

OS QUATRO TRAÇOS INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO SEGUNDO O ÍNDICE DE EMPREENDEDORISMO DE CARLAND

THE FOUR TRAITS THAT INDICATE ENTREPRENEURSHIP ACCORDING TO THE CARLAND ENTREPRENEURSHIP INDEX

Autor(es) Fernanda Giesel, Gabriel Nunes de Oliveira, Nilson Luiz Costa

Filiação Universidade Federal de Santa Maria

E-mail fernanda_giesel@hotmail.com; gabriel.n.oliveira@ufsm.br; nilson.costa@ufsm.br

Grupo de Trabalho (GT): GT03: Evolução, estrutura, competitividade e dinâmica das cadeias agroindustriais

Resumo

O estudo realizado utilizando uma análise de artigos e documentos relacionados ao empreendedorismo, investigou as quatro características definidas por Carland como importantes para a definição do ímpeto empreendedor. O Índice de Empreendedorismo de Carland (CEI) é uma ferramenta utilizada para mensurar o potencial empreendedor, avaliando características psicológicas, propensão ao risco, inovação e atitudes estratégicas. O empreendedorismo é um elemento chave para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, promovendo inovações que geram valor e transformam mercados. Ele envolve a identificação de oportunidades e a capacidade de assumir riscos, buscando criar soluções novas e sustentáveis em setores diversos. Com o avanço da tecnologia e as mudanças nos padrões de consumo, o empreendedorismo atual exige adaptação constante e uma postura estratégica. Empreendedores estratégicos, com uma visão bem definida e uso eficaz dos recursos, são essenciais para a competitividade e a sustentabilidade dos negócios, reforçando o impacto positivo do empreendedorismo em um mercado global em transformação. O perfil empreendedor, marcado por características como proatividade, resiliência e visão de longo prazo, desempenha um papel crucial no sucesso de uma atividade. Neste sentido, conhecer estes aspectos se torna crucial para a formulação de políticas e estratégias capazes de potencializar o estoque empreendedor de forma a criar um fluxo constante de ações inovadoras voltadas ao desenvolvimento local e regional.

Palavras-chave: atitude estratégica, empreendedorismo, Índice de Empreendedorismo de Carland, inovação, propensão ao risco.

Abstract

The study, conducted using an analysis of articles and documents related to entrepreneurship, investigated the four characteristics defined by Carland as important for defining entrepreneurial drive. The Carland Entrepreneurship Index (CEI) is a tool used to measure entrepreneurial potential, assessing psychological characteristics, risk propensity, innovation and strategic attitudes. Entrepreneurship is a key element for economic, social and environmental development, promoting innovations that generate value and transform markets. It involves identifying opportunities and the ability to take risks, seeking to create new and sustainable solutions in diverse sectors. With the advancement of technology and changes in consumption patterns, today's entrepreneurship requires constant adaptation and a strategic stance. Strategic entrepreneurs, with a well-defined vision and effective use of resources, are essential for the competitiveness and sustainability of businesses, reinforcing the positive impact of entrepreneurship in a changing global market. The entrepreneurial profile, marked by characteristics such as proactivity, resilience and long-term vision, plays a crucial role in the success of an activity. In this sense, knowing these aspects becomes crucial for defining entrepreneurial drive.

Keywords: strategic attitude, entrepreneurship, Carland Entrepreneurship Index, innovation, risk propensity.

1. INTRODUÇÃO

Caracterizado pela capacidade de identificar oportunidades e a partir delas, desenvolver soluções inovadoras e sustentáveis que gerem valor ao negócio, seja na esfera financeira, social ou ambiental, ou em uma combinação de ambas, o empreendedorismo é fundamental para a saúde de uma atividade. A palavra “empreendedorismo” surgiu da expressão em inglês “*entrepreneurship*”, onde o prefixo “*entrepreneur*”, é traduzido para o português como empreendedor, e o sufixo, “*ship*” indica posição, grau, relação, estado ou qualidade (BAGGIO *et al.*, 2014).

De forma geral, empreender envolve assumir riscos e fazer investimentos com o objetivo de obter lucro ou promover transformações em determinado setor, sendo os empreendedores caracterizados por uma postura diferenciada, com motivações singulares e busca pelo novo, por se sobressaírem nas atividades que realizam em relação aos seus concorrentes e motivados em deixarem uma história no seu setor ou atividade.

As mudanças no mercado mundial, com a inserção de novas tecnologias e formas de produção, além do cenário competitivo, fazem com que o empreendedor tenha que se adaptar e adotar inovações para continuar no mercado. Neste sentido então, o momento atual em que o mercado mundial e as atividades estão inseridos pode ser chamado de “Era do empreendedorismo”, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (SENTANIN *et al.*, 2005).

Com a característica de um comportamento proativo frente a problemas que surgem e precisam de resolução, o empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos (BAGGIO *et al.*, 2014). Os atributos envolvidos na atividade empreendedora envolvem a elevada disponibilidade para a mudança, a autoconfiança e a criatividade, assim como uma abordagem inovadora na resolução dos problemas (PARREIRA *et al.*, 2018).

Muitas linhas de pensamento buscam caracterizar o empreendedorismo, e, em todas elas, ele está diretamente correlacionado a inovação. A inovação no mundo contemporâneo pode ser dividida conforme duas grandes vertentes: as correntes econômicas derivadas do pensamento Schumpeteriano e a sociologia construtivista das técnicas, desenvolvida

principalmente por Bruno Latour e que criou espaço para a incorporação da temática nas Ciências Sociais (ANDRADE, 2004). Para Schumpeter, a inovação não é só essencial ao desenvolvimento, mas igualmente importante para levar a mudança do paradigma sociocultural e à alteração do padrão de acumulação capitalista (HADDAD, 2010). Já a inovação de Bruno Latour – antecipada por seu ancestral intelectual Alfred North Whitehead - é tratar todas as entidades igualmente como “atores”, analisando cada uma delas em termos dos efeitos que têm sobre outros atores (HARMAN, 2022).

Para Silva *et al.* (2021), a inovação está diretamente ligada às “mudanças, quer sejam em produtos, processos ou mercados, podendo, portanto, estar diretamente ligada à possibilidade de identificação de novas oportunidades ou explorar oportunidades existentes sobre outras óticas” (SILVA *et al.*, 2021; SILVA, 2015).

Por definição, as inovações representam uma ruptura em relação às rotinas, formas de pensar e de agir prevalecentes. E, como tal, são marcadas por um alto risco e incerteza no decurso da sua concretização (MONTEIRO, 2019), já que o processo de aceitação das mesmas envolve muitos fatores de risco, o que, portanto, acaba onerando os processos de aplicação, além de aumentar o índice de tempo probatório necessário para as implementações das mesmas, caso aceitas pelo nicho de mercado almejado (KHAN *et al.*, 2023). A inovação, como instrumento de competitividade, está intimamente conectada com o ímpeto empreendedor do empresário. A economia evolucionária, pode ajudar a entender esse processo, uma vez que trata do estudo dos processos que transformam a economia através das instituições, indústrias, emprego, produção, comércio e crescimento, através de ações e interações dos agentes dos elos. A abordagem evolucionária, aplicada aos problemas econômicos, pode responder a esta questão indicando que podemos ao mesmo tempo preservar alguns resultados neoclássicos e nos basear em uma explicação do processo de mercado alinhada a uma postura de realismo científico (MURAMATSU *et al.*, 2009).

