

UM ESTUDO DE CASO SOBRE VALIDAÇÃO DAS CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR EM TRÊS EMPREENDEDORES

Modalidade: Artigo Completo

Felipe Omori
Janaina Koval
Lucineia Moraes Silva
Angélica Patrícia Sommer Meurer
Marciele Rosália Siveres
Marcel Augusto Colling

felipeomori3112@gmail.com

RESUMO: O empreendedorismo apresenta importante papel no desenvolvimento econômico e na geração de oportunidades, tornando relevante compreender as características que influenciam o comportamento empreendedor. Este estudo teve como objetivo analisar se as características do comportamento empreendedor apresentadas na literatura científica podem ser identificadas na prática de empreendedores. O referencial teórico aborda o comportamento empreendedor a partir das contribuições de autores como Schumpeter, Drucker, McClelland, Dornelas, Timmons e Dolabela, com destaque para as Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) relacionadas ao modelo Empretec (Empreendedorismo e Tecnologia). A pesquisa caracteriza-se como aplicada, descritiva e qualitativa, utilizando o estudo de caso como procedimento metodológico. Foram realizadas entrevistas estruturadas, compostas por dez perguntas, com três empreendedores do setor varejista e de serviços do estado do Paraná. Os resultados demonstraram a presença de características como busca por oportunidades, iniciativa, persistência, liderança, planejamento, estabelecimento de metas, busca por informações, tomada de riscos calculados e capacidade de adaptação. Conclui-se que as características apresentadas pela literatura podem ser identificadas na prática dos empreendedores, aproximando os conhecimentos teóricos da realidade empresarial

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como um dos principais fatores relacionados ao desenvolvimento econômico, à geração de novos empregos e à promoção da inovação no cenário contemporâneo. No Brasil, o crescimento do número de pequenos negócios e a busca por alternativas de renda têm ampliado a relevância do tema, especialmente diante das constantes transformações econômicas e sociais. Nesse contexto, compreender o comportamento empreendedor torna-se essencial para analisar de que forma determinadas competências e atitudes contribuem para o desempenho e a permanência dos empreendimentos no mercado.

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae,

2023), o empreendedorismo brasileiro apresenta crescimento significativo nos últimos anos, impulsionado principalmente pela capacidade de adaptação, inovação e identificação de oportunidades em diferentes segmentos econômicos. Além disso, estudos recentes demonstram que características comportamentais como iniciativa, persistência, planejamento e visão estratégica influenciam diretamente o desenvolvimento e a sustentabilidade dos negócios (Bezerra *et al.*, 2023).

Nesse sentido, o empreendedorismo não pode ser compreendido apenas como a criação de empresas, mas também como um processo de transformação econômica e social. Conforme Dornelas (2021), empreender envolve a capacidade de transformar ideias em oportunidades por meio da inovação e da criação de valor, contribuindo para o crescimento econômico e para o fortalecimento das organizações. Dessa forma, o comportamento empreendedor está diretamente relacionado ao desenvolvimento de competências pessoais e estratégicas capazes de auxiliar na tomada de decisões e na condução dos negócios em ambientes cada vez mais competitivos.

Além disso, pesquisas recentes apontam que habilidades como liderança, criatividade, resolução de problemas e adaptação às mudanças do mercado são fatores importantes para a atuação empreendedora contemporânea (Lage, 2023). Assim, o estudo do comportamento empreendedor torna-se relevante não apenas no meio acadêmico, mas também na prática profissional, ao possibilitar uma melhor compreensão sobre como essas características se manifestam na realidade dos empreendedores brasileiros.

Apesar da ampla produção científica relacionada ao empreendedorismo, observa-se que muitos estudos permanecem concentrados em análises teóricas e revisões bibliográficas, apresentando modelos e características consideradas ideais para o perfil empreendedor. Entretanto, ainda existe a necessidade de investigar se essas características descritas pela literatura podem ser identificadas na prática cotidiana de empreendedores reais, considerando suas experiências, desafios e estratégias de atuação no mercado.

Diante disso, a presente pesquisa justifica-se pela importância de relacionar os conceitos teóricos do comportamento empreendedor com a realidade prática de três empreendedores atuantes, permitindo uma análise mais concreta sobre a aplicação dessas características no contexto empresarial.

