

FACULDADE METROPOLITANA**BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO****Empreendedorismo no Brasil**

Alunos: Rômulo da Silva Braga

Ticyane Ramos Senhorini

Orientador: Marcelo Vituzzo Perciani

RESUMO

O empreendedorismo é definido como a capacidade de desenvolver e organizar negócios, trazendo inovação e dinamismo econômico. O conceito de empreendedorismo evoluiu da era feudal até a contemporaneidade, passando por períodos econômicos, sociais e de gestão. Pensadores como Cantillon e Schumpeter foram essenciais para moldar as bases teóricas, vinculando empreendedorismo à inovação e gestão de incertezas. A globalização e avanços tecnológicos reforçaram sua relevância no cenário moderno, ampliando possibilidades de mercado. O empreendedorismo é essencial para transformar ideias em negócios, variando conforme a renda das economias. Em países de baixa renda, empreender é frequentemente motivado por necessidade. No Brasil, os empreendedores enfrentam desafios como baixa formalização, limitada escolaridade e dificuldades no acesso a crédito e tecnologia. Contudo, a pandemia de Covid-19 estimulou mudanças, ampliando o uso de plataformas digitais e inovação. O comércio eletrônico (e-commerce) é uma tendência crescente no Brasil, impulsionado pela digitalização e pelo aumento de soluções como inteligência artificial, pagamentos digitais e estratégias multicanais. Políticas públicas para fomento ao empreendedorismo têm evoluído, mas ainda enfrentam barreiras de acesso e burocracia, especialmente para pequenos negócios. O objetivo do trabalho é compreender a evolução histórica do empreendedorismo, o cenário no Brasil e no mundo e quais as principais tendências do setor, por meio de uma revisão bibliográfica qualitativa. No geral, o empreendedorismo é visto como um motor essencial para o desenvolvimento econômico e social, enfrentando desafios e explorando novas oportunidades no contexto atual.

INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo baseia-se na atividade pela qual realizam-se ações e materializam-se novas ideias, para desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou outra atividade de administração e organização empresarial. O empreendedorismo convencional baseia-se na reprodução de um modelo de negócio

consolidado, que não necessita inovação e em grande parte dos casos, não busca a solução dos problemas (MAIA et al, 2022).

Nos últimos séculos, a humanidade presenciou fatos históricos de grande impacto econômico e social, como as duas grandes guerras mundiais e as quatro revoluções industriais. O mundo entrou no processo de globalização, onde as fronteiras passaram a ser desmistificadas e mercados passaram a ser internacionais, além do grande intercâmbio de ideias (SCALCON, 2022).

Aliada à esta revolução, surgiu e se popularizou a internet e as tecnologias, proporcionando acessibilidade para as pessoas de condições que até então eram exclusivas de grandes corporações ou governos. Neste contexto, o empreendedorismo adquiriu uma nova face, pois diversas pessoas que possuem acesso à internet arriscam-se e criam negócios digitais.

O desenvolvimento do empreendedorismo traz benefícios como a geração de emprego e renda, além de incentivar e gerar competitividade e inovação. O empreendedor pode atuar desde a inserção de um novo produto no mercado, na melhoria de um processo ou serviço ou na inserção de novas tecnologias. Não só a competitividade deve ser vista como benéfica no empreendedorismo, mas também a cooperação entre os empreendimentos, que auxilia no desenvolvimento local e regional.

O objetivo geral do trabalho é discorrer acerca do empreendedorismo no Brasil, desde sua origem até os dias atuais, descrevendo como ocorreu seu desenvolvimento e quais as tendências atuais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Maia et al (2021) o conceito de empreendedorismo compreende uma atividade pela qual são realizadas ações e se materializam novas ideias, com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou atividades de administração e organização de atividades empresariais.

Scalcon (2022) afirma que o empreendedorismo contém em seu significado conceitos de inovação e iniciativa e que o empreendedor é um indivíduo que se dedica à iniciar um empreendimento e orientar seus esforços à manutenção destes, concretizando um modelo de negócios e um conjunto de objetivos.

Espera-se que o empreendedor seja dotado de características como tenacidade, capacidade de liderança, disposição para correr riscos, resiliência e criatividade. Scalcon (2022) cita ainda que o empreendedor é entendido como um produto do meio em que vive, podendo ser visto como um ser social, ou seja, se no meio em que vive, o empreendedorismo é visto como algo positivo, há uma maior propensão que este indivíduo crie um negócio.

Dolabela (2012) compreende que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, fruto de hábitos, práticas e valores pessoais e que os empresários são influenciados por empreendedores de seus círculos ou líderes e figuras importantes, adotados como modelos. O autor também ressalta que o empreendedorismo não é um fenômeno individual e que cada comunidade possui o empreendedor que o ambiente propicia.

É parte da natureza do empreendedor analisar o mercado em que está inserido e aproveitar as novas oportunidades, passando a ser visto como impulsionador na busca do melhor arranjo possível de recursos, para novas oportunidades produtivas e com melhores condições de negociação (SCALCON, 2022).