Na linha evolucionária, fatores como as características familiares, as experiências ao longo da vida e do estágio da carreira dos indivíduos (TATTO *et al.*, 2008) determinam o nível empreendedor. Ainda, segundo descreve Carvalho (2011) “ambientes mais complexos diminuem o ímpeto empreendedor”. Neste sentido, a atribuição das características inovadoras presentes em empreendedores poderia ser atribuída, em grande medida às suas motivações, que seriam qualitativamente diferentes daqueles presentes nos capitalistas ou homens de negócios comuns (MEDEIROS, 2017).

Para Costa (2006), o empreendedor é “uma figura que se distingue na sociedade por ser portador de uma energia e capacidade de realizar coisas novas”, um ser iluminado, capaz de aproveitar as chances das mudanças tecnológicas e introduzir processos inovadores nos mercados (SCHUMPETER, 1997). Assim, torna-se importante o constante monitoramento do nível de empreendedorismo de um setor, região, no sentido de avaliar o potencial empreendedor, bem como da eficácia de ações de incentivo às ações inovadoras deflagradas por governos ou entidades. Muitos negócios dependem de ações de governos locais, por isso, é esperado dos governantes ações para prover os bens públicos necessários e o ambiente atrativo (VERA, 2011).

O empreendedor, neste contexto se torna um resultado tangível ou intangível de uma pessoa com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais, estando inerente no seu exercício a variável “risco”, tanto na vida como na carreira do empreendedor (INÁCIO JÚNIOR *et al.*, 2004).

Para analisarmos o empreendedorismo e cada traço característico que torna um indivíduo empreendedor, utilizaremos, neste estudo, o Índice de Empreendedorismo de Carland (*Carland Entrepreneurship Index, CEI*). Trata-se de uma ferramenta desenvolvida com o intuito de quantificar o potencial empreendedor dos indivíduos, situando o indivíduo *num continuum* de empreendedorismo, em função de maior ou menor presença de características avaliadas (PITEIRA *et al.*, 2018), onde o sucesso não é observado e medido somente do ponto de vista financeiro.

O índice de Empreendedorismo de Carland surgiu como uma ferramenta importante para a mensuração do potencial empreendedor de um indivíduo ou grupo de indivíduos. Carland *et al.* (1992), tendo como objetivo determinar a propensão de um indivíduo para o desenvolvimento e o seu potencial empreendedor, realizaram uma pesquisa cujo seu resultado deu suporte a criação de um modelo de questionário que determina o seu nível empreendedor.

Trata-se de um questionário de autorrespostas com 33 pares de afirmações, sendo obrigatório ao respondente escolher uma das afirmações em cada par. Numericamente, procura detectar a maior ou menor presença desses elementos em um indivíduo (FROTA *et al.*, 2014). Tal questionário tem por finalidade caracterizar o respondente que ao preencher o questionário, baseando-se na sua personalidade e preferências, será enquadrado como mais ou menos empreendedor (DA SILVA *et al.*, 2018).

O índice de empreendedorismo de Carland, realizado inicialmente na língua inglesa, é amplamente utilizado de forma traduzida para o português. Estudos já realizados sobre a tradução indicam que a versão traduzida prova ser útil para mensuração do potencial empreendedor de uma determinada atividade. As questões são divididas em quatro blocos distintos, sendo eles: Bloco 1) Caracterização dos empreendedores Bloco 2) Caracterização das estratégias de negócios; Bloco 3) Caracterização de ações de inovação Bloco 4) Caracterização de empreendedorismo. Neste sentido, este estudo teve por objetivo analisar e descrever as características de cada bloco para a mensuração do potencial empreendedor de determinado indivíduo ou grupo.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

A pesquisa, caracterizada como qualitativa, ocorreu realizando-se uma revisão bibliográfica em torno do tema selecionado. Suas fases foram divididas em escolha do tema e busca por bibliografias existentes para que fossem descritas as ferramentas que pudessem avaliar a estrutura comportamental de um indivíduo tipicamente empreendedor. Nesse sentido, o Índice de Empreendedorismo de Carland apresenta traços de personalidade divididos em blocos, que se propõem a avaliar o indivíduo ou grupo em quatro dimensões. A revisão apoiou-se em artigos, periódicos, teses, dissertações e informações relevantes de órgãos certificados, onde foram utilizados materiais da língua portuguesa, inglesa e espanhola.

O quadro 01 a seguir descreve os traços analisados que compõe o questionário que formata o Índice de Empreendedorismo de Carland.

Quadro 01: Blocos e Indicadores do Índice de Empreendedorismo de Carland.

Bloco	Indicador	Característica
01	Traços de personalidade	Caracterização do empreendedor
02	Propensão ao risco	Caracterização das estratégias de negócio
03	Ações de inovação	Caracterização de atitudes de inovação
04	Atitude estratégica	Caracterização do empreendedorismo

Fonte: Elaboração própria, 2024.

Ao final do questionário, com a soma da pontuação obtida pelas escolhas dos respondentes, eles são caracterizados conforme o seu grau de empreendedorismo, sendo eles: microempreendedor, empreendedor e macroempreendedor. As características e pontuações de cada faixa podem ser observadas no quadro a seguir:

Quadro 02: Características de microempreendedor, empreendedor e macroempreendedor.

Categoria	Características
Microempreendedor (0 a 15 pontos)	• Visão de autoemprego, liberdade, autoestima. • A organização é vista como mais um aspecto de sua vida. • Buscam oportunidade de geração de renda e emprego familiar. • Não tem intenção de tornar seu negócio um grande empreendimento. • Não tem interesse em comprometer um grande nível de energia no negócio. • Objetivo é alcançado à medida que ele possa operar o seu próprio negócio sem as pressões e exigências de uma carreira numa organização. • Não é normalmente encontrado no ambiente corporativo. • Não tem a propensão de buscar a inovação ou abordagens criativas. • Gerenciamento através de técnicas seguras e já testadas. • Sonhos relacionados à liberdade e a vida em família.
Empreendedor (16 a 25 pontos)	• Interessados em lucros e crescimento. • Encontrados em ambientes corporativos e organizações. • Propensão à inovação. • Sonhos de riqueza, reconhecimento e administração.
Macroempreendedor (26 a 33 pontos)	• Aspiram em tornar seu negócio em um veículo de mudança na história. • Tem intenção de tornar seu negócio uma força dominante na economia. • Veem o crescimento do empreendimento como medida de sucesso. • Interesse vai além do aspecto monetário. • Constante busca do domínio da arena em que se encontram. • Preocupação com as atividades de planejamento. • São inovadores e buscam constantemente encontrar novas maneiras de transformar seus sonhos em novos produtos, novos mercados e novas indústrias. • Busca o crescimento através de novos desafios, fronteiras e ideias. • Sonham em criar, mudar, de fazer o mundo diferente.

