

# Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações

Clayton Robson Moreira da Silva  
(Organizador)



**Clayton Robson Moreira da Silva**

(Organizador)

# Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Executiva: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Karine de Lima  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

#### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

### **Conselho Técnico Científico**

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo  
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba  
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico  
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará  
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista  
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia  
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal  
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

<b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b>	
A238	Administração 4.0 [recurso eletrônico] : flexibilidade para a inovação das organizações / Organizador Clayton Robson Moreira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.  Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-520-4 DOI 10.22533/at.ed.204190607  1. Administração de empresas. 2. Inovação. 3. Tecnologia. I. Silva, Clayton Robson Moreira da.  CDD 658.1
<b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>	

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

A obra “Administração 4.0: Flexibilidade para a Inovação das Organizações”, publicada pela Atena Editora, compreende um conjunto de vinte e quatro capítulos que abordam diversas temáticas inerentes ao campo da administração, promovendo o debate sobre estratégias, ações e mecanismos flexíveis focados na inovação das organizações.

Dessa forma, esta obra é dedicada àqueles que desejam ampliar seus conhecimentos e percepções sobre administração das organizações, com foco na inovação, por meio de um arcabouço teórico especializado. Ainda, ressalta-se que este livro agrega à área da gestão à medida em que reúne um material rico e diversificado, proporcionando a ampliação do debate sobre diversos temas e conduzindo gestores, empreendedores, técnicos e pesquisadores ao delineamento de novas estratégias de gestão para a inovação. A seguir, apresento os estudos que compõem os capítulos deste volume, juntamente com seus respectivos objetivos.

O primeiro capítulo é intitulado “Grau de Inovação das Micro e Pequenas Empresas: uma análise sob a ótica do radar de inovação” e objetivou evidenciar a importância da inovação para as micro e pequenas empresas, apresentando o grau de inovação de uma microempresa que participou do projeto Agentes Locais de Inovação (ALI), no período de 2009 a 2011. O segundo capítulo tem como título “Perfil dos Empreendedores Brasileiros: o que mostra a pesquisa SEBRAE/ IBQP/ *Global Entrepreneurship Monitor*” e objetivou identificar o perfil do empreendedor brasileiro, utilizando a metodologia de pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). O terceiro capítulo, intitulado “Pequenas e Médias Empresas: modelagem de processos de negócios e seus desafios”, objetivou elucidar os esforços, os desafios e oportunidades de pequenas e médias empresas em desenvolverem-se no mercado nacional e estrangeiro por meio do uso do gerenciamento de processos de negócio e suas vertentes.

O quarto capítulo é intitulado “Visão Crítica das Políticas de Gestão de Pessoas e Gestão do Conhecimento em Pequenas Empresas” e objetivou debater a importância da articulação teórica entre políticas de gestão de pessoas (GP) e gestão do conhecimento nas pequenas empresas. O quinto capítulo tem como título “Estilos de liderança e a Teoria da Liderança Situacional de Hersey e Blanchard” e apresenta a Teoria da Liderança Situacional como uma ferramenta de gerenciamento que faz uso de diferentes estilos de liderança existentes aproveitando suas virtudes conforme o grau de maturidade do colaborador. O sexto capítulo, intitulado “A Percepção do Colaborador acerca da Implantação de um Plano de Cargos e Carreira: um estudo de caso em uma ICES – Instituição Comunitária de Ensino Superior”, teve como objetivo investigar a percepção dos colaboradores de uma Instituição Comunitária de Ensino Superior (ICES) sobre a implantação do plano de cargos e carreira.

O sétimo capítulo tem como título “Violência Simbólica e Empoderamento:

mulheres que ocupam cargos de direção em centros universitários” e buscou analisar a percepção da existência de empoderamento e/ou da vivência da violência simbólica no cotidiano de trabalho de cinco mulheres que ocupam cargos de alta direção em Centros Universitários, em Belo Horizonte - MG. O oitavo capítulo é intitulado “Equidade Salarial Feminina no Mercado de Trabalho: reflexões a partir de um levantamento bibliográfico” e teve como objetivo nortear novos administradores nas questões relacionadas à equidade salarial através de um levantamento bibliométrico de pesquisas sobre o tema. O nono capítulo é intitulado “Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição: é possível situá-la no círculo das matrizes epistêmicas?” e explora a Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição (TCPO), no âmbito do Círculo das Matrizes Epistêmicas (CME), com base na Sociologia das Ausências, das Emergências, da Teoria (trabalho) de Tradução, bem como na Razão Subjacente: a Razão Cosmopolita como crítica à Razão Indolente.

O décimo capítulo tem como título “Descentralização das Ações de Indução da Cultura da Inovação: estudo do setor confeccionista no município de Curvelo/MG” e estudou a importância da implementação de uma rede inovadora nos municípios onde há unidades CEFET-MG, a fim de consolidar uma política inovadora. O décimo primeiro capítulo é intitulado “Modelo de Internacionalização de Empresas com Suporte nas Teorias Uppsala e Capital Social” e objetivou propor um modelo de internacionalização com suporte na relação entre a Teoria *Uppsala* e a Teoria do Capital Social. O décimo segundo capítulo tem como título “Capital Social e Ensino Superior na Perspectiva da Internacionalização” e objetivou elaborar um *framework* para compreender a internacionalização do Ensino Superior, por meio do capital social desenvolvido em Cooperação Acadêmica Internacional.

O décimo terceiro capítulo é intitulado “Transparência na Administração Pública Municipal do Estado da Paraíba” e objetivou verificar se os 223 municípios que formam o estado da Paraíba estão divulgando os instrumentos de transparência pública previstos no artigo 48 da Lei Complementar n 101 de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), nos portais eletrônicos dos municípios. O décimo quarto capítulo tem como título “*Accountability* como Ferramenta de Controle e Transparência na Universidade Federal de Rondônia” e objetivou analisar como a Pró-reitora de Planejamento (PROPLAN) cumpre os critérios de divulgação e transparência exigidos pela Lei de Acesso à Informação e pela Lei de Responsabilidade Fiscal. O décimo quinto capítulo, intitulado “Carta de Serviços ao Usuário: um estudo de caso numa grande universidade federal brasileira”, teve como objetivo verificar se o capítulo 2 do Decreto 9.094/2017 está sendo atendido nas universidades públicas federais brasileiras, ou seja, se a carta está disponibilizada ao usuário.

O décimo sexto capítulo é intitulado “Administração Transnacional, Governança Global e Política Mundial: as vicissitudes do mundo em transe” e desenvolve ensaio teórico à luz de Octavio Ianni, David Coen e Tom Pegrum, e Anne-Marie Slaughter. O décimo sétimo capítulo, intitulado “As Perspectivas Acadêmicas da Trajetória das

Políticas de Previdência Social no Brasil”, buscou analisar as perspectivas teóricas adotadas nos estudos científicos sobre a trajetória das políticas de Previdência Social no Brasil de 1998 a 2017 por meio de uma revisão bibliográfica sistemática integrativa. O décimo oitavo capítulo tem como título “Análise de Políticas Públicas: reflexões sobre a Política Nacional de Incentivo ao Manejo Sustentado e ao Cultivo do Bambu” e apresenta as principais características do bambu, seu uso nas atividades produtivas, como também analisa sinteticamente a Política Nacional de Incentivo ao Manejo Sustentado e ao Cultivo do Bambu.

O décimo nono capítulo tem como título “Reduzir, Reutilizar e Reciclar - Sustentabilidade de um Centro de Triagem de Materiais Recicláveis: estudo de caso” e buscou apresentar uma proposta de gestão financeira para um centro de triagem visando sua sustentabilidade no mercado de materiais recicláveis localizado na Região Metropolitana do Vale do Paraíba, Estado de São Paulo. O vigésimo capítulo é intitulado “Custo da Promoção versus o Retorno da Promoção: o caso da GODAM Alimentos” e objetivou mostrar os custos e os retornos esperados de uma ação promocional através do trabalho de um promotor de vendas desta empresa dentro de uma empresa-parceira (cliente). O vigésimo primeiro capítulo é intitulado “Perfil e-Consumidor dos Discentes do Curso de Administração de uma IES Brasileira” e objetivou conhecer o perfil e-consumidor dos alunos do curso de administração.

O vigésimo segundo capítulo é intitulado “Mito x Realidade: o *tag along* como mecanismo de proteção do acionista minoritário das sociedades anônimas brasileiras” e objetivou identificar a efetividade do *tag along* como prática de governança corporativa que protege o acionista minoritário da ação dos acionistas controladores em caso de alienação de controle. O vigésimo terceiro capítulo, intitulado “Análise da Carteira Eficiente entre o Mercado Imobiliário e os Títulos Públicos Federais”, objetivou apresentar uma solução para maximizar um portfólio, utilizando a combinação de investimentos diferentes, buscando, com isso, obter a melhor relação risco-retorno. O vigésimo quarto capítulo tem como título “*Organizational Learning as a Driver of a Social Business Model: a case study*” e investiga como os agricultores orgânicos no Sul do Brasil estão tornando seu negócio social operacionalmente sustentável, criando um ambiente de aprendizagem.