Contexto histórico e evolução

Segundo Verga e Silva (2014) o empreendedorismo é uma prática quase tão antiga quanto o intercâmbio e o comércio na sociedade, porém, o conceito passou a ser discutido apenas com a evolução dos mercados econômicos no mundo. Tais discussões se iniciaram após a estagnação do sistema feudal na Europa, com o direito de propriedade restrito e altas taxas nos produtos.

Na Idade Média, as condições se alteraram e o sistema de empreendedorismo passou a evoluir com a ascensão das cidades e as classes de comerciantes e o termo empreendedor foi utilizado para descrever o indivíduo que era participante ou administrador de grandes projetos de produção. Vérin foi o primeiro a estudar a evolução do termo empreendedor na história, em 1982. No século XII, o termo era utilizado para definir “aqueles que incentivam brigas” (VERGA; SILVA, 2014).

No século XVII, o empreendedor era a pessoa que tomava a responsabilidade e coordenava uma missão militar e no século XVIII, passou a ser definido como referência à pessoa que criava e conduzia empreendimentos.

Verga e Silva (2014) citam ainda que o empreendedorismo se expandiu pelos séculos XVI e XVII de forma experimental, baseado nas habilidades, que tornaram-se cada vez mais instrumentais para corrigir as ineficiências e fornecer melhores bens e serviços. No século XVIII intensificou-se o empreendedorismo, por meio da especialização do conhecimento e descoberta de novas oportunidades comerciais. Os principais autores que preconizaram os conceitos iniciais do empreendedorismo foram Richard Cantillon e Jean Bapiste Say.

A evolução do termo empreendedorismo transpassa por três épocas principais: era econômica, era ciências sociais e era estudos de gestão. Na era econômica, até meados de 1940, o interesse pelo empreendedorismo vem da abordagem de Cantillon e do risco e o foco nas incertezas. Também inclui-se a teoria econômica da mudança e inovação de Joseph Schumpeter. Na era das ciências sociais, de 1940 a 1970, houve a entrada de estudiosos da psicologia e ciências sociais na área e passaram a investigar as obras e traços de personalidade do empreendedor, com este tornando-se o foco do processo de mudança econômica. Já na era dos estudos de gestão, a partir de 1970, houveram diversas mudanças políticas, econômicas e tecnológicas e as pesquisas passaram a envolver as oportunidades, redes de acesso às informações e os fatores sociológicos (VERGA; SILVA, 2014).

Cabana (2022) afirma que os estudos sobre as definições e conceitos do empreendedorismo ainda encontram-se em maturação, pois há diversas discussões sobre o campo de pesquisa. Entretanto, é visível o interesse crescente na área do empreendedorismo, principalmente em questões psicológicas e econômicas.

Empreendedorismo Global

O relatório de Monitoramento do Empreendedorismo Global – GEM demonstra as mudanças no mundo do trabalho e as novas tendências de negócios, inseridos no mercado através do empreendedorismo. Os dados do GEM demonstram como os empreendedores podem ser agentes catalisadores da economia (MONTEIRO et al, 2022).

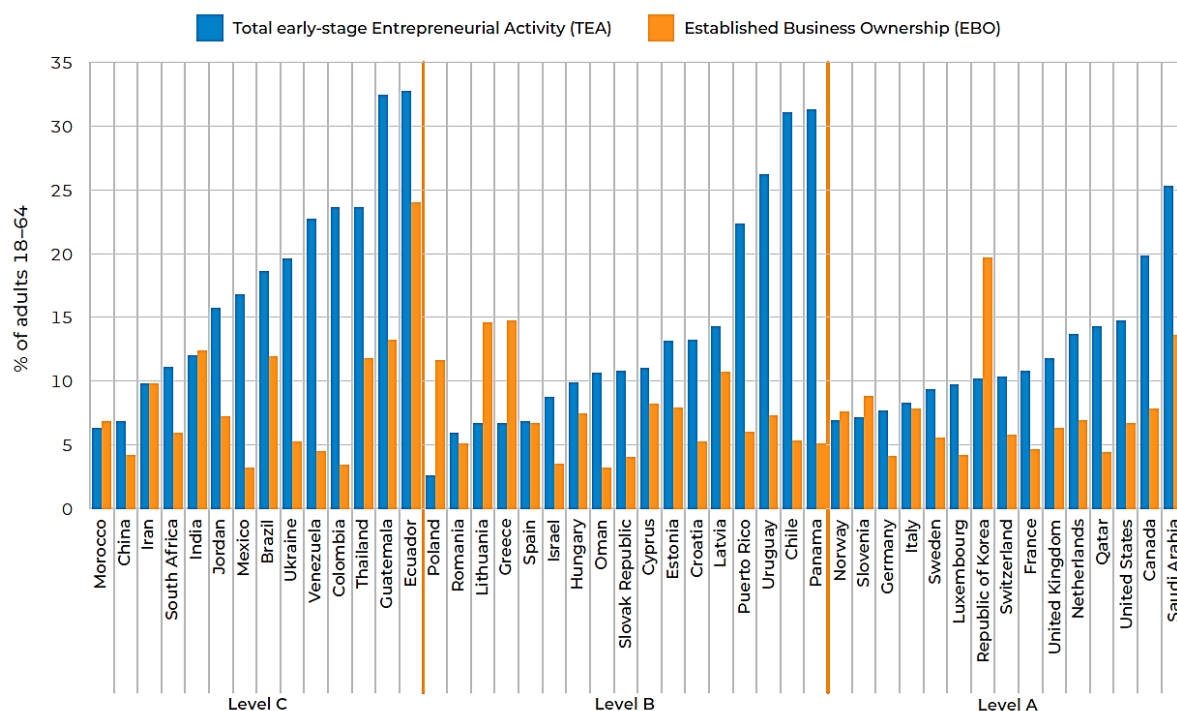
O GEM (2024) define empreendedorismo como o ato de começar um novo negócio. Novos negócios trazem novos produtos e tecnologias para o mercado e transformam as ideias dos empreendedores em bens e produtos tangíveis.