Assim, este estudo tem como objetivo analisar se as características do comportamento empreendedor descritas na literatura científica podem ser identificadas na trajetória e nas práticas de três empreendedores, por meio da metodologia de estudo de caso múltiplos. Nesse

contexto, o presente trabalho busca responder à seguinte problemática: em que medida as características do comportamento empreendedor descritas na literatura científica podem ser identificadas na prática de três empreendedores?

A partir dessa discussão, torna-se fundamental compreender os principais conceitos relacionados ao empreendedorismo e ao comportamento empreendedor, bem como as características apontadas pela literatura científica como essenciais para a atuação dos empreendedores no mercado atual.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O comportamento empreendedor é um tema que tem sido amplamente explorado na literatura, sendo visto como um conjunto de características, atitudes e habilidades que moldam a maneira como uma pessoa identifica oportunidades, toma decisões e gerencia seu negócio. Nesse contexto, diversos autores buscaram identificar padrões comportamentais presentes em empreendedores de sucesso, ajudando a criar modelos teóricos que não só orientam a prática, mas também impulsionam o desenvolvimento de novos estudos na área.

A pesquisa sobre o comportamento empreendedor tem suas raízes em diferentes abordagens teóricas ao longo do tempo, sendo moldado por contribuições da economia e da psicologia. Nesse sentido, Joseph Schumpeter (1997) destaca que o empreendedor é visto como o agente que traz à tona “novas combinações”, que incluem a introdução de novos produtos, a implementação de novos métodos de produção ou a abertura de novos mercados. Para o autor, inovar não é apenas criar algo novo, mas romper com o equilíbrio existente.

Segundo McClelland (1972), o comportamento empreendedor é marcado por características específicas, como a necessidade de realização, a iniciativa e a capacidade de assumir riscos calculados. Com base nesses estudos, a Organização das Nações Unidas (ONU), por meio do programa Empretec, desenvolveu um modelo composto por dez Características do Comportamento Empreendedor (CCEs), amplamente utilizado na formação e análise de empreendedores.

Quadro 1 – Características do Comportamento Empreendedor (CCEs)

Característica Descrição	Código
Capacidade de identificar oportunidades	C1
Persistência diante de dificuldades	C2
Comprometimento e responsabilidade de negócio	C3
Independência/ Autoconfiança de agir com autonomia	C4
Persuasão e Rede de Contatos	C5
Exigência de qualidade e eficiência	C6
Avaliação estratégica de riscos	C7
Definição de objetivos claros	C8
Procura constante por conhecimento	C9
Estabelecimento de Metas	C10

Fonte: Adaptado de ONU; SEBRAE (2020).

Conforme Dornelas (2021), essas competências comportamentais desempenham um papel crucial para a capacidade de adaptação, inovação e tomada de decisão no ambiente empresarial. Nesse sentido, os modelos de McClelland e do Empretec (Empreendedorismo e Tecnologia) tornam-se relevantes para esta pesquisa, pois fornecem categorias teóricas que possibilitam analisar e identificar, na prática, as características empreendedoras presentes na trajetória dos empreendedores estudados.

No que se refere à identificação de características mais amplas, Hornaday e Aboud (1971) destacam que empreendedores bem-sucedidos costumam ter um conjunto bem definido de características, como a necessidade de alcançar metas, a busca por autonomia, uma abordagem agressiva na realização de objetivos, o desejo de serem reconhecidos e uma forte capacidade de inovar. Os autores indicam que esses indivíduos “tendem a assumir responsabilidades, buscar feedback constante e estabelecer metas desafiadoras”, o que revela um padrão de comportamento focado em resultados. A partir dessa perspectiva, fica claro que o comportamento empreendedor não se resume a uma única característica, mas sim a um

conjunto integrado de atitudes que guiam a maneira como o indivíduo age no ambiente empresarial.

Complementando essa discussão, Timmons (1994) afirma que o empreendedor “não busca o risco pelo risco, mas calcula e gerencia as incertezas”, evidenciando um comportamento estratégico diante das decisões. Além disso, o autor ressalta que o empreendedor é movido por metas, tem um alto nível de autoconfiança e está disposto a assumir riscos moderados. Essa ideia é reforçada por Peters e Shepherd (2009), ao destacarem que a tomada de decisão no empreendedorismo envolve análise de oportunidades e avaliação de riscos, sendo um processo fundamental para o sucesso do negócio.