Assim, agradecemos aos autores pelo empenho e dedicação que possibilitaram a construção dessa obra de excelência, e esperamos que este livro possa contribuir para a discussão e consolidação de temas relevantes para a área de administração, levando pesquisadores, docentes, gestores, analistas, técnicos, consultores e estudantes à reflexão sobre os assuntos aqui abordados.

Clayton Robson Moreira da Silva

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
GRAU DE INOVAÇÃO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO RADAR DE INOVAÇÃO	
Jéssica dos Santos Veiga Anderson Luís do Espírito Santo Rosa de Barros Ferreira de Almeida	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906071</b>	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>18</b>
PERFIL DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS: O QUE MOSTRA A PESQUISA SEBRAE/ IBPQ/ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR	
Ângelo José Penna Machado Carlos Rodrigo da Silva Ywrynicksom Ramos Fernandes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906072</b>	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>34</b>
PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: MODELAGEM DE PROCESSOS DE NEGÓCIOS E SEUS DESAFIOS	
Roquemar de Lima Baldam Daniel Vasconcelos Castro Morgana de Freitas Guaitolini Lourenço Costa Thalmo de Paiva Coelho Junior	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906073</b>	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>49</b>
VISÃO CRÍTICA DAS POLÍTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS E GESTÃO DO CONHECIMENTO EM PEQUENAS EMPRESAS	
Talita Bernardi Goettems Denize Grzybovski	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906074</b>	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>58</b>
ESTILOS DE LIDERANÇA E A TEORIA DA LIDERANÇA SITUACIONAL DE HERSEY E BLANCHARD	
Elvis Magno da Silva Caique Bevilaqua Vilas Boas Rondinelli Heitor Resende Andrade Heloísa Teixeira Fidelis Fernandes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906075</b>	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>69</b>
A PERCEPÇÃO DO COLABORADOR ACERCA DA IMPLANTAÇÃO DE UM PLANO DE CARGOS E CARREIRA: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ICES – INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE ENSINO SUPERIOR	
Eder Ocimar Schuinsekel Berenice Beatriz Rossner Wbatuba	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906076</b>	



<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>84</b>
VIOLÊNCIA SIMBÓLICA E EMPODERAMENTO: MULHERES QUE OCUPAM CARGOS DE DIREÇÃO EM CENTROS UNIVERSITÁRIOS	
Cristiane Chaves Caldas Marlene Catarina de Oliveira Lopes Melo Ana Lúcia Magri Lopes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906077</b>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>96</b>
EQUIDADE SALARIAL FEMININA NO MERCADO DE TRABALHO: REFLEXÕES A PARTIR DE UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	
Eline dos Anjos Washington Ângelo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906078</b>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>113</b>
TEORIA CRÍTICA PÓS-MODERNA DE OPOSIÇÃO: É POSSÍVEL SITUÁ-LA NO CÍRCULO DAS MATRIZES EPISTÊMICAS?	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria Alexandre Oliveira Lima Antônia Márcia Rodrigues Sousa Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.2041906079</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>131</b>
DESCENTRALIZAÇÃO DAS AÇÕES DE INDUÇÃO DA CULTURA DA INOVAÇÃO: ESTUDO DO SETOR CONFECCIONISTA NO MUNICÍPIO DE CURVELO/MG	
Ronaldo Ferreira Machado Lourdiane Gontijo das Mercês Gonzaga Nilton da Silva Maia Antônio Guimarães Campos Maria de Lourdes Couto Nogueira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060710</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>145</b>
MODELO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS COM SUPORTE NAS TEORIAS UPPSALA E CAPITAL SOCIAL	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria Alexandre Oliveira Lima Antônia Márcia Rodrigues Sousa Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060711</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>168</b>
CAPITAL SOCIAL E ENSINO SUPERIOR NA PERSPECTIVA DA INTERNACIONALIZAÇÃO	
Fabiana Pinto de Almeida Bizarria Alexandre Oliveira Lima Antônia Márcia Rodrigues Sousa Flávia Lorene Sampaio Barbosa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060712</b>	

<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>190</b>
TRANSPARÊNCIA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA MUNICIPAL DO ESTADO DA PARAÍBA	
Marinely Costa de Lima	
Maria Manuela Costa de Lima	
Iran Jefferson Ribeiro de Lima	
Vera Lúcia Cruz	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060713</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>207</b>
ACCOUNTABILITY COMO FERRAMENTA DE CONTROLE E TRANSPARÊNCIA NA UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA	
Daniela Dourado Santos	
Marcilene de Assunção	
Marlene Valério dos Santos Arenas	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060714</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>223</b>
CARTA DE SERVIÇOS AO USUÁRIO: UM ESTUDO DE CASO NUMA GRANDE UNIVERSIDADE FEDERAL BRASILEIRA	
Joyce Vasconcelos Coutinho dos Reis	
Diego Fillipe de Souza	
Jorge da Silva Correia Neto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060715</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>236</b>
ADMINISTRAÇÃO TRANSNACIONAL, GOVERNANÇA GLOBAL E POLÍTICA MUNDIAL: AS VICISSITUDES DO MUNDO EM TRANSE	
Carlos Antonio Mendes de Carvalho Buenos Ayres	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060716</b>	
<b>CAPÍTULO 17</b> .....	<b>248</b>
AS PERSPECTIVAS ACADÊMICAS DA TRAJETÓRIA DAS POLÍTICAS DE PREVIDÊNCIA SOCIAL NO BRASIL	
Raquel Andrade e Silva	
Elaine Aparecida Teixeira	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060717</b>	
<b>CAPÍTULO 18</b> .....	<b>261</b>
ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS: REFLEXÕES SOBRE A POLÍTICA NACIONAL DE INCENTIVO AO MANEJO SUSTENTADO E AO CULTIVO DO BAMBU	
Fábio Moita Louredo	
Ricardo de Souza Martins da Costa	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060718</b>	

<b>CAPÍTULO 19</b> .....	<b>273</b>
REDUZIR, REUTILIZAR E RECICLAR - SUSTENTABILIDADE DE UM CENTRO DE TRIAGEM DE MATERIAIS RECICLÁVEIS: ESTUDO DE CASO	
Ricardo Zerinto Martins	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060719</b>	
<b>CAPÍTULO 20</b> .....	<b>284</b>
CUSTO DA PROMOÇÃO VERSUS O RETORNO DA PROMOÇÃO: O CASO DA GODAM ALIMENTOS	
Elvis Magno da Silva	
Dayana Christina dos Reis	
Sibila Fernanda Martins Silva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060720</b>	
<b>CAPÍTULO 21</b> .....	<b>293</b>
PERFIL E-CONSUMIDOR DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA IES BRASILEIRA	
Igor Ferreira de Fúcio	
Reginaldo Adriano de Souza	
Rita de Cássia Martins de Oliveira Ventura	
José Carlos de Souza	
Lilian Beatriz Ferreira Longo	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060721</b>	
<b>CAPÍTULO 22</b> .....	<b>308</b>
MITO X REALIDADE: O TAG ALONG COMO MECANISMO DE PROTEÇÃO DO ACIONISTA MINORITÁRIO DAS SOCIEDADE ANÔNIMAS BRASILEIRAS	
Éder de Souza Beirão	
João Paulo Cavalcante Lima	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060722</b>	
<b>CAPÍTULO 23</b> .....	<b>324</b>
ANÁLISE DA CARTEIRA EFICIENTE ENTRE O MERCADO IMOBILIÁRIO E OS TÍTULOS PÚBLICOS FEDERAIS	
Pedro Oliveira Otoch	
Marcelo Augusto Farias de Castro	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060723</b>	
<b>CAPÍTULO 24</b> .....	<b>336</b>
ORGANIZATIONAL LEARNING AS A DRIVER OF A SOCIAL BUSINESS MODEL: A CASE STUDY	
Michelle Dauer	
Michele de Souza	
Luiz Reni Trento	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060724</b>	
<b>CAPÍTULO 25</b> .....	<b>348</b>
A IMPORTÂNCIA DO LIDER COACHING NA GESTÃO PÚBLICA: UM ESTUDO COM A EQUIPE DO NÚCLEO DE PESQUISA - OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS	
Giovanna Adriana Tavares Gomes	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060725</b>	