O GEM (2024) divide as economias globais em três grupos: nível A, B e C. No nível A, encontram-se economias com Produto Interno Bruto – PIB per capita até \$50.000; nível B com PIB per capita entre \$25000 e \$50000; nível C com PIB per capita menor que \$25000.

A decisão de empreender é pessoal e pode ser influenciada por diversos fatores, como a habilidade de perceber oportunidades de negócio, tomar atitudes frente aos riscos, ambições individuais e aspirações, a ausência ou o desinteresse pela carreira, confiança pessoal nas próprias habilidades, crenças pessoais, empreendedores familiares ou próximos e o acesso à recursos, inclusive suporte social (GEM, 2024).

No mundo, 3 a cada 10 adultos entre 18 e 64 anos iniciaram um novo negócio em quatro países da América Latina. As tendências demonstram que, conforme a renda aumenta, os novos negócios diminuem, uma vez que surgem mais oportunidades de emprego e melhores sistemas de suporte. A América Latina e Caribe emergem como regiões com grande atividade empreendedora, como mostra a Figura 1.

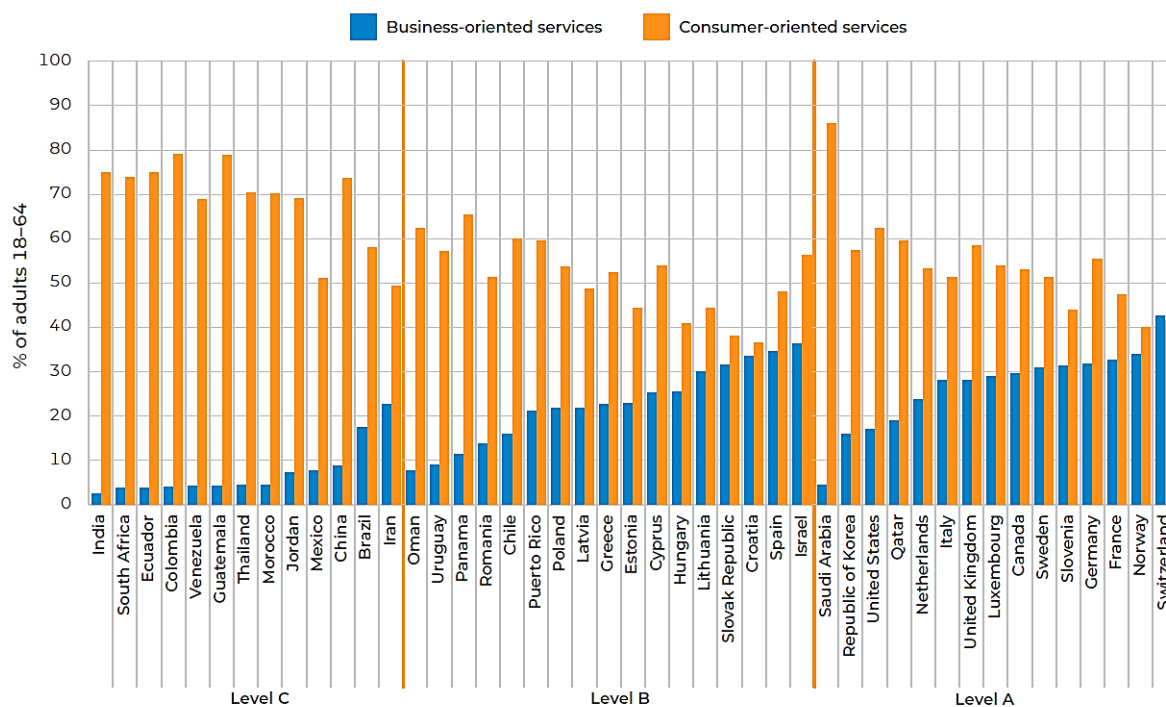
Figura 1. Comparação de Atividade Empreendedora em Estágio Inicial – TEA e Propriedade Empresarial Estabelecida – EBO



FONTE: GEM, 2024, p. 46.

Os serviços de empreendedorismo podem ser classificados em quatro atividades: extrativa, transformativa, serviços de negócios e serviços de consumo. Em 2023, a maioria das economias obteve maior atividade empreendedora no setor de serviços de consumo e negócios, como mostra a Figura 2.