Além dessas contribuições, Dolabela (1999) defende que “é possível aprender a ser empreendedor”, desde que o indivíduo desenvolva competências como iniciativa, persistência e capacidade de identificar oportunidades. Dessa forma, o autor destaca que o comportamento empreendedor pode ser desenvolvido por meio da aprendizagem e da experiência. Destacando a relevância do aprendizado constante e da evolução de competências ao longo da vida.

Outro elemento relevante nos estudos sobre empreendedorismo é a diferença entre empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade. Segundo o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2023), o empreendedorismo por oportunidade ocorre quando o indivíduo identifica uma possibilidade de negócio com potencial de crescimento, inovação ou melhoria financeira, enquanto o empreendedorismo por necessidade surge principalmente quando não há muitas opções de emprego ou formas de ganhar dinheiro. No mundo do varejo, essa diferenciação é fundamental, pois muitos empreendedores iniciam suas jornadas motivados por pela necessidade econômica, mas logo adotam comportamentos estratégicos voltados à identificação de oportunidades de mercado e expansão dos negócios.

De acordo com Dornelas (2021), empreendedores orientados por oportunidades apresentam maior capacidade de planejamento, visão estratégica e inovação. Complementando, Filion (1999) destaca que o empreendedor visionário transforma necessidades do mercado em oportunidades por meio da criatividade e adaptação. Assim, compreender essas características é importante para analisar o comportamento empreendedor em mercados competitivos.

Com base na análise de Lenzi (2008), ao examinar empreendedores participantes do programa Empretec, constou que competências comportamentais propostas por McClelland, como busca de oportunidades, persistência e comprometimento, tem uma forte correlação com o desempenho empresarial. Assim, os estudos de caso em empreendedorismo ajudam a conectar os modelos teóricos da realidade prática, permitindo validar como as características

empreendedoras se manifestam no cotidiano dos negócios e fortalecendo a relevância da análise proposta nesta pesquisa.

Diante dessas contribuições, fica claro que o comportamento empreendedor é composto por um conjunto integrado de habilidades, que incluem iniciativa, inovação, resiliência, capacidade de assumir riscos e habilidade na tomada de decisão. Essas características têm uma relação direta com os aspectos que estão sendo analisados nesta pesquisa, especialmente sobre liderança, adaptação a mudanças, resolução de problemas e disposição para assumir riscos, permitindo a articulação entre teoria e prática na análise dos dados coletados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesta etapa do artigo, é estabelecido o método utilizado na pesquisa e descrito detalhadamente como foram realizados a coleta e o estudo dos dados.

Segundo Raupp e Beuren (2006, p.79), a pesquisa pode ser classificada:

Pesquisa quanto aos objetivos, que contempla a pesquisa exploratória, descritiva e explicativa; pesquisa quanto aos procedimentos, que aborda o estudo de caso, o levantamento, a pesquisa bibliográfica, documental, participante e experimental; e a pesquisa quanto à abordagem do problema, que compreende a pesquisa qualitativa e quantitativa.

A pesquisa se caracteriza como de natureza aplicada, e com objetivo descritivo, que na fala de Dias e Traldi (2002) esse tipo de pesquisa procura apresentar características e dados de modo a descrever as particularidades de um determinado grupo, sem modificá-los.

Já em relação a abordagem do problema, se classifica como qualitativa, uma abordagem muito utilizada é de extrema importância, assim como expressa Roesch (1999), o estudo com o enfoque qualitativo permitirá uma compreensão mais aprofundada sobre o tema abordado, visto que apresenta caráter exploratório, sendo indicado na etapa de investigação da pesquisa.

O presente estudo se trata de um estudo de caso múltiplo, pelo fato de ter como objetivo a compreensão dos acontecimentos e análise de respostas fornecidas por um determinado grupo. Com base na fala de Gil (2008, p. 37) “O estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo”.

A pesquisa foi realizada por meio de um levantamento de dados, utilizando uma entrevista composta por dez perguntas, com o objetivo de analisar o comportamento empreendedor. As três empresas convidadas a participar pertencem ao ramo varejista e estão situadas no estado do Paraná, sendo duas localizadas em Toledo e uma em Palotina. Não sendo

considerados critérios como gênero, formação, idade ou tempo de atuação no mercado.