Fonte: Da Silva *et al*, 2018.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO:

3.1. BLOCO 01 – TRAÇOS DE PERSONALIDADE

Os indicadores de empreendedorismo relacionados aos traços de personalidade avaliados pelo Índice de Empreendedorismo de Carland são avaliados por 12 questões. O quadro a seguir descreve as questões relacionadas a este bloco:

Quadro 03: Questões traços de personalidade do CEI.

Nº questão	Opções de resposta:
02	Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa habilidosa.
	Eu gosto de pensar em mim mesmo como uma pessoa criativa.
03	Eu não teria iniciado este negócio se eu não tivesse certeza de que seria bem-sucedido.
	Eu nunca terei certeza se este negócio dará certo ou não.
06	Eu gosto de abordar as situações de uma perspectiva otimista.
	Eu gosto de abordar as situações de uma perspectiva analítica.
07	Meu objetivo primário neste negócio é sobreviver.
	Eu não descansarei até que nós sejamos os melhores.
10	Eu planejo com o coração.
	Eu planejo com a razão.
13	As pessoas que trabalham para mim trabalham duro.
	As pessoas que trabalham para mim gostam de mim.
14	Eu anseio pelo dia em que gerenciar este negócio seja simples.
	Se gerenciar ficar muito simples, eu iniciarei outro negócio.
15	Eu penso que eu sou uma pessoa prática.
	Eu penso que sou uma pessoa imaginativa.
16	O desafio de ser bem-sucedido é tão importante quanto o dinheiro.
	O dinheiro que vem com o sucesso é a coisa mais importante.
18	É importante ser otimista.
	É importante ser lógico.
29	As pessoas pensam em mim como um trabalhador esforçado.
	As pessoas pensam em mim como alguém fácil de relacionar.
32	Eu me preocupo com os direitos das pessoas que trabalham para mim.
	Eu me preocupo com os sentimentos das pessoas que trabalham para mim.

Fonte: Elaboração própria, 2024.

Inicialmente entre os anos de 1960 e 1990, as pesquisas econômicas com foco em traços de personalidade tiveram pouco avanço. Tal fato é estranho, uma vez que de acordo com pesquisa realizada com diversos investidores de risco, alguns traços pessoais estão entre os principais motivos para o sucesso do empreendimento (DIAS, 2024).

Quando se parte do pressuposto de que alguns indivíduos que empreendem são diferentes de outros porque apresentam traços de personalidade diversos, adota-se uma abordagem psicológica e individual (BARBOSA *et al.*, 2019). A partir daí, pressupõe-se que alguns indivíduos demonstram mais interesse, intenção e motivação a empreender que outros.

Analisar o comportamento e o perfil psicológico de um empreendedor são ferramentas muito importantes para o empreendedorismo pois auxiliam a identificar e criar oportunidades ou melhorar uma atividade que já existe, além de ser diferencial para liderar pessoas. Além disto, se torna uma ferramenta fundamental para a compreensão de características que impulsionam o sucesso e a inovação em um ambiente de negócios.

Buscando a essência que distingue o perfil empreendedor muitos estudos de áreas distintas, porém correlatas, procuram compreender, decifrar e desenvolver esse padrão de comportamento peculiar tão necessário ao avanço das economias no século vigente (RIZZATO *et al.*, 2013). A questão do estudo das dimensões da personalidade do empreendedor torna-se essencial para a identificação e até desenvolvimento do que é considerada, para muitos autores, a mola propulsora do desenvolvimento da economia atual (RIZZATO *et al.*, 2013). Alguns traços como proatividade, autoconfiança e resiliência são frequentemente associados a empreendedores de sucesso. Estes traços, influenciam na maneira como o empreendedor lida com os desafios, toma decisões e enxerga oportunidades. Sob a ótica psicanalítica, o ponto chave das características dos empreendedores é a alta necessidade de autonomia, independência e autoconfiança (PAULINO *et al.*, 2003).

Ainda, a importância da abordagem das características pessoais do empreendedor ganha destaque na medida em que ela pode esclarecer seu papel e impacto na gestão da organização (BRESSAN *et al.*, 2013). Nesse sentido, pressupõe-se que o comportamento e as decisões de um profissional sejam um reflexo de suas características pessoais, consideradas as influências do ambiente de negócios, o qual compreende situações conjunturais e eventos inesperados (BRESSAN *et al.*, 2013).

Quando analisados à luz da Nova Economia Evolucionária, os traços de personalidade são descritos como traços que refletem um conjunto de características moldadas por contextos históricos, sociais e econômicos que influenciam os agentes, que vão em busca de inovação, adaptação e sobrevivência.

Ainda, os traços de personalidade podem assumir três funções importantes, a saber: (1) serem usados para resumir, prever e explicar a conduta de uma pessoa; (2) permitir que seu comportamento futuro seja previsto; e, por fim (3) sugerir que a explicação para o comportamento dessa pessoa seja encontrada no próprio indivíduo, ao invés de na situação (GONÇALVES, 2012).

Esta perspectiva enfatiza como os indivíduos, especialmente os que empreendem, respondem às mudanças nos ambientes econômicos e tecnológicos, desempenhando um papel importantíssimo na transformação recorrente de cenários de mercados e organizações, sendo o empreendedorismo visto como um motor de evolução econômica, onde os indivíduos assumem riscos para explorar o mercado.

Para Freeman *et al.*, (2008), os sistemas de inovação são observados como ecossistemas interconectados que influenciam a forma de agir de um indivíduo. Os traços de personalidade nesta relação com o empreendedorismo, podem ser descritos como: curiosidade, resiliência e proatividade. Eles emergem como uma resposta à necessidade de adaptação de um ambiente que se torna cada vez mais dinâmico e competitivo. Além da influência das emoções, por via de regra, a teoria aponta para a importância ímpar da resiliência emocional (RE) no contexto do empreendedorismo (ÁVILA *et al.*,2024), devido às adversidades e frustrações que encontrem no ambiente empreendedor, caracterizado por altos níveis de incerteza, os indivíduos precisam desenvolver a resiliência emocional para conduzirem seus projetos de modo satisfatório (D'ANDRIA *et al.*,2018).

Já Rosenberg (1983) aborda como a tecnologia é desenvolvida e aperfeiçoada por meio de processos interativos e cumulativos. Referenciando-se majoritariamente às obras de Marx e Schumpeter, além de citações de exemplos práticos significativos, Rosenberg apresenta vários argumentos contra o chamado determinismo tecnológico, conceito que estabelece que o aparecimento de uma nova tecnologia provoca numa sociedade mudanças profundas em todas as esferas – psíquica, física e socioeconômica (SILVA,2013). Para ele, traços de personalidade como criatividade, pensamento crítico e aversão ao conformismo são cruciais para o avanço tecnológico. Empreendedores com estas características agem como “abridores de caixas-pretas” explorando tecnologias, contribuindo para a evolução do sistema econômico e para as novas oportunidades.