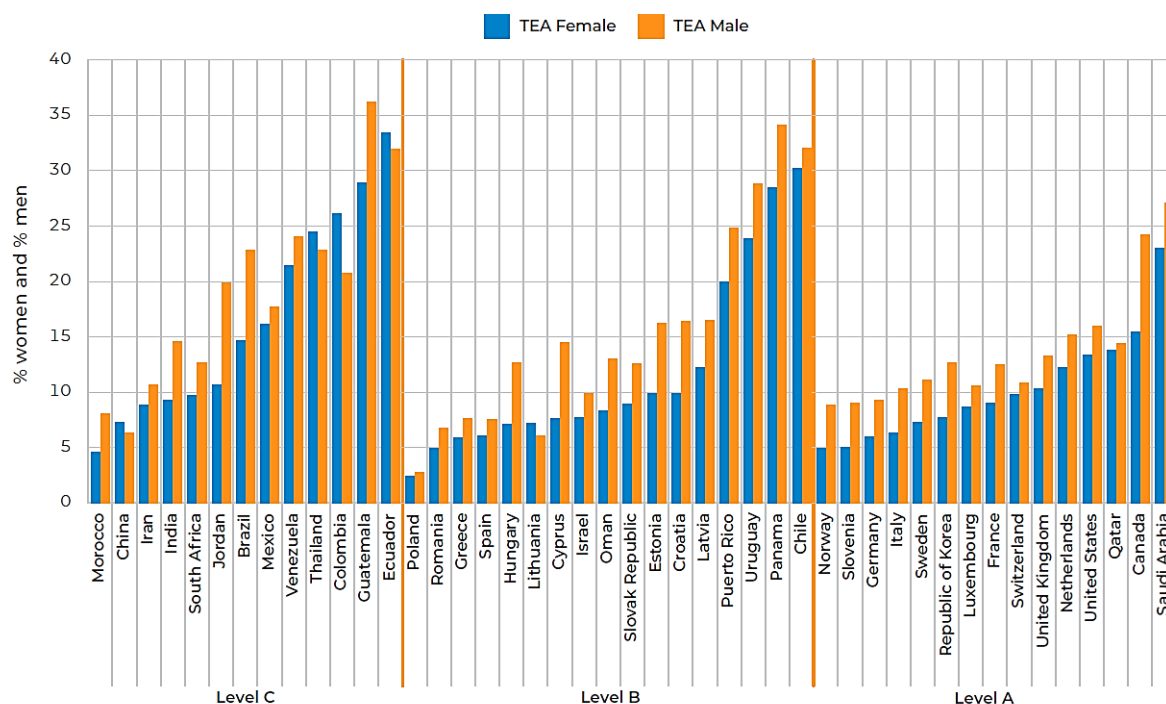
Figura 2. Serviços de negócios e Serviços de consumo no mundo



FONTE: GEM, 2024, p. 51.

As tendências demonstram uma redução nos serviços orientados à negócios e crescimento dos empreendimentos de serviços orientados ao consumidor.

O GEM (2024) também cita que há uma diferença entre níveis de empreendimento de homens e mulheres. O relatório aponta que as mulheres iniciaram mais negócios que os homens em países de nível C, conforme Figura 3.

Figura 3. Novos empreendimentos de homens e mulheres

FONTE: GEM, 2024, p. 65.

Segundo Monteiro et al (2022) os empreendedores apontam como principais obstáculos para a criação de novos negócios a falta de investimentos em educação, créditos com taxas elevadas, burocracia e o cenário socioeconômico.

Empreendedorismo no Brasil

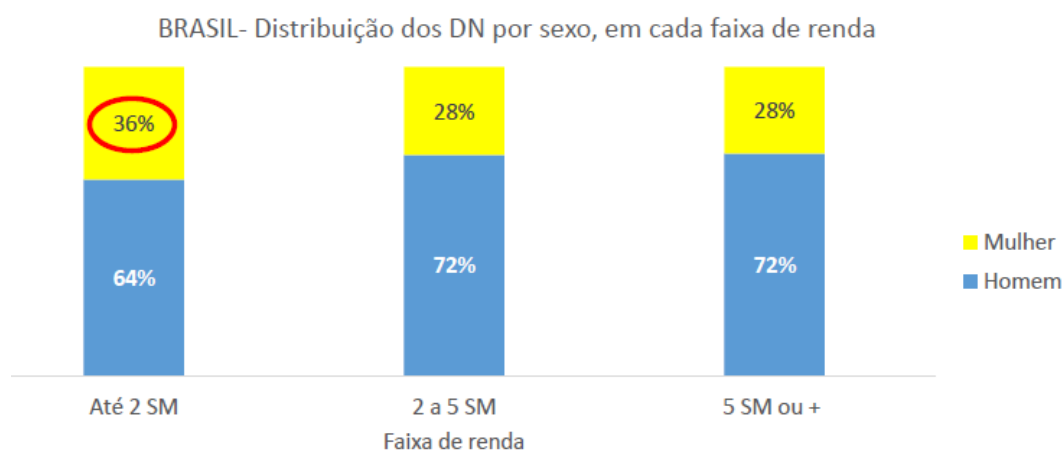
Segundo o relatório do GEM (2024), em 2023, 18,6% dos adultos iniciaram um novo empreendimento, sendo que destes, 14,7% são mulheres e 22,8% são homens. Dentre as motivações dos brasileiros para abrir um novo negócio, pode-se citar fazer a diferença no mundo (76,5%), para acumular riqueza ou uma renda alta (66,6%), continuar uma tradição familiar (36,3%) ou por viver em um local com pouco emprego (74,1%).