<b>CAPÍTULO 26</b> .....	<b>354</b>
A INFLUÊNCIA DO CONHECIMENTO CULTURAL NOS NEGÓCIOS INTERNACIONAIS	
<a href="#">Carolina Pellissari Ribeiro</a> <a href="#">Ana Leticia Rupel</a> <a href="#">Jessica Cristine Metnek</a> <a href="#">Patricia Kroetz Maggioni</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060726</b>	
<b>CAPÍTULO 27</b> .....	<b>364</b>
PERCEPÇÕES SOBRE O (DES)ALINHAMENTO DOS PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, ACCOUNTABILITY E GERENCIAMENTO DE RESULTADOS EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	
<a href="#">Leonardo da Silva Trindade Matos</a> <a href="#">Rosiane Maria Lima Gonçalves</a> <a href="#">Antônio Carlos Brunozi Júnior</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060727</b>	
<b>CAPÍTULO 28</b> .....	<b>377</b>
INSTITUCIONALIZAÇÃO DA ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MATO GROSSO DO SUL	
<a href="#">André Luiz Alvarenga de Souza</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060728</b>	
<b>CAPÍTULO 29</b> .....	<b>393</b>
REDUÇÃO DE FALHAS EM SISTEMAS DE AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS COM O USO DAS TÉCNICAS FTA, FMECA E ANÁLISE CRÍTICA DE ESPECIALISTAS	
<a href="#">Roquemar de Lima Baldam</a> <a href="#">Patrick Soares Silva</a> <a href="#">Lourenço Costa</a> <a href="#">Thalmo de Paiva Coelho Junior</a>	
<b>DOI 10.22533/at.ed.20419060729</b>	
<b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....	<b>404</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....	<b>405</b>

## PERFIL DOS EMPREENDEDORES BRASILEIROS: O QUE MOSTRA A PESQUISA SEBRAE/ IBPQ/ GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

### Ângelo José Penna Machado

Faculdades ICESP – Curso de Administração de Empresas  
Brasília - DF

### Carlos Rodrigo da Silva

Faculdades ICESP – Curso de Administração de Empresas  
Brasília - DF

### Ywrynicksom Ramos Fernandes

Faculdades ICESP – Curso de Administração de Empresas  
Brasília - DF

**RESUMO:** O presente estudo teve por objetivo identificar o perfil do empreendedor brasileiro, utilizando a metodologia de pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Ocupou-se, também, de uma análise de diversos aspectos, a fim de se obter um levantamento da diversidade étnica, cultural e socioeconômica, além de alguns conceitos sobre o tema empreendedorismo no Brasil. Com os resultados da pesquisa, foi possível inferir as principais dificuldades enfrentadas, mas, principalmente, a capacidade de identificar as necessidades e transformá-las em oportunidades. Foi utilizado na construção deste trabalho, o conceito histórico, origem do termo empreendedorismo e relevância do tema na economia. Analisou-se inicialmente como fontes primárias, o

resultado da pesquisa GEM, livros e artigos de autores respeitados, pesquisas realizadas pelo SEBRAE e SERASA EXPIRIAN, revistas e sites com credibilidade em suas publicações. Constatou-se, ainda, que as informações contidas na pesquisa da GEM, apesar de não retratar na totalidade a realidade sobre o tema, mostra indicadores relevantes para nortear ações políticas assertivas para os diferentes grupos de amostragem da pesquisa. Foi possível ainda identificar o perfil predominante do empreendedor brasileiro e também permitiu concluir que o empreendedorismo gera a maior parte dos postos de trabalho e das riquezas no Brasil, impactando significativamente a economia, e que, apesar disso, sofre com uma alta carga tributária, disfunções da burocracia e falta de incentivos para crescer.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo, *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), perfil do empreendedor brasileiro

### PROFILE OF BRAZILIAN ENTREPRENEURS: WHAT SEBRAE / IBPQ / GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR RESEARCH SHOWS

**ABSTRACT:** This current study aims to identify the profile of the Brazilian entrepreneur, using the research methodology of the *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). It also

considered several aspects of a research, to obtain a survey of ethnic, cultural and socioeconomic diversity, as well as some concepts on entrepreneurship in Brazil. With the results of the research, it was possible to infer the main difficulties faced, but, mainly, the capacity to identify the needs and turn them into opportunities. It was used in the construction of this article, historical concept, origin of the term entrepreneurship, analysis of the data raised and relevance of the theme in the economy. At first it was analyzed as primary sources, the result of GEM research, books and articles by respected authors, researches managed by SEBRAE and SERASA EXPERIAN, reliable magazines and sites publications. It was also verified that the information contained in GEM's research, although it does not fully portray the reality on the subject, shows relevant indicators to guide assertive political actions for the different sample groups of the research. It was also possible to identify the predominant profile of the Brazilian entrepreneur and also allowed to conclude that entrepreneurship generates most of the jobs and wealth in Brazil, significantly impacting the economy, and despite this, it suffers from a high tax burden, dysfunctional bureaucracy and lack of incentives to grow.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Profile of the Brazilian Entrepreneur

## 1 | INTRODUÇÃO

O empreendedorismo sempre foi uma das principais fontes de empregabilidade de qualquer país. No Brasil, esta realidade não é diferente. Com base nessa premissa, julgou-se importante pesquisar sobre o perfil do empreendedor brasileiro, o qual, segundo o SEBRAE NACIONAL (2017), gera mais de 60% dos postos de trabalho e as micro e pequenas empresas representam mais de 90% dos empreendimentos nacionais, revelando, portanto, a importância e o valor do empreendedor brasileiro no cenário econômico, social e histórico.

O empreendedor está presente em grandes mudanças de valores econômicos, desde Marco Polo nos séculos XIII e XIV no cenário mundial. No Brasil, o Barão de Mauá foi uma das figuras de maior relevância do empreendedorismo, o que inspirou grandes empreendedores do século XIX até os dias atuais (ALFREDO, 2009).

O conceito de empreendedorismo é bastante amplo. Diante disso, diversos órgãos nacionais e internacionais, constantemente se dedicam a este tema. Como exemplo, pode ser citada uma extensa pesquisa, de nível mundial, realizada desde a década de 1980, dedicada aos estudos e à busca de soluções para o empreendedorismo aplicada em 82 países. No Brasil, a pesquisa começou a ser realizada a partir de 2002.

Em 2016, o SEBRAE e o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) realizaram uma pesquisa com o objetivo de avaliar, naquele momento, o perfil dos empreendedores brasileiros. A pesquisa foi realizada nos moldes de um estudo realizado pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Este estudo foi coordenado por um consórcio de instituições internacionais

chamado *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), liderado pelo *London Business School* (Londres, Inglaterra) e pelo *Babson College* (Boston, EUA). Essa pesquisa engloba uma série de dados que visam identificar o perfil dos empreendedores.

Um grande diferencial do estudo é o foco no empreendedor em detrimento do empreendimento, levando em conta fatores sociais, étnicos, regionais, gêneros, maturação do negócio, escolaridade, região, motivação para empreender (oportunidade/necessidade), dentre outros. A pesquisa foi realizada com 2.000 pessoas entre 18 e 64 anos. Porém, o que será analisado no presente artigo são as características mais predominantes e comuns nos empreendedores brasileiros, com base na amostragem colhida.

Para Dornelas (2003), no Século XXI, o empreendedor seria um administrador completo, que interage com seu ambiente para tomar as melhores decisões, incorpora as várias abordagens existentes sem restrições, assume as funções, os papéis e as atividades do administrador de forma complementar, sabendo utilizá-los no momento certo para atingir seus objetivos. Para o citado autor, é interessante observar que o empreendedor de sucesso assume uma característica singular, que é o fato de conhecer o negócio em que atua como quase ninguém.

Esta pesquisa traz à luz o perfil sob o olhar do próprio empreendedor. Essa visão privilegiada, quanto à ótica do pesquisador, possibilita um mapeamento situacional da realidade de uma classe que, isoladamente, tem pouquíssima representação, mas somados, respondem pela principal força de geração de renda e emprego no mundo inteiro, mais, especificamente, no Brasil.

É importante compreender quem são os empreendedores e qual seu papel no desenvolvimento econômico e social no país. No caso do Brasil, há necessidade de que as pequenas empresas sejam duradouras e tenham suas altas taxas de mortalidade reduzidas, pois representam mais de 90% das empresas nacionais e correspondem, aproximadamente, a 61,5% dos empregos gerados no país (SEBRAE NACIONAL, 2017). Por isso, baseando-se nos dados levantados, é possível inferir que o resultado dessa pesquisa retrata uma preocupação principalmente com a qualidade da formação desses empreendedores, já que engloba tanto os que já estão estabelecidos, quanto aqueles que ainda não têm um negócio formal, mas que contribuem com a economia do país. Isso demonstra um retrato fiel e real do empreendedor, possibilitando uma análise mais profunda dos dados para implementação de políticas públicas e direcionamento mais assertivos de mudanças necessárias.

O objetivo geral deste estudo foi analisar o perfil dos empreendedores brasileiros, a partir de dados coletados pela pesquisa SEBRAE/IBQP de 2016, conforme a metodologia da *Global Entrepreneurship Monitor*.