Já no estudo de Penrose (1959), a autora descreve a interligação entre crescimento de uma empresa e a capacidade de gestão e utilização de recursos dos indivíduos a sua frente. A perspectiva de Penrose sugere que os empreendedores bem-sucedidos são capazes de explorar novas oportunidades. A autora acredita que o limite está na capacidade do gestor em gerenciar a empresa, e isso seria o delimitador de crescimento (PETTA *et al.*, 2018).

O modelo conceitual teórico de Carland relacionado aos traços de personalidade incluem os aspectos implicados na necessidade de realização, que desencadeia no indivíduo a intenção de crescimento do seu negócio e a criatividade, relativa ao conhecimento, habilidades criativas e motivação (PITEIRA *et al.*,2018). Corroborando com os traços de personalidade descritos por Carland, a teoria sobre a motivação

psicológica de David McClelland aponta que as pessoas são movidas por três necessidades: realização, afiliação e poder. A necessidade de realização é aquela que o indivíduo tem de pôr à prova seus limites, de fazer um bom trabalho. É uma necessidade que mensura as realizações pessoais (PAULINO *et al.*,2003). Baseando-se nesta ideia de motivação, o autor realizou vários estudos, concluindo que empreendedores eram aqueles indivíduos que, dotados de um alto índice desse tipo de motivação, eram predispostos a correr riscos e buscar a excelência no fazer, além de possuírem locus de controle interno (BARLACH,2014).

Indivíduos que possuem as características de motivação acentuadas em seus traços de personalidade não têm medo de novos desafios, são versáteis, imaginativos, e, muitas, vezes exibem alto grau de criatividade (YOUNG,2007). É um traço de personalidade importantíssimo que mostra a força entre intelecto e imaginação, e tem efeito sobre a intenção de empreender (BARBOSA,2019).

Neste sentido, a discussão sobre a influência dos traços de personalidade sobre o perfil empreendedor, e a compreensão do que motiva e torna uma pessoa mais ou menos empreendedora é crucial para entendermos a dinâmica de mercado, e em um cenário cada vez mais competitivo, pode ser determinante para a ascensão e destaque no mercado, considerando os empreendedores pessoas distintas de outros indivíduos em aspectos de natureza cognitiva (desde as suas crenças e valores, às suas funções mentais) (RODRIGUES *et al.*,2020).

3.2. BLOCO 02 – PROPENSÃO AO RISCO (CARACTERIZAÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS)

Os indicadores de empreendedorismo relacionados a propensão ao risco do Índice de Empreendedorismo de Carland são avaliados por 03 questões. O quadro a seguir descreve as questões relacionadas a este bloco:

Quadro 04: Questões de propensão ao risco do CEI.

Nº questão	Opções de resposta:
26	A melhor abordagem é evitar o risco tanto quanto possível.
	Se você quer exceder a concorrência, você tem que assumir alguns riscos.
30	Os únicos empreendimentos que este negócio faz são aqueles relativamente seguros.
	Se você quer que este negócio cresça, você tem que assumir alguns riscos.
31	A coisa que eu mais sinto falta em trabalhar para alguém é a segurança.
	Eu realmente não sinto falta de trabalhar para alguém.

Fonte: Elaboração própria, 2024.

O primeiro uso do termo “*entrepreneur*” (empreendedor) no contexto empresarial foi atribuído a um irlandês do século XVII chamado Richard Cantillon, onde o termo era utilizado para referir-se a alguém que comprava bens e serviços a certos preços com vistas de vendê-los a preços incertos no futuro. Em outras palavras, correndo um risco não assegurado (PAULINO *et al.*, 2003).

O conceito sobre risco é muito discutido em relação ao conceito de incerteza, os quais, são ocasionalmente confundidos. Alguns economistas assumem que, para os devidos fins, ambos têm o mesmo sentido para a sua utilização, enquanto outros assumem o risco como sendo o resultado de uma aproximação ou estimativa do grau de incerteza frente à acontecimentos futuros (COLLETI, 2015).

No contexto de Carland, a propensão ao risco é a capacidade para atuação na incerteza aceitando ou evitando o risco (PITEIRA *et al.*, 2019). A propensão ao risco e as características de estratégias de negócios são importantes ao analisar um empreendedor, pois referem-se à disposição ou não de um indivíduo em aceitar as incertezas e perdas que possam ocorrer, em troca da possibilidade de crescimento e ganho.

Em um cenário de negócios, onde ocorrem mudanças o tempo todo e o ambiente acaba sendo de certa forma incerto ou imprevisível, a propensão acaba se tornando um fator crítico para o sucesso de um empreendedor. A atividade empreendedora implica, por definição, assumir algum tipo de risco (RODRIGUES *et al.*, 2020).

A propensão ao risco ainda pode afetar a decisão de empreender, uma vez que os investimentos necessários resultam em riscos dados a possibilidade de perdas financeiras e consequências emocionais (BRAUM *et al.*, 2023). Ao empreender, o escopo da decisão torna-se mais restrito, pois a margem para erros diminui, uma vez que decisões equivocadas podem colocar o empreendimento em risco. Além do mais, nessas circunstâncias, a decisão e suas consequências recairão sobre o próprio empreendedor (BRESSAN *et al.*, 2013).

A propensão ao risco é um traço essencial do comportamento humano, especialmente no contexto do empreendedorismo, quando analisado sob a perspectiva de uma economia Evolucionária. Nesta linha de pensamento, a economia é considerada como um sistema dinâmico em constante transformação, onde a adaptação e a inovação são fundamentais para o progresso. A propensão ao risco, vem como uma característica

que facilita a exploração de novas oportunidades e a superação de incertezas.

Ela é essencial para empreendedores que enfrentam incertezas ao introduzir inovações em mercados estabelecidos. Este comportamento pode ser interpretado como um mecanismo para explorar novos territórios econômicos, garantindo a competitividade em sistemas dinâmicos. Empreendedores com inclinação e aceitação a propensão ao risco tem como características principais a facilidade na identificação das ameaças, a sua caracterização e impactos relevantes, e, por fim, a avaliação de impactos no negócio (RODRIGUES *et al.*,2020). Para Dosi (2006), a propensão ao risco é fator indispensável para superar os obstáculos iniciais à aceitação de novas tecnologias e a disposição em correr riscos garante que novas ideias sejam introduzidas, mesmo diante da possibilidade de falhas. O empreendedor, neste sentido quebra regras pré-estabelecidas, arrisca e busca formas diferentes de fazer as coisas (PEDROSO *et al.*,2009).

No sentido da Economia Evolucionária, a propensão ao risco é interpretada como uma característica que estimula a experimentação e a inovação, onde o empreendedor, ao assumir riscos, introduz variações no sistema econômico, desempenhando um papel semelhante ao de agentes evolutivos. Assim como na biologia, onde a diversidade genética aumenta a capacidade de adaptação de uma espécie, a diversidade de inovações promovida pelos empreendedores aumenta a resiliência e a capacidade de transformação da economia.