O GEM (2024) aponta também alguns impactos do empreendedorismo no Brasil, como expectativas de emprego, exportações, impacto social, impacto ambiental e na indústria. As mudanças no cenário do empreendedorismo devem-se à fatores como a diminuição da renda familiar, a maior dificuldade em iniciar um negócio do que há um ano atrás, maior uso de tecnologias digitais para vender produtos e a busca por novas oportunidades após a pandemia.

Segundo o Sebrae (2023) dos 29,3 milhões de donos de negócios do Brasil, 68% (19,8 milhões) possuem rendimentos até 2 salários mínimos, 24% (6,9 milhões) tem rendimentos de 2 a 5 salários mínimos e 9% (2,6 milhões) possuem rendimentos de mais de 5 salários mínimos. A maior proporção de empreendedores com renda até 2 salários mínimos encontra-se no Nordeste, seguido por Norte, Sudeste, Sul e Centro-Oeste.

O Sebrae (2023) aponta também que 94% dos empreendedores com renda até 2 salários mínimos são conta própria, ou seja, estão à frente do negócio, sem funcionários. Em relação ao sexo, a Figura 4 demonstra as proporções entre homens e mulheres, conforme a faixa de renda.

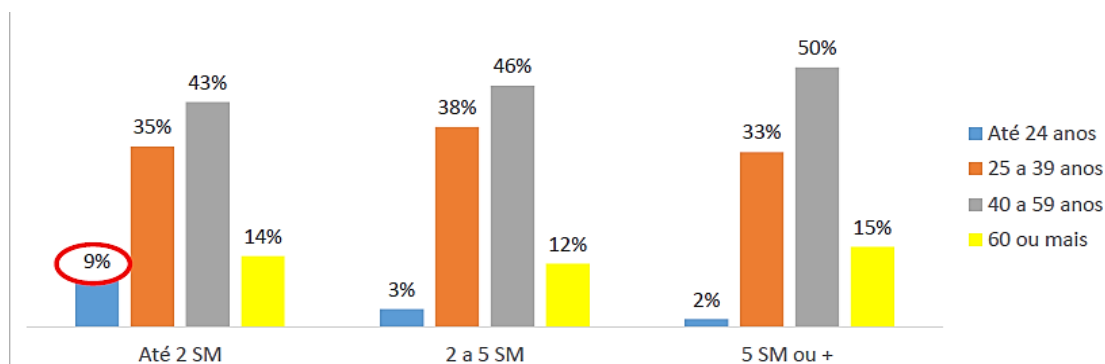
Figura 4. Proporção de empreendedores por sexo conforme faixa de renda



FONTE: Sebrae, 2023, p. 09.

A Figura 5 demonstra a proporção de empreendedores por idade e faixa de renda.

Figura 5. Empreendedores por idade e renda



FONTE: Sebrae, 2023, p. 10.

Observa-se na imagem que a maior proporção de jovens empreendedores possui renda até 2 salários mínimos e que as maiores proporções de empreendedores encontram-se na faixa etária de 40 a 59 anos, em todas as faixas de renda.

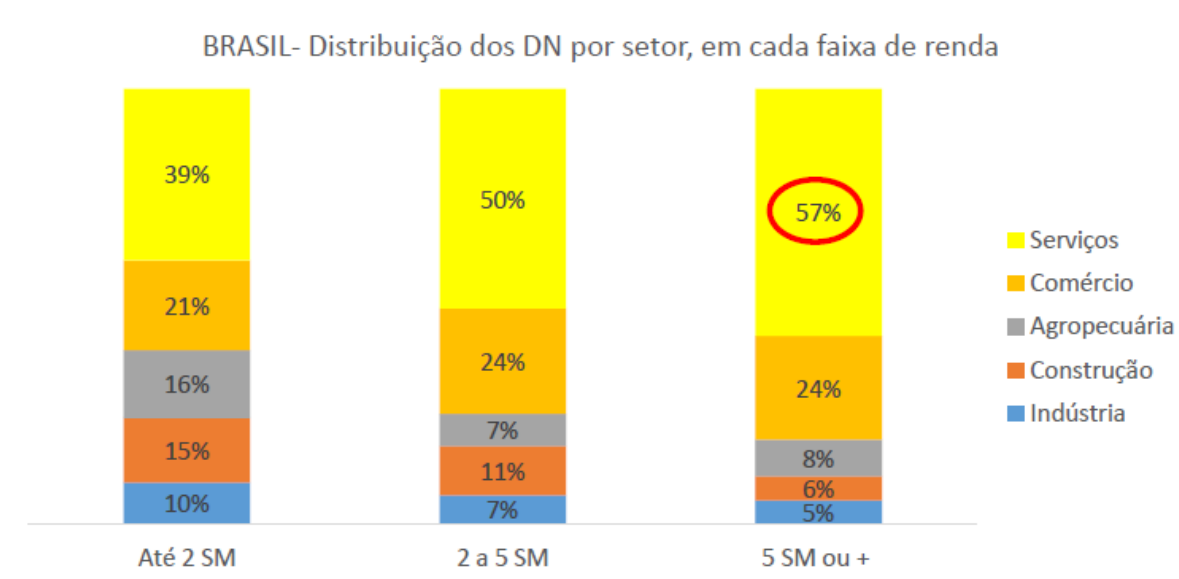
O Sebrae (2023) aponta também que na faixa de renda de até 2 salários mínimos, a maior proporção, de 45% de donos de negócios possuem ensino fundamental completo. Para a renda de 2 a 5 salários mínimos, 37% possui ensino médio completo ou incompleto e para a faixa de mais de 5 salários mínimos, 62% possuem ensino superior incompleto ou mais.