A pesquisa para este estudo concluiu que, no Brasil, o número de micro e pequenos negócios é muito maior se comparado às empresas de médio e grande porte, e isso demonstra o quanto o brasileiro é interessado em empreender (SEBRAE,

2017). Como o mercado está cada vez mais competitivo, mesmo sem ter formação acadêmica para empreender, é necessário ter preparo, ser inovador, se qualificando e se atualizando para atender de maneira mais assertiva tanto clientes quanto colaboradores e parceiros comerciais.

## 2 | REVISÃO DE LITERATURA

### 2.1 Conceito de empreendedorismo

De acordo com Say (1814); Mender (1871) e Hayec (1959) citados por Chiavenato (2012), o empreendedorismo é a habilidade de se acreditar em algo futuro, movimentando riquezas de áreas de baixa produtividade para as de alta produtividade, onde se corre todos os riscos necessários para se atingir o objetivo, e exercer as atividades necessárias no alcance das metas almejadas.

Corroborando com o conceito anteriormente citado, Hisrich e Peters (2004, p. 29) explicam o empreendedorismo como

o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

### 2.2 O que é o empreendedor?

Chiavenato (2012), com base nas ideias de Schumpeter (1950), Kirsner (1970) e Casson (1982) define o empreendedor como a pessoa capaz de fazer o processo de “destruição criativa”, por viabilizar a criação de novos negócios e atividades, sejam elas inovadoras ou inventivas, em que, o empreendedor é capaz de tomar decisões com recursos escassos e pode ser visto como uma pessoa criteriosa. O mesmo autor destaca, ainda, que empreendedores são pessoas “antenas”, que enxergam oportunidade onde as demais pessoas não veem.

Segundo Dornelas (2008), as pessoas acabam confundindo o papel do administrador com o do empreendedor, sendo que ambas as atividades são bem diferenciadas, conforme destaca Hampton (1991, apud CHIAVENATO, 2012) ao afirmar que o administrador é muito mais focado no resultado e na esquematização do processo, visando melhores maximizações dos resultados. Chiavenato (2012) destaca que o empreendedor possui uma alta sensibilidade para as necessidades a serem atendidas no contexto social.

Para Fillion (1999, p.19) citado por Pombo (2017), “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. No mesmo diapasão, Felipe (1996) apud Pombo (2017) destaca que o empreendedor é a pessoa motivada pelo desejo de autorrealização, assumindo todas as responsabilidades e deveres para que isso ocorra. Dornelas (2003) salienta que o povo brasileiro, dotado na sua criatividade, vê no empreendedorismo uma maneira de melhorar sua condição de vida e familiar.



Para Cury (2003, p.30)

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças é caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitude que ninguém tomou. É ter a consciência de que quem vence sem obstáculos triunfa sem glória. É não esperar uma herança, mas construir uma história.

## 2.3 História do empreendedorismo

O termo empreendedorismo surgiu na França por volta de 1725, definido pelo economista Richard Cantillon, ao utilizar o termo “*entrepeuner*”, que significa correr riscos. Segundo Damasceno (2010, *apud* Santana, 2016), um dos primeiros relatos de empreendedorismo é de Marco Polo (1254 – 1324) que tentou estabelecer uma rota para o Oriente, assinando um contrato com um homem que possuía dinheiro (capitalista) para vender a mercadoria deste. Enquanto quem tinha o dinheiro assumia os riscos passivamente, Marco Polo se aventurava correndo os riscos físicos e emocionais, no que era chamado Rota da Seda, nos séculos XIII e XIV.

Alfredo (2009) afirma que no início do século XVII os portugueses notaram a grande capacidade de exploração do território brasileiro, e se iniciou o processo de ocupação definitiva distribuindo terras entre os cidadãos portugueses, que vieram principalmente da região de Açores. Ainda de acordo com o mesmo autor, um dos grandes portugueses que vieram nesse período foi o Irineu Evangelista de Sousa, mais conhecido como “Barão de Mauá”. Ele foi o principal responsável pela implantação de fábricas de caldeiras, máquinas a vapor, engenhos de açúcar, guindastes, prensas, armas e tubos para encanamento de água. Entre os seus principais empreendimentos estão: organizações de companhias de navegação a vapor no Rio Grande do Sul e no Amazonas, em 1852; implementação da primeira ferrovia brasileira, em 1854; primeira companhia de gás para iluminação pública e inauguração do trecho inicial da União e Indústria em 1856, dentre outros empreendimentos. Seu legado é lembrado na atualidade de uma forma motivadora para a superação de barreiras impostas.

Estes empreendedores iniciaram suas atividades sem qualquer garantia de sucesso. Em meados da década de 1990, teve início uma forma de incentivar o empreendedorismo no Brasil. Para Dornelas (2005), a criação das entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e o Empretec (metodologia da Organização das Nações Unidas - ONU voltada para o desenvolvimento de características de comportamento empreendedor e para a identificação de novas oportunidades de negócios, promovido em cerca de 34 países), foi fundamental para minimizar o alto índice de mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil. O mesmo autor destaca, ainda, a importância de uma orientação sobre como elaborar um planejamento para a abertura de um empreendimento (DORNELAS, 2008).

## 2.4 Características psicológicas e sociais dos empreendedores

Lopes e Souza (2005, *apud* Schmidt e Bohnenberger, 2009) buscaram alguns traços psicossociais do empreendedor. Por isso, sintetizaram este perfil com base em vários autores que descrevem algumas características atitudinais, conforme a seguir:

- Auto eficaz: O empreendedor precisa ser auto eficaz, ou seja, confiar em sua capacidade.
- Assumir riscos calculados: assumir riscos calculados é intrínseco ao empreendedor inteligente.
- Ser planejador: Outro atributo do empreendedor é ser planejador. O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização.
- Identificar oportunidades: O empreendedor precisa saber identificar oportunidades e ter capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades de negócio.
- Ser persistente: Ser persistente requer capacidade para trabalhar de forma intensiva, sujeitando-se até a privações sociais, em projetos de retorno incerto.
- Ser sociável: Os empreendedores [...] fornecem empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico.
- Ser inovador: É necessário ser arrojado, moderno e contemporâneo, para acompanhar a evolução constante no mercado.
- Ser um bom líder. Um líder conduz seu empreendimento, seus colaboradores, clientes, parceiros e fornecedores, assumindo responsabilidades e conquistando o respeito através de seus exemplos.

## 2.5 Conclusões segundo alguns especialistas ouvidos pela pesquisa GEM 2016

No relatório na pesquisa, foi possível detectar alguns fatores favoráveis ao empreendedor brasileiro, tais como, amplo acesso às informações sobre negócio e empreendedorismo, organização de apoio e eventos de empreendedorismo e políticas públicas, tais como, simplificação tributária para micro e pequenas empresas (SIMPLES) – Lei Complementar nº 123/2006 e criação da lei que beneficia os Micro Empreendedores Individuais (MEI) – Lei 11.598/200, dentre outras.

A pesquisa detectou, também, alguns fatores que dificultam o empreendedorismo no Brasil. Alguns exemplos que os especialistas citam: burocracia (abertura, funcionamento e encerramento), complexidade da legislação brasileira, pouca difusão da educação empreendedora em todos os níveis acadêmicos, falta de apoio financeiro, exigências de garantias reais, dentre outras.

Apurou-se, a partir dessas duas situações distintas, algumas recomendações levantadas pelos especialistas, dentre elas a simplificação da legislação trabalhista, tributária e de procedimentos administrativos. Políticas públicas para empresas em estágio inicial, minimizar as exigências referentes à regularização do empreendimento,

incentivar investimentos em micro e pequenas empresas e negócios com potencial de escalabilidade, além de ampliar e difundir a educação empreendedora principalmente nas áreas de recursos financeiros e gestão de pessoas.

O que se pode inferir diante dessas conclusões, é que o Brasil tem um território propício para empreendedorismo, porém, os gargalos burocráticos e tributários acabam por esses empreendimentos. Um comércio em estágio inicial não gera receita para o Estado de maneira sustentável. O país deveria inovar, simplificando tributações para empresas em estágio inicial. Um bom exemplo disso é que, somente no primeiro semestre de 2017, foram registrados mais de 1,1 milhão de empresas, sendo que mais de 900 mil foram Microempreendedor Individual - MEI (SERASA EXPERIAN, 2017).

### 3 | METODOLOGIA

A metodologia pode ser entendida como métodos em busca de alcançar determinado fim. Para Freitas e Prodanov (2013, p. 14):

A metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observadas para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade.

A presente pesquisa se classifica como qualitativa e quantitativa, além de dedutiva, ou seja, ela envolve métodos qualitativos, onde são levados em conta a subjetividade de alguns conceitos e opiniões. Já o quantitativo, nada mais é do que a representação estatística dos dados numéricos dos resultados pesquisados. O método dedutivo traz observações com inferências e hipóteses baseadas nos resultados, e onde se espera entender um pouco mais sobre as diferentes realidades individuais, sociais e econômicas do empreendedor.