É importante mencionar que a propensão ao risco deve ser equilibrada para que o negócio seja sustentável. Enquanto assumir riscos é necessário, o excesso pode ser prejudicial. O sucesso empreendedor depende de se encontrar um ponto de equilíbrio: riscos devem ser assumidos de forma planejada, considerando o impacto no longo prazo e avaliando os recursos disponíveis.

Em suma, a propensão ao risco no empreendedorismo é um atributo essencial que pode levar tanto ao sucesso quanto ao fracasso, dependendo de como é gerenciada. Ela envolve coragem, capacidade analítica, controle emocional e uma visão clara dos objetivos. O empreendedor, portanto, deve estar disposto a arriscar, mas com consciência e preparação. Ainda, os empreendedores que assumem riscos desempenham um papel crucial ao explorar incertezas, permitindo que o sistema econômico evolua continuamente em resposta aos desafios do mercado.

3.3. BLOCO 03 – CARACTERIZAÇÃO DE AÇÕES DE INOVAÇÃO

Os indicadores de empreendedorismo relacionados as ações de inovação do Índice de Empreendedorismo de Carland são avaliados por 05 questões. O quadro a seguir descreve as questões relacionadas a este bloco:

Quadro 05: Questões ações de inovação do CEI.

Nº questão	Opções de resposta:
17	Eu sempre procuro por novas maneiras de se fazer as coisas.
	Eu procuro estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam feitas certas.
19	Procedimentos operacionais padrões são cruciais.
	Eu aprecio o desafio de inventarmos mais do que qualquer coisa.
22	Eu prefiro pessoas que são realistas.
	Eu prefiro pessoas que são criativas.
25	Eu adoro a ideia de tentar ser mais esperto que os concorrentes.
	Se você mudar muito, você pode confundir os clientes.
33	É mais importante ver possibilidades nas situações.
	É mais importante ver as coisas das maneiras que elas são.

Fonte: Elaboração própria, 2024.

As ações de inovação são fundamentais para o empreendedorismo, pois são nelas que existe a possibilidade de um empreendedor se diferenciar e permanecer no mercado de forma competitiva. Inovação e empreendedorismo ajudam a criar empresas, gerar empregos, aumentar a competitividade e a produtividade e melhorar a qualidade de vida da população (SEBRAE, 2023). Promover novas ideias, processos e produtos podem gerar vantagens competitivas, possibilitando um crescimento sustentável de uma atividade. A inovação tem por caminho crucial a vantagem competitiva (FREEMAN *et al.*, 2006) e para gerar esta inovação e competitividade na indústria, é fundamental o desenvolvimento de tecnologias (MONTEIRO *et al.*, 2013). As inovações não estão atreladas somente a um segmento, podem estar relacionadas a produtos ou a processos. O manual de Oslo define as tipologias de mudanças tecnológicas que levam a inovação, conforme o que segue a seguir:

Quadro 6: Tipos de Mudanças Tecnológicas de acordo com o Manual de Oslo

Tipos de Mudanças Tecnológicas – Manual de Oslo	
I.	Produto/serviço completamente novo ou fundamentalmente alterado (por exemplo, como um dia foi o pen-drive ou serviço bancário eletrônico)
II.	Produto/serviço acessório novo ou aprimorado (por exemplo, um assento para crianças mais seguro em uma bicicleta ou um seguro de vida aprimorado vinculado a uma hipoteca)

III. Produto/serviço ligeiramente melhorado (por exemplo, uma máquina mais eficiente em termos de consumo de energia ou melhor proteção de segurança para cartões de crédito)
IV. Diferenciação de Produto/serviço (por exemplo, um aroma de perfume diferente)
V. Processo novo ou aprimorado

Fonte: (Adaptado de FINEP, 2004; MONTEIRO *et al.*, 2013)

No contexto do estudo de Carland, as ações de inovação estão diretamente relacionadas a propensão de se aceitar novos “modos de fazer”. É uma combinação ajustada dos recursos existentes e da capacidade de criar riqueza/recursos, pela procura de processos/produtos inexistentes (PITEIRA *et al.*, 2019). Neste contexto, é fundamental destacar a importância da diferenciação no mercado, que influencia diretamente as questões de inovação. Em cenários com grande oferta de produtos similares, um empreendedor que promove uma inovação pode fazer com que o seu produto se sobressaia em relação aos demais.

A diferenciação pode estar também relacionada à sustentabilidade econômica, ambiental e social da produção, de modo a promover maior equidade entre os elos da cadeia produtiva (SAES *et al.*, 2006).

Outra característica de ações de inovação de importante destaque é a adaptação às mudanças. O avanço tecnológico e as mudanças das preferências dos consumidores, faz com que os empreendedores precisem se adaptar para permanecerem competitivos. A inovação com o avanço tecnológico pode fazer com que o empreendedor se antecipe e esteja sempre a frente da produção. Mudanças nos padrões de consumo e as pressões ambientais também são fatores desafiadores (VIERA *et al.*, 2021).

As ações de inovação também podem estar direcionadas a otimização dos processos internos e de logística, diminuindo custos e aumentando a produtividade, bem como na oportunidade de exploração de novos segmentos, na sustentabilidade e responsabilidade social. Empreendedores que possuem inclinação a inovação buscam vantagens competitivas desenvolvendo produtos, serviços, processos e negócios, novos ou modificados, com base nas dimensões social, ambiental e econômica. Eles reúnem duas características essenciais: são inovadores e orientados para a sustentabilidade (BARBIERI *et al.*, 2010).

No sentido da Economia Evolucionária, as ações de inovação podem ocorrer de forma linear, mas como uma interação complexa entre agentes, instituições e o ambiente

econômico. A inovação é vista como o motor da transformação econômica e tecnológica, onde a variação, seleção e adaptação são os principais mecanismos.

Para Freeman *et al.*, (2008), as ações de inovação são comparadas ao surgimento de mutações no sistema biológico: geram variações no mercado, que, após um processo de seleção levam à adaptação para uma melhoria contínua. O empreendedor é visto como um “mutador” introduzindo mudanças que moldam o futuro dos mercados.

Neste sentido, a capacidade de adaptação tornou-se um diferencial competitivo, sendo que os empreendedores que encaram este complexo desafio com muita seriedade, de forma a agilizarem processos, tornam-se mais resilientes e flexíveis, para conseguirem lidar com diferentes turbulências que emergem num mercado cada vez mais global (TEIXEIRA *et al.*, 2020).

As ações de inovação vão, portanto, além da vantagem competitiva. São fundamentais e necessárias para os empreendedores que queiram se destacar, crescer e se manter no mercado. A capacidade de pensar criativamente e implementar melhorias contínuas nos processos e nos produtos, define os negócios de sucesso e os conecta diretamente ao futuro do mercado. Com a inovação vem maior eficiência, menores custos, maior produtividade, mais facilidade na identificação e solução de problemas e operações mais suaves (VARRE, 2024).

