendedores acesso a redes de apoio e mentoria, que podem contribuir para o desenvolvimento de seus negócios.

Uma das limitações deste estudo é o tamanho da amostra, que pode limitar a generalização dos resultados para toda a população de empreendedores de Teresina-PI. Além disso, a utilização de um único instrumento de coleta de dados pode ter influenciado os resultados. Estudos futuros com amostras maiores e o uso de múltiplas fontes de dados podem ajudar a confirmar os achados deste estudo.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os resultados desta pesquisa evidenciam que a vontade, a determinação e a coragem são características essenciais para o sucesso dos empreendedores de micro e pequenas empresas em Teresina-PI. A motivação para empreender está fortemente relacionada à realização profissional e à busca por independência. Embora o empreendedorismo por oportunidade seja predominante, a necessidade também desempenha um papel importante, especialmente em um contexto de altas taxas de desemprego.

Esses achados têm importantes implicações para a formulação de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo em Teresina-PI. É fundamental investir em programas que desenvolvam habilidades como a criatividade, a inovação e a capacidade de lidar com riscos. Além disso, é preciso oferecer aos empreendedores acesso a redes de apoio, mentoria e financiamento.

Uma limitação deste estudo é o tamanho da amostra, o que pode restringir a generalização dos resultados para toda a população de empreendedores de Teresina-PI. Para futuras pesquisas, sugere-se a realização de estudos longitudinais que acompanhem os empreendedores ao longo do tempo, permitindo analisar a evolução de suas características e a relação entre essas características e o desempenho de suas empresas.

## REFERÊNCIAS

ANGELO, E. B. **Empreendedor Corporativo: A Nova Postura de Quem Faz a Diferença**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BARROS, A. A.; PEREIRA, C. M. M. D. A. **Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica**. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008.

BRASIL, Endeavor. **Índice de cidades empreendedoras**. Endeavor Brasil., 2023.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asa ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri, São Paulo: Manole, 2012

COSTIGAN, R. D.; INSIGA, R. C.; BERMAN, J. J.; ILTER, S. S.; KRANAS, G.; KURESHOV, V. A. **The Effect of Employer Trust of de Supervisor on Enterprising Behavior: a cross-cultural comparison**. Journal of Business and Psychology, v. 21, n. 2, 2006.

COUTINHO, R; ARAÚJO, S. **Medidas Emergenciais para Enfrentamento da Pandemia: Ainda há tempo para as micro e pequenas empresas**. BAHIA. p. 28-30 EAUFBA. 2021.

CRESPAM, C. C.; FONSECA, J. L.; GROHMANN, M. Z. **Evidências Empíricas do Perfil Empreendedor: um Estudo do Modelo de Motivações Empreendedoras**. IV Encontro de Estudos em Estratégia, Recife, PE, 21 a 23 de junho, 2009.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2º Ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

FARIA, J. A.; AZEVEDO, T. C.; OLIVEIRA, M. S. A utilização da contabilidade como ferramenta de apoio à gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comércio de material de construção de Feira de Santana/BA. **Revista da Micro e Pequena Empresa**. Campo Limpo Paulista. v.6, n.2, p.89-106, mai. – agot. 2012.

FIGUEIREDO, N. M. A. D. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3o.Ed. São Caetano do Sul: Yendis. 2008.

FILION, L. J. **Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 7, n. 3, Jul./Set. 2000

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2019. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 25 maio de 2024.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2015. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf). Acesso em: 19 de março de 2024.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2016. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20%20web.pdf>. Acesso em: 20 maio de 2024.

GUEDES, S. A. **A carreira do Empreendedor**. Dissertação de Mestrado em Administração. Programa de pós-graduação em Administração da USP, São Paulo, 2009, 160 p.

HISRICH, Robert D., PETERS, Michel P., SHEPHERD, Dean A: tradução: Francisco Araújo da Costa. **Empreendedorismo**. – 9 ed. – Porto Alegre: AMGH. 2014

KNUDSON, W.; WYSOCKI, A.; CHAMPAGNE, J.; PETERSON, H.C. **Entrepreneurship and Innovation in the Agri-Food System**. American Journal of Agricultural Economics, v. 86, n. 5, p. 1330 -1336, 2004.

MACHADO, H. V.; ST-CYR, L.; MIONE, A.; ALVER, M.C.M. **O processo de Criação de Empresas por Mulheres**. Rae-eletrônica, v.2, n.2, jul-dez/2003.

MCCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional**. Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, v.13, n. 3, art. 6, p. 450-467, Jul./Ago. 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SANTA CATARINA (SEBRAE). **Critérios de classificação de empresas - ME – EPP**. 2007b. Disponível em: <<http://www.sebraesc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em: 23 janeiro 2024.

VICENZI, S. L. **Fatores motivadores do empreendedorismo que influenciam nas decisões de conteúdo estratégico nas empresas da cidade de Foz do Iguaçu**. 2011. 110F. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Paraná. PR, 2011.