80% dos donos de negócio com até 2 salários mínimos possuem negócios sem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ, enquanto nas outras faixas de renda tal proporção reduz para 45% e 22%, respectivamente. Tais números podem ser explicados por fatores como os custos de abertura e manutenção de empresa, o conhecimento por parte dos empreendedores e a burocracia (SEBRAE, 2023).

Bem como a ausência do CNPJ, para empreendedores com renda até 2 salários mínimos, 74% não contribui com a previdência, proporção que reduz para 40% para renda de 2 a 5 salários mínimos e 24% para renda maior que 5 salários mínimos.

Na Figura 6, é possível observar a distribuição dos empreendedores por setor e faixa de renda.

Figura 6. Empreendedores por setor e faixa de renda

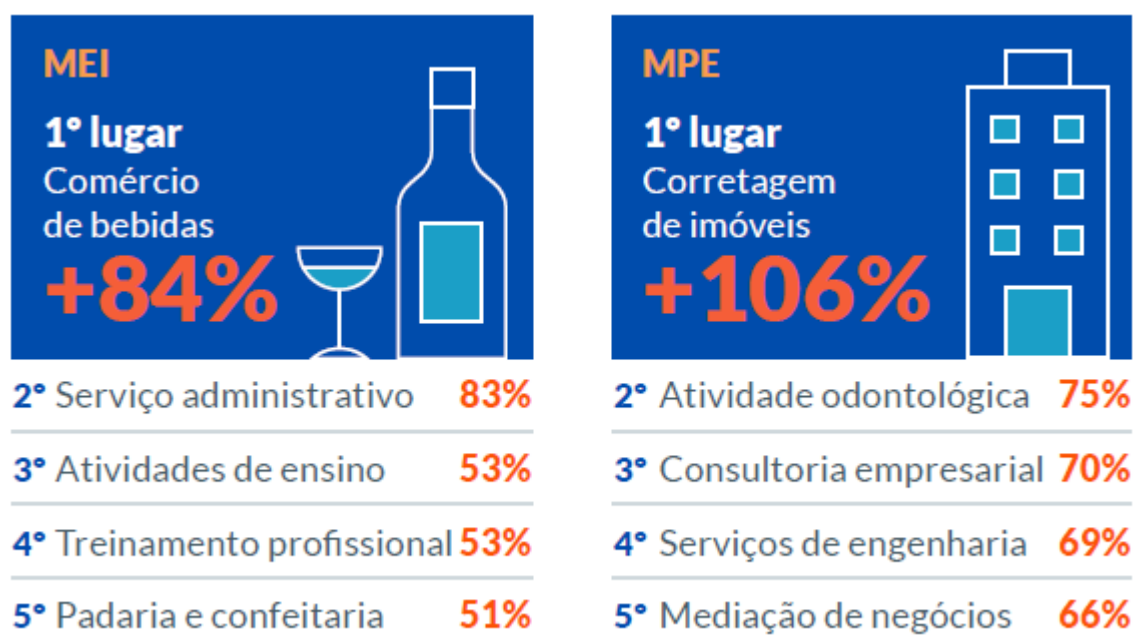


FONTE: Sebrae, 2023, p. 17.

É possível observar que na faixa com menor rendimento, as maiores concentrações são em setores de atividades simples, que não exigem alto nível de escolaridade, como comércio varejista, agropecuária, construção e serviços pessoais.

O Sebrae (2022) aponta que entre janeiro e junho de 2021 foram abertos 2 milhões de pequenos negócios nas modalidades de Microempreendedor Individual – MEI e Médias e Pequenas Empresas – MPE, sendo que o MEI alcançou a marca de 1,6 milhão de empresas. A Figura 7 demonstra as atividades que mais abriram negócios em 2021 em comparação ao primeiro semestre de 2020.

Figura 7. Taxa de crescimento da abertura de negócios - 1º sem 2021



FONTE: Sebrae, 2022, p. 02.