3.4. BLOCO 04 – PROPENSÃO PARA ATITUDE ESTRATÉGICA (CARACTERIZAÇÃO DE EMPREENDEDORISMO)

Os indicadores de empreendedorismo relacionados a atitude estratégica do Índice de Empreendedorismo de Carland são avaliados por 13 questões. O quadro a seguir descreve as questões relacionadas a este bloco:

Quadro 07: Questões atitude estratégica do CEI.

Nº questão	Opções de resposta:
01	Objetivos por escrito para este negócio são cruciais.
	É suficiente saber a direção geral em que você está indo.
04	Eu quero que este negócio cresça e torne-se poderoso.
	O real propósito deste negócio é dar suporte a minha família.
05	A coisa mais importante que eu faço para este negócio é planejar.
	Sou mais importante no gerenciamento do dia-a-dia deste negócio.
08	Um plano deveria ser escrito para ser efetivo.
	Um plano não escrito para desenvolvimento é suficiente.

09	Eu provavelmente gasto muito tempo com este negócio.
	Eu divido meu tempo entre este negócio, família e amigos.
11	Minhas prioridades incluem um monte de coisas fora deste negócio.
	Uma das coisas mais importantes em minha vida é este negócio.
12	Eu sou aquele que tem de pensar e planejar.
	Eu sou aquele que tem que fazer as coisas.
20	Eu gasto tanto tempo planejando quanto gerenciando este negócio.
	Eu gasto a maior parte do meu tempo gerenciando este negócio.
21	Eu tenho percebido que gerenciar este negócio cai na rotina.
	Nada sobre gerenciar este negócio é sempre rotina.
23	A diferença entre os concorrentes é a atitude do proprietário.
	Nós temos alguma coisa que fazemos melhor do que os concorrentes.
24	Meus objetivos pessoais giram em torno deste negócio.
	Minha vida real é fora deste negócio, com minha família e amigos.
27	Eu odeio a ideia de pegar dinheiro emprestado.
	Empréstimo é somente outra decisão de negócios.
28	Qualidade e serviços não são suficientes. Você tem que ter uma boa imagem.
	Um preço justo e boa qualidade são tudo o que qualquer cliente realmente deseja.

Fonte: Elaboração própria, 2024.

As atitudes estratégicas para o sucesso de um empreendedor envolvem a capacidade de pensar e agir de forma planejada, antecipando cenários futuros, entendendo o mercado e tomando decisões que se alinhem aos objetivos a curto e a longo prazo do empreendimento. Empreendedores de sucesso adotam clara atitude proativa de observação para ter uma boa percepção das oportunidades (SALIM *et al.*, 2009).

A atitude estratégica voltada a visão à longo prazo é outra importante característica que pode ser observada em empreendedores de sucesso. É componente crucial para o sucesso de empreendedores, uma vez que permite antecipar desafios, identificar oportunidades e manter a resiliência diante das adversidades (QUIRINO, 2024). Ela permite ao empreendedor observar as demandas imediatas e foca em crescimento sustentável ao invés de reagir apenas às questões momentâneas, buscando um caminho que leve a sua atividade ao sucesso permanente.

Por uma visão Evolucionária, é entendida como a capacidade do empreendedor em planejar e agir em resposta a um ambiente dinâmico, caracterizado pela incerteza e pela constante mudança de cenários. Esta atitude envolve a habilidade de explorar oportunidades e adaptar-se. Sob esta abordagem, o empreendedorismo é um fenômeno central que reflete a aplicação de atitudes estratégicas em um processo de evolução econômica.

Para Freeman *et al.*, (2006), a atitude estratégica é comparável a um processo de adaptação evolutiva, onde empreendedores agem como organismos que ajustam seus comportamentos para explorar nichos emergentes e sobreviver a vários ambientes.

Já Rosenberg (1983) descreve que muitas vezes, a maioria das oportunidades econômicas surgem da exploração de possibilidades que ainda não foram plenamente compreendidas. Com a criação incessante do novo, há destruição incessante do antigo. Assim, o processo de destruição criativa é característica e fato essencial ao capitalismo e o que alimenta o processo de destruição criativa é a inovação (MAGYAR,2023) e a postura estratégica do empreendedor.

As atitudes estratégicas ainda têm relação direta com a alocação dos recursos, onde estes são utilizados de forma eficiente, priorizando investimentos e esforços alinhados aos objetivos finais. Empreendedores de sucesso perseguem os objetivos fazendo uso efetivo e eficiente dos recursos (BAGGIO *et al.*, 2014).

A construção de uma atividade sólida é outro ponto a ser analisado como característica empreendedora, onde o empreendedor estabelece para que todos que colaboram com a atividade entendam os propósitos e objetivos das atividades. Para isto, é importante ter um planejamento com foco, disciplina e comprometimento, transformando o que foi planejado em hábitos da atividade. O planejamento estratégico, neste sentido, torna-se ferramenta para que o negócio prospere. A importância do planejamento estratégico de negócio está na captação, elaboração e, principalmente, no bom senso em avaliar o conjunto de fatores de viabilidade financeira e mercadológica, que possibilitarão ao empreendedor coordenar um plano de ação, através do caminho mais adequado (SANTOS *et al.*, 2017) para a sua atividade.

Neste sentido, a atitude estratégica pode ser interpretada como um mecanismo adaptativo que permite aos empreendedores:

1. Explorar e inovar: Empreendedores estrategicamente buscam novas oportunidades tecnológicas e de mercado, introduzindo variações no sistema econômico. (Empreendedores que exploram e inovam efetivamente, também têm retornos significativamente maiores, pois exploram uma tendência assim que ela nasce (VARRE,2023) e, assim, tem mais tempo para obter resultados.
2. Adaptar-se e aprender: Assim como na seleção natural, os agentes que desenvolvem estratégias mais eficazes tendem a prosperar, enquanto aqueles

que não se adaptam enfrentam maiores riscos. Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças (MEGGINSON, 1963).

3. Influenciar o ambiente: Empreendedores não apenas reagem ao ambiente, mas também moldam as condições de mercado e as instituições por meio de suas ações estratégicas.

Neste contexto, o empreendedor é visto como um indivíduo cuja atitude contribui para o dinamismo e a transformação contínua do sistema econômico, possibilitando o avanço tecnológico, a diversificação e o crescimento do setor e do empreendimento.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo procurou demonstrar a importância da análise das características empreendedoras e a relevância do empreendedorismo em si, essencial para o desenvolvimento e inovação de mercados no cenário atual, onde existem rápidas mudanças econômicas, tecnológicas, sociais e ambientais.

O empreendedor, neste cenário atua como agente de mudanças, promovendo o progresso em diversas áreas, identificando oportunidades e assumindo riscos, modificando os cenários sociais, econômicos e ambientais. A habilidade de se adaptar e de inovar, não somente em produtos como também em processos, é o que possibilita a diferenciação e a adaptação ao mercado, assegurando que os negócios se mantenham competitivos e sustentáveis ao longo do tempo.