As empresas selecionadas foram definidas a partir dos critérios de enquadramento no ramo varejista e de classificação como empresas de pequeno a médio porte. As entrevistas foram realizadas presencialmente, com a participação de todos os integrantes do grupo. Durante a realização das entrevistas, as respostas fornecidas pelos empresários foram registradas pelos integrantes por meio de anotações em notebook, onde tiveram duração média de 15 a 20 minutos.

A entrevista é considerada uma técnica bastante comum em pesquisas qualitativas, pois permite a coleta de dados através da interação direta entre pesquisador e participante. Dessa forma, possibilita compreender percepções, experiências e significados atribuídos pelos indivíduos ao fenômeno que está sendo estudado (Creswell, 2010). Por isso, escolhemos usar uma entrevista estruturada, composta por perguntas elaboradas com base nas características já discutidas e estudadas nos seguintes artigos:

Quadro 2 – Artigos sobre Comportamentos e Características Empreendedoras

TÍTULO	AUTORES	PUBLICADO
Análise do Perfil, características e tipos de empreendedores: estudo de caso na cidade de Curitiba - PR .	Pereira, A. B.; Matt, B.; Pereira, C. L.; Pereira, G.; Santos, J; Moretto, K. C.; Santos, M. J. A dos.; Martins, M. de C.; Balbinot, R. S.;	Revista das Faculdades Santa Cruz, julho/dezembro 2013.
Empreendedorismo: uma análise do cenário brasileiro micro e pequenos negócios, a partir da visão de empreendedores	Juliana Guimarães Lourenço	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, julho de 2020.
Análise do comportamento empreendedor e suas ações estratégicas frente à superação de contingências na gestão de micro e pequenas empresas	Thaís Sales Barreto Toscano	Universidade Federal do Ceará (UFC). Edição Eletrônica: dezembro de 2023.

Perfil e comportamento empreendedor no gerenciamento cultural e desenvolvimento de uma pequena empresa familiar: um estudo de caso.	Patrícia Jaguaribe Ferrari	V encontro de estudos sobre empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.
Características e comportamentos de empreendedores no estado de Santa Catarina	Inara Antunes Vieira Willerding.; Mirian Torquato	Universidade Federal de Santa Catarina. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas, Set./Out.2016.
Características empreendedoras: um estudo com empreendedores de Paranaguá – Paraná utilizando o modelo de McClelland	Raquel dos Santos Vieira	Empreendedorismo, Gestão e Negócios, Mar. 2020.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2026.

Com isso, garantindo maior padronização na coleta dos dados e facilitando a comparação das respostas entre os participantes. Dessa forma, a aplicação da entrevista enriquece a análise do comportamento empreendedor dos respondentes, alinhando-se ao caráter descritivo e qualitativo da pesquisa.

As dez perguntas que foram elaboradas para realizar a entrevista, foram divididas da seguinte maneira: Perfil, Comportamento, Tomada de Decisão e Atitudes Práticas.

Quadro 3 – As Dez Perguntas Sobre o Comportamento Empreendedor.

Número	Pergunta	Código
01	O que motivou você a se tornar empreendedor(a)?	C1
02	Quais características você considera mais importantes na sua atuação como empreendedor(a)	C3
03	De que forma você busca inovar ou trazer melhorias para o seu negócio no dia a dia?	C6
04	Como você descreveria seu estilo de liderança?	C5

05	Você se considera uma pessoa segura para tomar decisões no negócio? Por quê?	C4
06	Como você costuma agir diante de decisões que envolvem riscos no seu negócio?	C7
07	Como você costuma reagir diante de dificuldades no seu negócio?	C2
08	Quando surge um problema no negócio, como você normalmente busca soluções?	C9
09	Você costuma estabelecer metas para o seu negócio? Como acompanha os resultados?	C10
10	Como você reage às mudanças e adaptações necessárias no mercado ou no seu negócio?	C1

Fonte: Elaborado pelos autores, 2026.

O objetivo principal consiste em compreender e analisar o comportamento empreendedor a partir das respostas obtidas pelos três empreendedores escolhidos, visando entender suas percepções e experiência. Dessa forma, buscamos identificar padrões, características e possíveis semelhanças ou até mesmo diferenças entre os empresários, de acordo com as informações coletadas. Nesse contexto, conforme destacam Fossatti e Luciano (2008), em relação a aspectos ligados à pesquisa, a falta de fundamento conceitual e ao tempo disponível, a análise foi conduzida por meio de uma compreensão geral dos dados, destacando apenas os pontos essenciais para cumprir as finalidades do estudo.