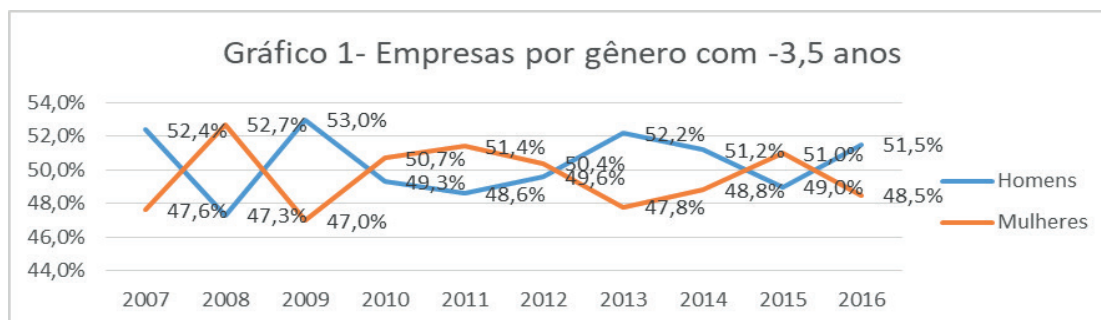
Foi fundamentado, principalmente, nos dados levantados pela pesquisa GEM 2016 em parceria com SEBRAE e IBPQ. Foram coletadas informações junto a 2.000 empreendedores brasileiros, o que possibilitou o acesso a estatísticas interessantes sob diversos aspectos, como gênero, etnia, escolaridade, idade, fatores motivacionais para empreender (oportunidade e necessidade), entre outras informações relevantes e mensuráveis. Essa pesquisa é realizada em 82 países do mundo, entre eles o Brasil, por meio de um programa de avaliação anual de ação empreendedora chamada *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), sendo uma parceria entre *London Business School*, da Inglaterra, e o *Babson College*, dos Estados Unidos. No Brasil, os principais parceiros desse projeto são o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e o IBPQ (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade).

Para obter esses dados, o SEBRAE e o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBPQ), realizaram uma ampla e profunda pesquisa no Brasil, a partir de informações geradas em diferentes esferas sociais, de acordo com os quesitos relacionados à economia, às políticas, questões étnicas, de gêneros, regionais e

individuais, bem como diferenciar os empreendedores por necessidade dos por oportunidade.

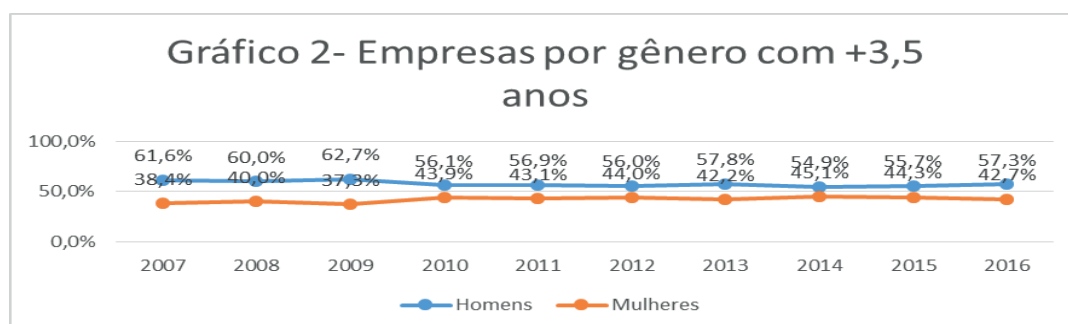
#### 4 | ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS COLETADOS

Por meio da análise dos dados secundários da já citada pesquisa GEM, foram selecionados alguns de maior relevância para o presente estudo, tais como, gênero, diferentes gerações X (35 – 54 anos), Y (23 – 34 anos), e Z (17 – 22 anos) e escolaridade, objetivando mensurar como um diferencial ou não para o sucesso, e, entender quais os caminhos que levam alguém a empreender, por oportunidade ou necessidade.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir da pesquisa GEM, 2016

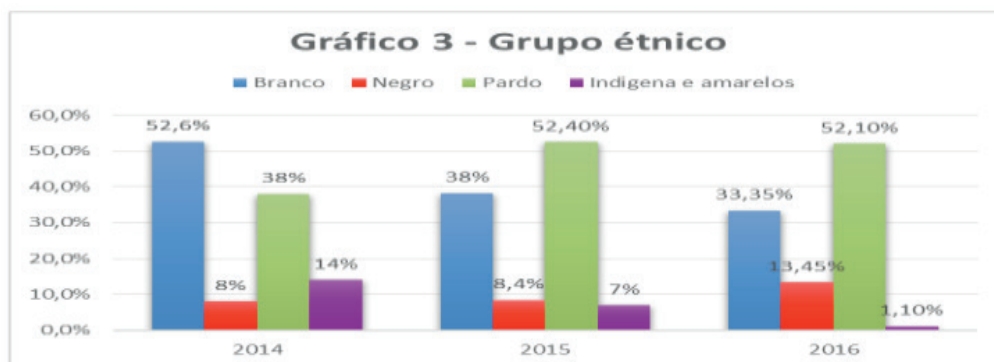
Nota-se que a diferença entre os gêneros está sendo minimizada gradativamente ao longo do tempo, conforme demonstrado no gráfico acima. Segundo Gomes (2005), o crescimento da presença da presença feminina no mercado demonstra um movimento diverso daquele tradicionalmente verificado na sociedade até então. Não se trata apenas de episódios de ingresso no mercado de trabalho para complementar a renda familiar, embora essa motivação também esteja presente, especialmente, quando se consideram as sucessivas crises da economia brasileira e as altas taxas de desemprego. Trata-se de uma mudança social de grandes proporções, pois envolve transformações na expectativa de vida profissional, pessoal e nas relações familiares.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir da pesquisa GEM, 2016

A partir da análise dos dados do gráfico anterior, é possível inferir que as empresas abertas por homens se mantêm por mais tempo no mercado. A pesquisa da GEM (2016) identificou que as mulheres buscam menos auxílio técnico que os homens em

instituições como o SEBRAE, em uma proporção de 60% para os homens e 39,9% para as mulheres.

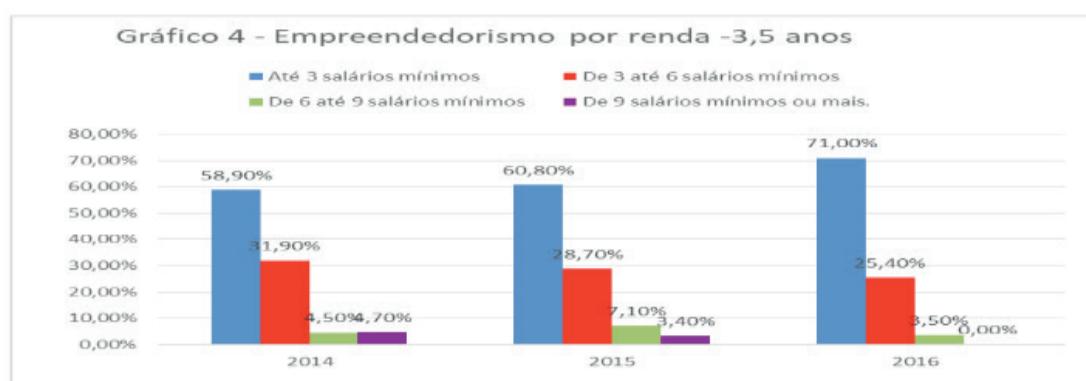


Fonte: Adaptado pelos autores a partir de GEM, 2014, 2015 e 2016

É possível notar, no gráfico acima, que houve uma redução significativa na quantidade de empreendedores que se declararam brancos entre 2014 e 2016. Também os que se declararam como amarelos e indígenas reduziu de 14% para 1,1%, praticamente desaparecendo dessas estatísticas. Porém, houve um aumento considerável entre os empreendedores que se declaram pardos e negros, passando, respectivamente de 38% para 52,10% e de 8% para 13,45%.

Em relação aos negros e pardos, o mais provável é o fato de não estarem qualificados para atuar conforme as exigências atuais do mercado de trabalho, além de pessoas destas etnias serem constantemente vítimas de preconceito e discriminação racial. Para se realizarem profissionalmente e também para sobreviverem, detectam no empreendimento uma possível forma de sair da realidade imposta pelas contingências sociais adversas. O que corrobora para esse entendimento é o fato de possuírem menos tempo de estudo, se comparado às outras etnias (IBGE, 2018).