A atitude estratégica, que envolve visão de longo prazo e uso eficiente de recursos, complementa a inovação e destaca-se como um fator determinante para o sucesso empresarial. Empreendedores estrategicamente orientados são capazes de antecipar desafios, tomar decisões embasadas e construir uma cultura organizacional sólida, fatores que contribuem para a sustentabilidade e o impacto positivo dos negócios. Assim, a interdependência entre inovação, atitude estratégica e perfil empreendedor configura-se como um pilar para o crescimento e o fortalecimento das atividades econômicas no mercado global atual. Por fim, a análise detalhada dos traços de personalidade empreendedora, como a proatividade e a resiliência, revela a importância do perfil psicológico do empreendedor para o sucesso de uma atividade.

O Índice de Empreendedorismo de Carland surge como uma ferramenta

metodológica valiosa nesse contexto, ao possibilitar a mensuração das características empreendedoras em diferentes aspectos – desde a propensão ao risco até as atitudes estratégicas e de inovação, permitindo a elaboração de estratégias públicas e/ou privadas no sentido de identificar e estimular essas características, de forma a promover um ambiente empreendedor que leve ao desenvolvimento de uma região ou país.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANDRADE, Thales de. **Inovação tecnológica e meio ambiente: a construção de novos enfoques**. Ambiente e Sociedade, v. 7, n. 1, p. 89-105, 2004.

ÁVILA, Alexandre *et al.* Resiliência emocional na educação empreendedora: a prática educacional do empreendedorismo artístico. **Regepe Entrepreneurship And Small Business Journal**, [S.L.], v. 2, n. 13, p. 1-16, 1 ago. 2024. REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2162>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/regepe/a/Wf7jdrYnY8hVVG3Z3ZntnNf/#>. Acesso em: 03 dez. 2024.

BAGGIO, A.F. *et al.* **Empreendedorismo: conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 25-38, 30 dez. 2014. Complexo de Ensino Superior Meridional S.A.. <http://dx.doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612>. Acesso em: 10 out. 2024.

BARBOSA, Raul Afonso Pommer *et al.* O Impacto da Educação Empreendedora na Intenção de Empreender: análise dos traços de personalidade. **Regepe Entrepreneurship And Small Business Journal**, [S.L.], v. 9, n. 1, p. 124-158, 2 jan. 2020. REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal. <http://dx.doi.org/10.14211/regepe.v9i1.1589>.

BARBIERI, José Carlos *et al.* Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, [S.L.], v. 50, n. 2, p. 146-154, jun. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-75902010000200002>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/yfSJ69NTb8jcHSYr3R9bztJ/?lang=pt#>. Acesso em: 10 nov. 2024.

BARLACH, Lisete. Comportamento empreendedor: um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. **Revista de Carreiras e Pessoas**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 272-280, 26 ago. 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/21837/16082>. Acesso em: 06 dez. 2024.

BRAUM, Loreni Maria dos Santos *et al.* Propensão ao empreendedorismo e seus

anteriores: desenvolvimento e validação de uma escala de medição. **Cadernos Ebape.Br**, [S.L.], v. 21, n. 5, p. 1-15, maio 2023. FapUNIFESP (SciELO).

<http://dx.doi.org/10.1590/1679-395120220254>. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/cebape/a/rwjgcsghcGDRKDgsBrrq6Lv/?lang=pt>. Acesso em: 07 nov. 2024.

BRESSAN, Flávio *et al.* A influência das características pessoais do empreendedor nas escolhas estratégicas e no processo de tomada de decisão. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, Florianópolis, v. 3, n. 1, p. 309-324, dez. 2013. Disponível em:
<https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v13n3/v13n3a08.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2024.

CARVALHO, Carlos Eduardo. **Relacionamento entre ambiente organizacional, capacidades, orientação estratégica e desempenho: Um estudo no setor hoteleiro brasileiro**. 2011. 210 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração e Turismo, Universidade do Vale do Itajaí (Univali), Biguaçu/SC, 2011. Disponível em:
<https://siaiap39.univali.br/repositorio/bitstream/repositorio/2191/1/Carlos%20Eduardo%20Carvalho.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2024.

COLETTI, Gabriel Furlan. Incerteza, Inovação e o Processo Gerencial: um estudo teórico. **Anais do IV Singep**, São Paulo, v. , n. 1, p. 1-10, 10 nov. 2015. Disponível em: <https://www.singep.org.br/4singep/resultado/148.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2024. COLETTI, Gabriel Furlan. Incerteza, Inovação e o Processo Gerencial: um estudo teórico. **Anais do IV Singep**, São Paulo, v. , n. 1, p. 1-10, 10 nov. 2015. Disponível em: <https://www.singep.org.br/4singep/resultado/148.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2024.

DA SILVA, Marcus Vinicius Gonçalves *et al.* **Intraempreendedorismo no Setor Público: análise do comportamento empreendedor de gestores públicos municipais por meio do carland entrepreneurship index (CEI)**. Regepe - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 7, n. 2, p. 67-114, 2018.

DIAS, Adriano Júnior *et al.* As marcas de um empreendedor: um estudo de caso. **Governo do Estado de Santa Catarina**, Santa Catarina, v. 1, n. 1, p. 1-21, jan. 2021. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/348847788_AS_MARCAS_DE_UM_EMPREENDEDOR_um_estudo_de_caso. Acesso em: 06 dez. 2024.

DOSI, Giovanni. **Mudança técnica e transformação industrial: a teoria e uma aplicação à indústria dos semicondutores**. São Paulo: Unicamp, 2006. 464 p.

D'ANDRIA, Aude *et al.* Resilience and effectuation for a successful business takeover. **International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research**, [S.L.], v. 24,

n. 7, p. 1200-1221, 14 maio 2018. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/ijeb-11-2016->

0367. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijebr-11-2016-0367/full/html>. Acesso em: 02 dez. 2024.

FREEMAN, Chris *et al.* **A economia da Inovação Industrial**. São Paulo: Unicamp, 2008. 816 p.

HADDAD, Evelyn Witt. **Inovação tecnológica em Schumpeter e na ótica neo-schumpeteriana**. 2010. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25385/000750582.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 02 nov. 2024.

HARMAN, Graham. **Bruno Latour: The Delusions of Modernity**. 2022. Disponível em: <https://iai.tv/articles/bruno-latour-the-delusions-of-modernity-auid-2261>. Acesso em: 02 nov. 2024.

INÁCIO JÚNIOR, Edmundo *et al.* **Potencial Empreendedor: um instrumento para mensuração**. Revista de Negócios, Paraná, v. 9, n. 2, p. 1-10, jan. 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277738279_POTENCIAL_EMPREENDEDOR_UM_INSTRUMENTO_PARA_MENSURACAO. Acesso em: 29 nov. 2024.