Esse tipo de método será aplicado para a análise da realidade empírica, no qual é destacada a experiência do autor e as frases e palavras escritas são consideradas essenciais na formação e apresentação dos resultados, visto que os dados coletados serão empregados na construção e interpretação das informações (Demo, 2001).

Para complementar, a fase de exame dos dados qualitativos é importante para a pesquisa, pois estabelece uma ligação entre o problema em questão, os dados coletados e a base teórica (Fossatti; Luciano, 2008). Nesse contexto, conforme ressalta Demo (2001), a análise qualitativa não se limita à simples descrição dos dados, se trata de um processo interpretativo que busca dar significado às informações reunidas, ajudando a aprofundar a compreensão da realidade que está sendo estudada.

Após a coleta das respostas fornecidas pelos empresários, os dados foram organizados, analisados e interpretados com o objetivo de confrontar os achados empíricos com o referencial teórico adotado. A análise tem como objetivo identificar padrões, semelhanças e diferenças nas respostas,

permitindo uma compreensão mais aprofundada do comportamento empreendedor dos participantes.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A descrição e análise dos dados foram realizadas a partir das entrevistas com três empreendedores do setor varejista e de serviços, identificados neste estudo como Empresário A, Empresário B e Empresário C. As respostas foram organizadas de acordo com os quatro eixos definidos no roteiro de entrevista: Perfil e Motivação, Comportamento e Liderança, Tomada de Decisão e Gestão de Riscos e Atitudes Práticas frente a Desafios e Mudanças.

Para analisar as respostas dos empresários, cruzamos as informações obtidas nas entrevistas com os conceitos teóricos pesquisados, relacionando a prática dos empresários para as dez Características do Comportamento Empreendedor (CCEs) propostas por McClelland (1972) consolidadas no modelo EMPRETEC (ONU; SEBRAE, 2020).

Quadro 4 – As Correlações das Respostas com as Características.

Características	Empresário A	Empresário B	Empresário C
Motivação inicial	Busca por autonomia e identificação de demanda	Busca por retorno financeiro e escala	Desejo de ter negócio próprio
Características mais importantes	Visão estratégica, resiliência e capacidade de liderar pessoas.	Vendas, negociação, persuasão, liderança e criação de cultura organizacional.	Boa gestão separação entre PF e PJ, bom relacionamento e gestão de pessoas.
Formas de inovar	Otimização de processos operacionais e modernização contínua de equipamentos.	Estudar pessoas, ouvir, ler comportamentos e aplicar novas formas de inovar.	Investimento em treinamentos, consultoria e novos métodos de análise de mercado.
Estilo de liderança	Participativa e orientada a resultados, dando autonomia e ouvindo a equipe.	Voltada estritamente a números e resultados, pensa muito, mas demonstra pouco.	Gesto, pautada em análise de números, empatia e comunicação assertiva.
Segurança nas	Seguro. Baseia-se no	Inseguro	Segura.

decisões	conhecimento do mercado atual, obras e métricas reais.	emocionalmente, mas busco confiança por meio de dados e números.	Fundamentada na experiência de mercado e convicção de gestão.
Postura diante de riscos	Calculada. Avalia impacto financeiro/operacional e cria planos de contingência.	Aumento do esforço e do trabalho correto para reverter cenários difíceis.	Conservadora no financeiro. Estuda o mercado, estrutura ideias e escuta a equipe.
Reação a dificuldades	Calma e foco na solução, encarando problemas como aprendizado operacional.	Busca de soluções criativas no cotidiano.	Calma, paciência, resiliência, inteligência emocional e boa relação com a equipe.
Resolução de problemas	Investiga a causa raiz, escuta envolvidos e busca histórico da operação.	Utiliza a criatividade emergente para encontrar soluções para os problemas.	Busca especialistas externos, planejamento, calma e capacidade de se reinventar.
Fixação de metas	Guiado por metas operacionais e financeiras acompanhadas via sistema.	Estabelece metas e desdobra a meta principal em pequenas ações diárias.	Planejamento mensal, investigação de causas e busca de soluções de melhoria.
Adaptação à mudança	Agilidade e flexibilidade, vendo mudanças rápidas como diferencial competitivo.	Reage muito bem, prefere ser copiado a copiar e utiliza Inteligência Artificial.	Transparência com a equipe, diagnóstico situacional e busca por soluções.