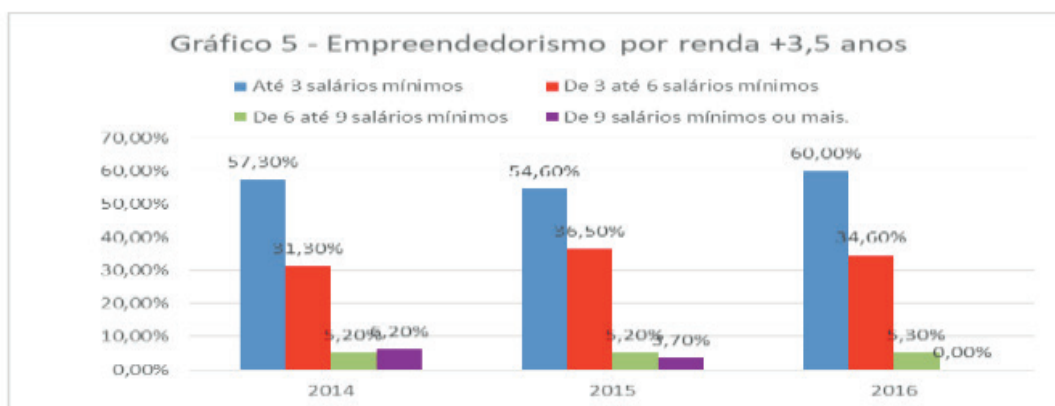
Os indígenas representam uma fatia que tem pouco ou nenhum acesso à educação e orientação para abertura de empresas, muito menos manutenção e crescimento das mesmas. Quando conseguem iniciar um negócio, não subsistem por muito tempo, pois não tem alicerces e expertise, além de fatores culturais e de costumes.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir de GEM, 2014, 2015 e 2016

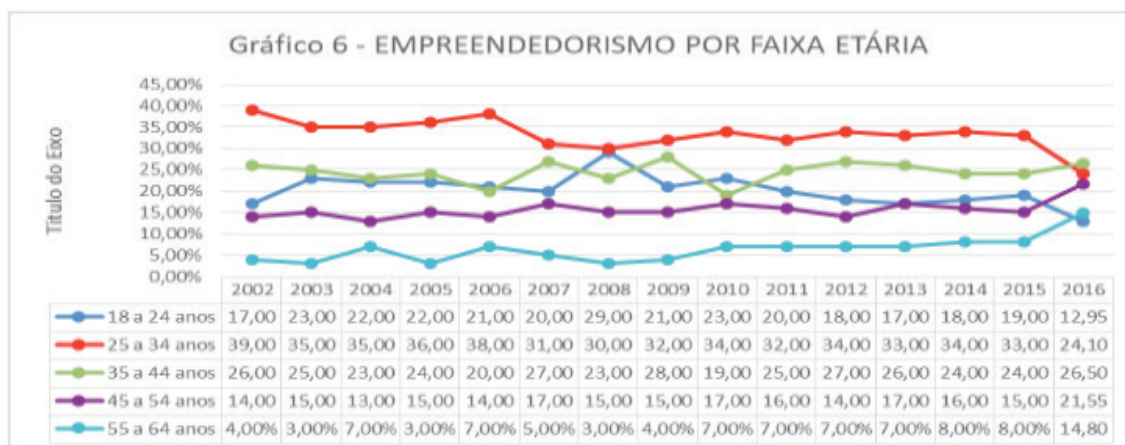
Do quadro anterior, é possível deduzir que a questão salarial e econômica do país são fatores que afetam diretamente o indivíduo, gerando uma necessidade de empreender, almejando uma ascensão socioeconômica. Entre 2014 e 2016, ocorreu um aumento de quase 12% de empreendimentos em estágio inicial, fomentados por pessoas que recebiam menos que 3 salários mínimos.

Infere-se que pessoas com um maior poder aquisitivo optam em não empreender, por receberem um salário relativamente melhor.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir de GEM, 2014, 2015 e 2016

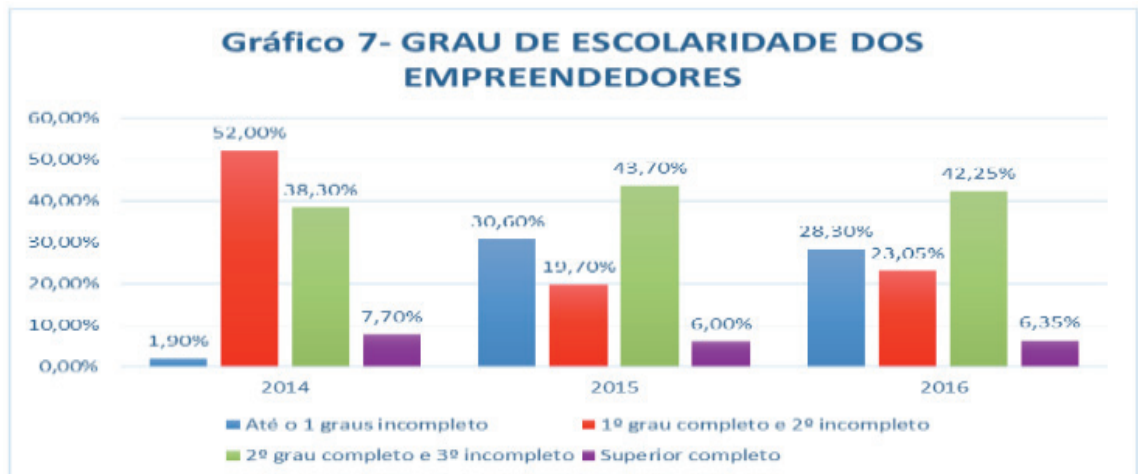
É possível inferir que os indivíduos pesquisados que recebem um salário maior contribuem para maiores investimentos, ganho de preparo e conhecimentos técnicos operacionais. Apesar da queda no percentual das empresas com mais de 3,5 anos, entre os que ganham menos de 3 salários, é importante verificar que estas respondem por 60% dos empreendimentos de maior sucesso entre os pesquisados. O empreendedorismo se tornou a principal oportunidade de ascensão social e econômica. Encerrar as atividades, por muitas vezes, significa abrir mão do investimento de uma vida inteira e ter que retornar para o mercado em busca de um salário fixo, o que para muitos é difícil.



Fonte: Adaptado pelos autores a partir da pesquisa GEM, 2016

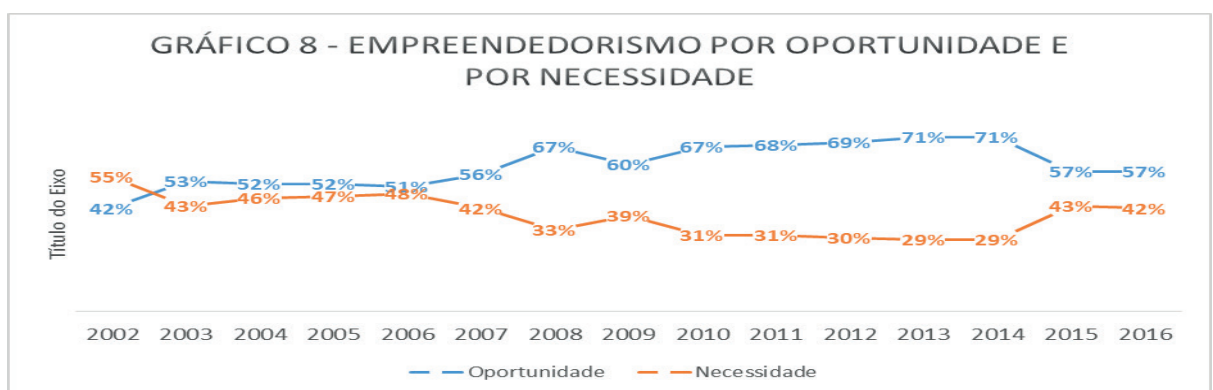
O gráfico acima aponta que as pessoas com mais de 55 anos estão mais presentes nas atividades empresariais. Isso ocorre por diversos motivos, um deles talvez seja o fato de ainda serem, nesta fase da vida, os provedores da família.

Outra análise possível do mesmo gráfico se concentra na faixa etária entre 25 e 44 anos, responsável por mais de 50% dos empreendimentos. Eles se mantêm otimistas, apesar da crise econômica iniciada em 2016. Esses empreendedores, de acordo com a pesquisa, acreditam que em meados de 2019 esta crise já não interferirá mais em seus empreendimentos (SEBRAE, 2017).



Fonte: Adaptado pelos autores a partir de GEM, 2016

De acordo com os dados do gráfico acima, o grau de escolaridade não dificulta a capacidade empreendedora existente no indivíduo. Pode até ser um estímulo para a criação e o desenvolvimento de um negócio, uma vez que seria mais difícil se inserir no mercado competitivo com um grau de conhecimento técnico não tão elevado quanto seus concorrentes (SEBRAE, 2017).