KHAN, Arif *et al.* **Systematic review of disruptive innovation (DI) research in agriculture and future direction of research**. Telematics and Informatics Reports, V. 11, 2023, 100079.

MARINS, Luciana Manhães. **Atividade de inovação em firmas de economias emergentes: Proposta de um conjunto de novos indicadores**. 2010. 233 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/24183/000745668.pdf;jsessionid=C7C491C01F1D3FE7CBBA137EC460A613?sequence=1>. Acesso em: 01 dez. 2024.

MONTEIRO, Alcides. **O que é a Inovação Social? Maleabilidade Conceitual e Implicações Práticas**. Dados, v. 62, n. 3, p. 01-34, 2019.

MURAMATSU, Roberta *et al.* Consequências metodológicas das formulações 'as if': como a abordagem evolucionária sugere uma interpretação realista da economia. **Estudos Econômicos (São Paulo)**, [S.L.], v. 39, n. 2, p. 255-276, jun. 2009. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0101-41612009000200001>. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0101-41612009000200001>.

OCDE, Organização Para Cooperação Econômica e Desenvolvimento. **Manual de Oslo**. 5. ed. Brasil: Finep - Financiadora de Estudos e Projetos, 2018. 136 p. Disponível em: http://www.finep.gov.br/images/a-finep/biblioteca/manual_de_oslo.pdf. Acesso em: 05 dez. 2024.

PARREIRA, Pedro *et al.* Competências empreendedoras no Ensino Superior

Politécnico: Motivos, influências, serviços de apoio e educação.

Polientrepreneurship Innovation Network, Coimbra, v. 1, n. 1, p. 1-29. Empreendedorismo.pdf#page=84. Acesso em: 06 dez. 2024.

PAULINO, Alice Dias *et al.* **Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor – Características e traços de personalidade empreendedora.** Egepe – Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Brasília, p. 205-220, jan. 2003. Disponível em: <https://anegepe.org.br/wp-content/uploads/2021/09/15.pdf>. Acesso em: 07 out. 2024.

PEDROSO, José Pedro Penteado *et al.* A relação entre o jeitinho Brasileiro e o perfil empreendedor: possíveis interfaces no contexto da atividade empreendedora no brasil. **Ram. Revista de Administração Mackenzie**, [S.L.], v. 10, n. 4, p. 100-130, ago. 2009. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1678-69712009000400006>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/YkjJFhBm9mYbFC5KfT7W9TG/?lang=pt>. Acesso em: 06 dez. 2024.

PENROSE, Edith. **A teoria do crescimento da firma.** São Paulo: Unicamp, 1959. 400p.

PETTA, Arnaldo di *et al.* The Theory of the Growth of the Firm over 60 Years: from where we came and where we are going. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, [S.L.], v. 17, n. 3, p. 173-187, 13 set. 2018. University Nove de Julho. <http://dx.doi.org/10.5585/ijsm.v17i3.2675>. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/3312/331259757010/html/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

PILEIRA, M. *et al.* **Avaliação do potencial empreendedor: O Índice de Empreendedorismo de Carland.** In.: M. Piteira, M. Cebola, L. Mónico, L. Sousa; P. Parreira (Eds.), Competências empreendedoras no ensino superior politécnico: Motivos, influências, serviços de apoio e educação. Instituto Politécnico da Guarda. p. 133-142, 2018.

QUIRINO, Mário. **O longo prazo e o empreendedor.** 2024. Disponível em: <https://fococidade.com.br/artigo/60713/o-longo-prazo-e-o-empreendedor>. Acesso em: 10 nov. 2024.

RIZZATO, Sálvio de Castro e Costa *et al.* **Empreendedorismo e personalidade: o perfil em estudantes brasileiros.** Revista Psicologia Organizações e Trabalho, Florianópolis, v. 13,

n. 3, p. 279-292, dez. 2013. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpot/v13n3/v13n3a06.pdf>.

RODRIGUES, José *et al.* Problemas Específicos das PME. **VI Encontro Científico**, Santarém, v. 1, n. 1, p. 49-65, 1 jan. 2020.

ROSEMBERG, Nathan. **Inside the Black Box: Technology and Economics.** Cambridge: Cambridge University Press, 1983. 320 p.

SAES, Maria Sylvia Macchione *et al.* **Percepção do consumidor sobre os atributos de diferenciação no segmento rural: café no mercado interno.** Organizações Rurais & Agroindustriais, Lavras, v. 8, n. 3, p. 354-367, nov. 2006. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/43808/?v=pdf>. Acesso em: 10 nov. 2024.

SALIM, Cesar *et al.* **Introdução ao Empreendedorismo: Despertando a Atitude Empreendedora.** Atlas, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 1-272, 02 dez. 2009. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=FcheAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=atitude+estrat%C3%A9gica+empreendedor&ots=TAK0-jMPZN&sig=SUwVtNdsENBiljNNQz8u6XgT90g#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 10 nov. 2024.

SEBRAE. **O papel da inovação e do empreendedorismo no desenvolvimento econômico.** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-papel-da-inovacao-e-do-empreendedorismo-no-desenvolvimento-economico>. Acesso em: 10 nov. 2024.

SENTANIN, Luis Henrique Valenciano *et al.* **Conceitos de Empreendedorismo.** Revista Científica Eletrônica de Administração, [s. l], v. , n. 9, p. 1-9, dez. 2005. Semestral. ISSN: 1676-6822. Disponível em: https://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/CvfACUcZOtmMWBx_2013-4-26-12-25-36.pdf. Acesso em: 21 out. 2024.

SILVA, Alisson *et al.* **Importância do marketing no agronegócio.** Revista Interface Tecnológica, v. 18, n. 1, p. 308-320, 2021.

TATTO, Francis Radael *et al.* **Da Experiência Universitária: o interesse em tornar-se empreendedor muda com o passar da experiência universitária?.** Conhecimento Sem Fronteiras, v. 1, n. 1, p. 1-4, 2008.

TEIXEIRA, Manuela *et al.* Os conceitos de mudança: A liderança espiritual nas organizações. **Atas VI Encontro Científico Ui&D**, Santarém, v. 5, n. 1, p. 251-268, jan. 2020. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/45207/1/Livro%20VI%20Encontro%20Cient%20C3%ADfco%20UI%26D.pdf>. Acesso em: 06 dez. 2024.

VARRE, Caroline. **Inovação.** 2023. Disponível em: <https://blog.singularityubrazil.com/blog/empreendedorismo-e-inovacao/>. Acesso em: 05 dez. 2024.

VERA, Flávia Santinoni. **Consequências do direito brasileiro para o empreendedorismo.** 10. ed. Brasília: Senado, 2011. 29 p. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/outras-publicacoes/agenda-legislativa/capitulo-10-consequencias-do-direito-brasileiro-para-o-empreendedorismo>. Acesso em: 02 nov. 2024.

VIEIRA, Pedro Abel *et al.*, **Geopolítica das carnes: Mudanças na produção e no consumo**. Revista Política Agrícola, v. 30, n. 2, p. 83-105, 2021.