Segundo Penteado e Júnior (2020) entre 2003 e 2014 houveram profundos avanços sociais e econômicos no Brasil. A emergência de programas sociais com o governo Lula em 2003 e a continuidade pelos governos posteriores provocaram um rearranjo da sociedade, principalmente em termos de renda, oferecendo melhores perspectivas de consumo, acesso à serviços e infraestrutura.

Em 2013, o país passou por uma crise política, dando lugar à um pessimismo generalizado, aprofundando a crise econômica, a estagnação e marcando o retorno à índices de pobreza antes superados. Também houve crescimento do aumento da informalidade e dos postos precários de trabalho (PENTEADO; JÚNIOR, 2020).

Penteado e Júnior (2020) citam também que no neoliberalismo, o empreendedor é resultado de um fenômeno de massas, onde compreende-se que todo indivíduo possui um pouco de empreendedor em si e o mercado liberal tende a liberar esta característica. No Brasil, após as mudanças recentes, o empreendedorismo é visto de forma positiva, uma vez que diversos indivíduos possuem o status de autônomos e encontram-se distantes do trabalho formal e assalariado.

Os empreendedores brasileiros em sua maioria já foram trabalhadores formais e assalariados e foram motivados por se libertar das questões disciplinares do trabalho formal, por fazerem o que gostam e pela dificuldade de retornar ao trabalho assalariado (PENTEADO; JÚNIOR, 2020).

Azevedo et al (2022) cita que um período que exigiu mudanças e adaptações dos empreendedores brasileiros foi durante a pandemia da Covid-19, no ano de 2020. A economia passou por um período de crise de recursos e resultados, o que também levou à transformações no mercado de trabalho, aumentando a taxas de desemprego.

No final de 2021, 13,7 milhões trabalhadores estavam desempregados e muitos enxergaram no empreendedorismo uma oportunidade de garantir uma fonte de renda familiar e manter sua atuação profissional no mercado. Assim, a maioria dos empreendedores no Brasil, principalmente neste período, iniciaram um negócio por necessidade (AZEVEDO et al, 2022).

Em 2020, a taxa de empreendedorismo alcançou o menor patamar dos últimos 8 anos, com queda de 18%. Tal redução demonstra que a pandemia desestabilizou drasticamente os empreendedores mais antigos do mercado e pessoas jovens e inexperientes viram uma oportunidade para sobreviver à crise e adentrar o mercado por meio de um pequeno negócio. Após 2021, foi possível observar uma tendência de crescimento expressivo e contínuo de abertura de novas empresas no Brasil, por influência de políticas públicas pontuais (AZEVEDO et al, 2022).

As políticas públicas são uma estratégia de fomento ao empreendedorismo. A partir da década de 90, o Brasil passou a implementar políticas voltadas à ciência e tecnologia e inovação, além de ações de apoio ao empreendedorismo. Entretanto, tais ações ainda são pulverizadas, sem foco e sem continuidade, o que não proporciona um bom desenvolvimento (SCALCON, 2022).

Ramos (2020) cita que internacionalmente, o incentivo ao empreendedorismo relaciona-se diretamente à iniciativas de fomento e apoio ao desenvolvimento de

startups. As ações de apoio podem ser programas de financiamento direto, coparticipação em investimentos, facilitação migratória na capacitação de talentos e apoio à internacionalização.

Dentre as ações governamentais de incentivo ao empreendedorismo, a redução do tempo médio de abertura da empresa é fator que contribui com o aumento do número de empresas abertas. Juntamente com políticas de fomento para a abertura de novas empresas, há também políticas para incentivo da continuidade das empresas, havendo em torno de 25 programas de fomento para o empreendedorismo (SCALCON, 2022).

Entretanto, Scalcon (2022) ressalta também que, apesar da existência de tais políticas, há dificuldades por parte dos empreendedores em atender às exigências de elegibilidade para os benefícios, pois muitas vezes são exigidas muitas documentações para que os empreendedores participem dos programas, o que torna um fator de desestímulo, principalmente em programas de linhas de crédito.

Maia et al (2021) afirma que antigamente, o mercado era impulsionado pelo empreendedorismo tradicional, com uma estrutura de mercado burocrática e cara, com diversos detalhes que dificultavam a entrada de novos empreendedores e fortemente marcado pela concorrência agressiva. Entretanto, com a globalização, o mundo acabou por se tornar um grande mercado quase unificado, fato impulsionado pela internet e o avanço tecnológico.

Segundo Melo (2021) um dos efeitos do avanço tecnológico é o avanço da capacidade humana de adquirir, produzir, distribuir e consumir informações em quantidade, taxa e alcance. Outro efeito é o de que a criação de valor ocorre cada vez mais por meio da produção digital de informações, independente da conexão com produtos materiais.

Após os anos 2000, o Brasil passou a observar o crescimento do empreendedorismo digital e do e-commerce, com o surgimento de grandes sites, como Americanas.com e Mercado Livre. Após 2008, com o surgimento das redes sociais, ampliou-se ainda mais a possibilidade dos empreendedores em divulgar seus produtos e serviços de forma digital. Neste contexto, observa-se o aumento da tendência do comércio digital e os empreendimentos físicos devem se preparar e montar uma estrutura de presença online, para que não percam clientes, uma vez que os consumidores buscam cada dia mais por compras rápidas, fáceis e cômodas (MELO, 2021).