Fonte: Adaptado pelos autores a partir de GEM, 2016

Zuini (2011) observa que, estatisticamente, o empreendedor por necessidade tem um senso maior de urgência, levando em conta maior eficácia do que propriamente a eficiência. Ou seja, seu foco é o resultado, não os meios utilizados para alcançar esse

objetivo. Já o empreendedor por oportunidade, elabora um planejamento levando em conta avaliações de ações e riscos, traça metas e objetivos do caminho a ser percorrido, buscando eficiência para atingir os resultados esperados.

Reforçando este entendimento, Dornelas (2005) explica melhor essa subdivisão do empreendedor. Para o citado autor, o empreendedor por oportunidade é o indivíduo que tem outras fontes de renda além de um novo empreendimento. Este possui muitas chances de obter sucesso por ter analisado o mercado previamente, e se inteirado dos riscos e benefícios oriundos do negócio, além de contribuir com a sociedade gerando empregos, renda e riquezas de uma forma planejada. Geralmente estão em países mais desenvolvidos. Já o empreendedor por necessidade, segundo Dornelas, é a pessoa que não tem outra fonte de receita além do empreendimento. Geralmente inicia de forma irregular, buscando aprender com os erros cometidos para evitar que o empreendimento vá a falência, sendo que por muitas vezes não consegue evitar tal fato. Este perfil de empreendedor é mais comum nos países em desenvolvimento (DORNELAS, 2005).

Um dos fatores que favorecem para que esse empreendedor não passe dos 5 anos, são as regras complexas de tributação e legislação, pois para se manter regular é necessário arcar com um grande volume de recursos, tais como: advogado, contador, gestor de recursos humanos, entre outros. (SEBRAE, 2014).

Geralmente os que trabalham de forma planejada têm maior assertividade quanto ao seu empreendimento, pois desenvolvem uma estrutura mais sólida e eficiente. Porém, isso não é garantia de sucesso para os empreendedores por oportunidade, assim como não quer dizer que o que abre por necessidade não venha a ter êxito.

É possível inferir que no auge da crise de 2015 e 2016, muitas pessoas detectaram a possibilidade de se inserirem no mercado de trabalho por meio do empreendedorismo. Um dos fatores que corroboram com este entendimento é o fato do PIB brasileiro ter diminuído 3,8% em 2015 e 3,6% em 2016 (BARBOSA FILHO, 2017). No mesmo ano, os empreendedores por necessidade aumentaram em aproximadamente 15%, chegando aos 43% dos empreendimentos abertos no Brasil (GEM, 2016).

Nos anos de 2015 e 2016 com a crise econômica sob controle, é possível notar que ainda existe uma proximidade entre os empreendedores por necessidade e oportunidade. Uma das possíveis causas seja o fato de aproximadamente mais de 13,7 milhões de brasileiros ainda estarem desempregados e enxergar no empreendimento uma forma de suprir as necessidades básicas familiares (HESSEL, 2018).

As políticas públicas atuais estão afugentando os novos empreendedores. Os constantes aumentos de impostos e barreiras para legalizar seus negócios implicam em mais recursos empregados, tempo e pessoal para manter e colocar a empresa devidamente regulamentada. Este talvez seja o principal fator que faça com que uma quantidade considerável de empreendimentos não prospere ao longo do tempo, encerrando as atividades com menos de 5 anos.



## 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a análise dos dados da pesquisa, foi possível identificar as características, as peculiaridades e a diversidade do empreendedor brasileiro, em aspectos como fatores étnicos, etários e gêneros, para citar alguns dos dados coletados como objetos da pesquisa. Deduz-se, a partir dos dados da pesquisa GEM (2016), que alguns dos fatores em comum nos empreendimentos bem-sucedidos, são: planejamento, inovação e qualificação profissional, isso sem falar na valorização e fidelização dos clientes com produtos e serviços que agregam valor a marca ou ao negócio.

Foi possível chegar a essa conclusão a partir de dados secundários e entendeu-se que é necessário um conjunto de práticas e ações em todas as etapas do empreendimento, principalmente antes de iniciar as atividades comerciais, que vão desde o estudo de mercado e planejamento até a execução das tarefas diárias. Preparo e organização são primordiais.

Não adianta haver no Brasil instituições como o SEBRAE e mecanismos de incentivo aos MEI, se não houver políticas públicas tributárias que viabilizem a abertura, manutenção e sucesso de um empreendimento. De acordo com levantamento do SEBRAE (2017), mais de 1 milhão de novas empresas foram abertas no Brasil, sendo que acima de 90% foram MEI. Pode-se deduzir que, caso esses empreendimentos tivessem incentivos para crescerem, potencializaria a quantidade de riquezas e empregos gerados no país, impactando inclusive todos os demais setores econômicos e sociais de maneira positiva.

Com a pesquisa, foi possível entender e aprender mais sobre o empreendedorismo no Brasil e no mundo ao longo do tempo, passando pela origem do termo e revelando que antes mesmo de ser criado já existiam empreendedores.

Segundo Dornelas (2005) para o empreendedor ter sucesso é necessário fazer um planejamento sobre o que será ofertado e mensurar sua viabilidade diante do cenário econômico do país. Este pensamento é corroborado por Lopes e Souza (2005) que enfatizam algumas características atitudinais, tais como enxergar oportunidade, fazer planejamento, ser dedicado e possuir capacidade de liderança.

É possível observar que com as informações coletadas e apuradas, o fato de o governo ter atentado tardiamente para a importância do empreendedor no cenário nacional inviabilizou uma situação econômica mais estável, e que com crises recorrentes em alguns setores estratégicos abalaram diretamente o desempenho nacional. Prova disso é que a crise iniciada no setor da construção civil em meados de 2012 gerou altos índices de desemprego, chegando ao final de 2014 mais de 14 milhões de desempregados (CONCEIÇÃO, 2017).

Com os dados fornecidos pela pesquisa GEM 2016, foi possível identificar o perfil do empreendedor brasileiro de uma forma real e factível, possibilitando ser um ponto de partida para aplicação de novas políticas públicas e uma visão mais ampla e profunda sobre a realidade tanto do empreendedor quanto do empreendimento, já

que a pesquisa engloba todos aqueles que colaboram com a economia e geração de empregos e renda, sejam formais ou informais.

A pesquisa GEM 2016 revelou o perfil do empreendedor no Brasil. As características predominantes identificadas pela pesquisa foram que a maioria é de origem humilde, gênero predominante é o masculino, jovens (entre 35 e 44 anos), grau de instrução ensino médio e superior incompleto, e que optou por ser empreendedor para obter ascensão social e econômica.

O empreendedor precisa ter uma atenção diferenciada por parte de todas as esferas do governo. Quanto mais houver boas políticas e ações de incentivo, mais ele se fortalece, gera empregos, estabilidade econômica e social para o país.

As conclusões da pesquisa GEM 2016 levantam um questionamento: Se em meio a tantas dificuldades o empreendedor brasileiro consegue crescer e se fortalecer, o que aconteceria se houvesse um cenário favorável? Essas dificuldades, indubitavelmente, motivam a criatividade e a necessidade de empreender. Mas isso não pode ser pretexto para o abandono ou tratamento com pouca importância para o empreendedorismo, que é a locomotiva e o empreendedor, o maquinista, que movem o país e a economia.

O empreendedorismo é dinâmico, inovador, gerador de empregos e de receita. Além de oferecer oportunidade para melhoria de vida de quem empreende, proporciona soluções para necessidades que por muitas vezes nem mesmo os usuários sabiam que existiam. Um bom exemplo disso são os serviços de transporte pessoal por aplicativo, que criaram milhares de emprego e alteraram de forma disruptiva a forma de as pessoas se locomoverem em centros urbanos. Por isso, entre muitos outros motivos, o empreendedorismo precisa ser incentivado na vida acadêmica, do ensino primário ao superior, principalmente nas áreas de tecnologia e gestão. A educação pode influenciar o surgimento de futuros empreendedores em diversas áreas e setores, impactando positivamente outras profissões e formações acadêmicas.

## REFERÊNCIAS

ALFREDO, Luiz Henrique Pereira. **Empreendedorismo – origem e desafios para o Brasil do século XXI**. 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/empreendedorismo-origem-e-desafios-para-o-brasil-do-seculo-xxi/33075/>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

BARBOSA FILHO, Fernando de Holanda. **Saídas para a crise econômica: A crise econômica de 2014/2017**. 2017. 31 p. TCC (Graduação) - Curso de Economia, Instituto Brasileiro de Economia, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142017000100051](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142017000100051)>. Acesso em: 10 abr. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

CONCEIÇÃO, Ana. Brasil tem o recorde de 14,2 milhões de desempregados, aponta IBGE. **Valor Econômico**: Valor Econômico, São Paulo, 28 abr. 2017. Semanal. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/4951844/brasil-tem-o-recorde-de-142-milhoes-de-desempregados-aponta-ibge>>. Acesso em: 01 abr. 2018.