Fonte: Elaborado pelos autores, 2026.

Na motivação inicial, os entrevistadores empreenderam por oportunidade, o Empresário A e C buscaram autonomia, já o Empresário B focou em retorno financeiro e ganho em escala. Nas características essenciais, destacaram-se visão estratégica, resiliência, habilidades de vendas, gestão financeira e liderança de pessoas.

Quanto à inovação, as práticas variam entre modernização de processo, uso de novas tecnologias e capacitação de equipes. Na liderança predomina o estilo participativo e focado em métricas e resultados.

Na tomada de decisão e gestão de risco, os gestores fundamentam em dados de mercado para

minimizar incertezas. Diante de desafios, mantêm a inteligência emocional e buscam a causa raiz dos problemas por meio da criatividade, análise operacional ou suporte especializado. Por fim, no acompanhamento de metas e adaptação, todos utilizam indicadores para monitorar o negócio e encaram as mudanças de mercado como oportunidades competitivas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar se as características do comportamento do comportamento empreendedor apresentadas na literatura científica podem ser identificadas na prática de empreendedores. A partir das entrevistas realizadas com três empresários, foi possível perceber que diferentes características estudadas ao longo da pesquisa estão presentes em suas atitudes e na forma como conduzem seus negócios.

Os resultados permitem identificar características como busca por oportunidades, iniciativa, persistência, liderança, planejamento, estabelecimento de metas, busca por informações, tomada de risco calculados e capacidade de adaptação. Embora cada empreendedor possua uma trajetória e uma forma de administrar diferente, os três apresentam comportamentos semelhantes principalmente quando precisam enfrentar dificuldades, tomar decisões e responder às mudanças do mercado.

Como limitação, destaca-se o número reduzido de participantes e o fato de os dados serem baseados nas percepções dos próprios empreendedores. Ainda assim, a pesquisa possibilitou aproximar os conhecimentos teóricos da realidade empresarial, contribuindo para a compreensão de como o comportamento empreendedor se manifesta na prática.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, Claudia Maria da Silva *et al.* **Comportamento empreendedor e estratégia: uma revisão sistemática da literatura.** REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal, v. 12, n. 2, 2023.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DEMO, P. **Pesquisa e informação qualitativa.** Campinas: Papirus, 2001.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a**

transformar conhecimento em riqueza: 1ª ed. São Paulo: Editora Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

FILARDI, F.; BARROS, F. D.; FISCHMANN, A. A. Do homo empreendedor ao empreendedor contemporâneo: evolução das características empreendedoras de 1848 a 2014. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 123-140, 2014.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo 2023. Curitiba: IBQP, 2023. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/>. Acesso em: 9 maio 2026.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HORNADAY, J. A.; ABOUD, J. **Characteristics of successful entrepreneurs**. **Personnel Psychology**, v. 24, n. 2, p. 141–153, 1971.

LAGE, Priscila Roberta. **Influência do ensino do empreendedorismo no desenvolvimento das habilidades empreendedoras**. RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar, v. 4, n. 8, 2023.

LENZI, F. C. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina**: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas. 2008. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

LUCIANO, E. M.; FOSSATTI, N. C. **Técnicas de análise de dados**. In: FOSSATTI, N. C.; LUCIANO, E. M. (Org.). **Prática profissional em Administração**: Ciência, Método e Técnicas. Porto Alegre: Sulina, 2008.

MARION, J. C.; DIAS, R.; TRALDI, M. C. **Monografia para os cursos de Administração, Contabilidade e Economia**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Empretec**: programa de

desenvolvimento de características do comportamento empreendedor. Brasília: SEBRAE, 2020.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de estágio e de pesquisa em Administração: guia para estágios, trabalho de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999).

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil: relatório executivo 2023**. Brasília: SEBRAE, 2023. <https://agenciasebrae.com.br/dados/em-2023-mais-empresarios-estabelecidos-no-brasil/>. Acesso em: 9 maio 2026.

SEBRAE. **Empretec**. Disponível em: SEBRAE Empretec. Acesso em: 9 maio 2026.

TIMMONS, J. A. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. São Paulo: Atlas, 1994.