CURY, Augusto. **Dez Leis Para Ser Feliz: ferramentas para se apaixonar pela vida.** Rio de Janeiro: Sextante, 2003. 36 p.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo Corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas: 2ª ed.** Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso: 2ª ed.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios: 3ª ed.** Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

FREITAS, Ernani Cesar; PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. – 2. ed. –** Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) - **Empreendedorismo no Brasil: 2014.** Curitiba: IBQP, 2014. 212 p.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2015.** Curitiba: IBQP, 2015. 178 p.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil: 2016.** Curitiba: IBQP, 2017. 208 p.

GOMES, Almirava Ferraz. **O outro no trabalho: mulher e gestão.** Revista de Gestão da USP, São Paulo v. 12, n. 3, p. 1-9, jul-set. 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rege/article/view/36522>. Acesso em: 09 maio 2018.

HESSEL, Rosana. Brasil “celebra” o Dia do Trabalhador com desemprego em alta. **Correio Braziliense.** Brasília. 01 maio 2018. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/05/01/interna-brasil,677436/brasil-celebra-o-dia-do-trabalhador-com-desemprego-em-alta.shtml>>. Acesso em: 01 maio 2018.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - **IBGE. PNAD Contínua 2016: 51% da população com 25 anos ou mais do Brasil possuíam apenas o ensino fundamental completo.** 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/18992-pnad-continua-2016-51-da-populacao-com-25-anos-ou-mais-do-brasil-possuiam-apenas-o-ensino-fundamental-completo.html>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

POMBO, Adriane Alvarenga da Rocha. **o que é ser empreendedor.** 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/\\$File/NT00001D9A.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A2EEEAD6407D759003256D520059B1F8/$File/NT00001D9A.pdf)>. Acesso em: 27 nov. 2017.

SANTANA, Aline de Lima. **Perfil empreendedor dos acadêmicos concluintes do curso de Administração da UNIR.** 2016. 35 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração de Empresas, Fundação Universidade Federal de Rondônia – Unir, Cacoal/RO, 2016. Disponível em: <[http://www.ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/1663/1/Aline de Lima Santana.pdf](http://www.ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/1663/1/Aline%20de%20Lima%20Santana.pdf)>. Acesso em: 31 maio 2018.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional.** 2009. 18 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração de Empresas, Centro Universitário Feevale, Novo Hamburgo, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07>>. Acesso em: 05 abr. 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Causa mortis das empresas: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida.** 2014. Disponível em: [https://m.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/UFs/SP/Anexos/causa\\_mortis\\_2014.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf)>. Acesso em: 27 nov. 2017.

\_\_\_\_\_. **Perfil dos Pequenos Negócios**. 2017. Disponível em: <<http://datasebrae.com.br/perfil-dos-pequenos-negocios/>>. Acesso em: 15 maio 2018.

SERASA EXPERIAN (Brasil). **Número de novos microempreendedores individuais é o maior no primeiro semestre desde 2010, revela Serasa Experian**. 2017. Disponível em: <<http://registroabertura.comunique-se.com.br/ViewPage.aspx?mid=8e4c0dda-291a-4da5-a8fd-0f0ca66d6f85>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

ZUINI, Priscila. Todo mundo pode ser empreendedor? Entenda a diferença entre os empreendedores por necessidade e por oportunidade. **Revista Exame**, São Paulo, p.1-2, 21 out. 2011. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/todo-mundo-pode-ser-empendedor/>>. Acesso em: 25 abr. 2018.

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**Clayton Robson Moreira da Silva:** Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí (IFPI). Doutorando em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará (UFC). Possui MBA em Gestão em Finanças, Controladoria e Auditoria pelo Centro Universitário INTA (UNINTA). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA).

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Accountability 6, 206, 207, 208, 210, 221, 222, 385, 387, 396

Acionista 7, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 320, 321

Administração Pública 6, 83, 188, 196, 207, 208, 211, 213, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 233, 234, 238, 240, 241, 253, 259, 260, 267, 306, 351, 385, 386, 387, 388, 390, 391, 392, 393, 395, 396

Agentes Locais de Inovação 5, 1, 3, 8, 9, 17

Alienação de Controle 308

### B

Bambu 7, 10, 261, 262, 263, 265, 267, 269, 270, 271

BPM 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45

### C

Capital Social 6, 145, 146, 147, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 166, 168, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 183, 188

Carta de Serviços 6, 10, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234

Carteira de Investimentos 324

Case Study 7, 46, 185, 223, 273, 285, 336, 337, 338, 339, 345, 346, 364

Círculo das Matrizes Epistêmicas 6, 113, 114, 115, 117, 118, 119, 130

Comportamento 68, 83, 383

Consumidor 7, 291, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 303, 305, 306, 307, 357

Contabilidade 110, 166, 206, 209, 214, 222, 284, 306, 323, 386, 389, 391, 396, 397

Cooperação Acadêmica 6, 168, 170, 171, 182, 183

Cooperatives 336, 341

Custos 156, 284, 290, 292

### E

e-commerce 46, 143, 293, 294, 295, 296, 297, 300, 301, 303, 305, 306

Educação Superior 109, 168, 169, 186

Empoderamento Feminino 84, 86, 87, 92, 94, 111

Empreendedorismo 17, 18, 31, 32, 110, 112, 131, 146, 152, 156

Equidade 6, 96, 102, 109

Estudos Críticos em Administração 49

### F

Fundos Imobiliários 324

### G

Gestão do Conhecimento 5, 49

Gestão Financeira 273, 286, 287

Gestão Municipal 190

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 5, 18, 19

Globalismo 126, 236, 238, 246, 247

Governança 6, 55, 221, 222, 236, 238, 241, 242, 247, 282, 308, 309, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 322, 323, 396

Governança Corporativa 308, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 322, 323

## I

Incubadora de Empresas 132

Índice de Sharpe 324, 335

Inovação 2, 5, 6, 1, 3, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 131, 132, 144, 359, 425, 426, 427, 428, 429

Internacionalização 6, 145, 147, 148, 151, 154, 159, 160, 161, 162, 165, 166, 168, 170, 171, 181, 183, 186, 354, 356, 358

## L

Lei de Acesso à Informação 6, 191, 207, 208, 213, 218, 219, 228

Lei de Responsabilidade Fiscal 6, 190, 191, 192, 193, 204, 205, 207, 208, 211, 222

Liderança 5, 8, 58, 59, 60, 61, 62, 64, 66, 67, 102, 110, 111, 353, 365, 382, 383

Liderança Situacional 5, 8, 58, 59, 60, 64, 66, 67, 383

## M

Maximização 324

Mercado de Trabalho 6, 99, 108, 109, 112, 369, 371, 383

Mercado Financeiro 308, 322, 323

Micro e Pequenas Empresas 5, 1, 3, 16, 17, 22, 24

Modelagem de Processos 34

Modelo de Internacionalização 6, 145, 151, 165

Mulher 94, 96, 99, 109, 111, 370, 373, 374, 383

## N

Neosoberania 236

## O

Organic food production 336

Organizational Learning 7, 336, 345, 346, 347

## P

Participação 60, 110, 112, 137, 215, 236

Pequena Empresa 17, 49

Pequenas e Médias Empresas 5, 36

Percepção 5, 69, 77, 78, 79, 80, 81, 112

Perfil do Empreendedor Brasileiro 5, 18, 19, 30  
Plano de Cargos e Carreira 5, 70, 74, 75, 78, 81  
Políticas de Gestão de Pessoas 5, 49  
Políticas Públicas 7, 10, 95, 109, 224, 233, 236, 238, 243, 245, 246, 247, 248, 249, 254, 260, 261, 262, 270, 271, 348, 412  
Previdência Social 7, 197, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260  
Promoção 7, 284, 285, 290  
Propriedade Intelectual 131

## **R**

Radar da Inovação 1, 10, 14  
Reciclagem 273  
Rede de Inovação 131, 132  
Retorno 7, 284, 285, 290, 328, 334

## **S**

Satisfação 73, 80, 83, 301, 357, 360, 361  
Social Business 7, 338  
Sociologia das Ausências 6, 113, 114, 124, 128  
Sociologia das Emergências 113, 114, 124, 128  
Sustentabilidade 7, 261, 273, 274, 282, 313, 314

## **T**

Tag Along 308, 309, 314, 323  
Teoria Crítica Pós-Moderna de Oposição 6, 113, 114, 115, 119, 124, 128  
Teoria Uppsala 6, 145, 147, 163, 164  
Títulos públicos 324, 326  
Transnacionalização 236  
Transparência 6, 190, 191, 194, 205, 206, 207, 211, 212, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 223, 228, 233, 388, 390

## **V**

Violência Simbólica 5, 9, 84



Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-520-4