Entretanto, Melo (2021) ressalta que, apesar do crescimento das compras online, o comércio físico não irá acabar, pois muitos consumidores ainda optam por ele, por preferência e conveniência. Assim, oferecer experiências multicanais é necessário e tem se tornado uma prática comum no e-commerce. Um exemplo de tal prática trata-se da possibilidade de comprar online e retirar na loja física, economizando o frete de entrega.

Outra tendência apontada trata-se do pagamento sem contato e pagamentos rápidos online, como Google Pay, Samsung Pay ou Paypal. O lançamento do pix e das criptomoedas também ampliaram as formas de pagamento possíveis ao consumidor. Por fim, a aplicação da inteligência artificial nos sites e aplicativos das lojas vem ganhando cada vez mais espaço, seja para auxiliar o cliente a tirar dúvidas, recomendar produtos ou solucionar problemas por meio de chats (MELO, 2021).

Portanto, o e-commerce vem sendo a opção de muitos empreendedores, sejam grandes ou pequenos, pois oferece grande alcance, facilidade de utilização e custos relativamente baixos, facilitando principalmente para que pequenos empreendedores iniciem seu negócio.

METODOLOGIA

O desenvolvimento do trabalho utilizou a revisão bibliográfica qualitativa, por meio de materiais disponíveis online em plataformas de pesquisa acadêmica e em websites de instituições de referência no assunto, como Sebrae.

Os materiais possuem até 5 anos de publicação e os critérios de inclusão adotados além da data de publicação, foram materiais disponíveis na íntegra e em idioma português.

Foram abordados os temas sobre o histórico do empreendedorismo no Brasil e no mundo, o cenário atual do empreendedorismo no Brasil e quais as tendências para o ramo nos próximos anos.

RESULTADOS

O estudo do empreendedorismo, conforme abordado por diversos autores, revela sua evolução e complexidade ao longo do tempo, abrangendo aspectos culturais, históricos, sociais e econômicos. Maia et al. (2021) destacam que o

empreendedorismo é uma atividade inovadora e prática, cuja materialização se dá através da administração e organização de negócios. Scalcon (2022) complementa ao enfatizar que o empreendedorismo está enraizado na iniciativa e na inovação, sendo o empreendedor influenciado tanto por características pessoais como pela cultura de seu entorno. Isso sugere que o ambiente sociocultural exerce influência direta sobre o desenvolvimento de novos empreendimentos.

Dolabela (2012) reforça a dimensão cultural do fenômeno, destacando que o empreendedorismo é moldado por práticas e valores comunitários, refletindo as características do meio. Este ponto é corroborado por Verga e Silva (2014), que mostram a evolução histórica do conceito, desde a Idade Média até os dias atuais, quando se torna uma prática global impulsionada por mercados unificados e tecnologias avançadas. Essa evolução também demonstra o papel crescente do empreendedor na transformação econômica, como observado na era de estudos de gestão, com foco em redes, inovação e acesso a informações.

As análises contemporâneas, como as do GEM (2024), trazem à tona a dimensão global do empreendedorismo, evidenciando o papel do empreendedor como catalisador econômico. Os dados apresentados mostram que países de menor renda, como os do nível C, têm maior atividade empreendedora inicial, muitas vezes por necessidade, conforme Azevedo et al. (2022) já haviam identificado no contexto brasileiro durante a pandemia. Esse cenário ressalta a relação entre crises econômicas e o surgimento de novos negócios, evidenciando que o empreendedorismo é também uma resposta adaptativa em momentos de adversidade.

No Brasil, o relatório GEM (2024) aponta um cenário de alto dinamismo, mas também de desafios estruturais. A maior concentração de empreendedores em faixas de renda de até dois salários mínimos, conforme o Sebrae (2023), reflete limitações de acesso a recursos e apoio institucional. Esse dado, somado à alta informalidade e à baixa escolaridade na maioria desses negócios, indica que, embora o empreendedorismo seja uma saída viável, ele ocorre em um contexto de vulnerabilidade. Penteado e Júnior (2020) destacam que o empreendedorismo no Brasil, muitas vezes, resulta da falta de opções no mercado de trabalho formal, fato que reforça a necessidade de políticas públicas mais estruturadas e inclusivas.

A transição para o empreendedorismo digital, como observado por Melo (2021), mostra um caminho promissor, com a internet e tecnologias como inteligência

artificial transformando os modos de produção, consumo e interação no mercado. No entanto, a coexistência do comércio físico e digital também evidencia a importância de oferecer uma experiência integrada, adaptando-se às novas demandas do consumidor.

Portanto, o empreendedorismo, seja ele tradicional ou digital, não é apenas um fenômeno econômico, mas também social e cultural. Para que ele se desenvolva de maneira sustentável, é essencial superar barreiras estruturais, promover políticas públicas efetivas e explorar as oportunidades proporcionadas pelas novas tecnologias. Assim, o empreendedorismo continuará a ser uma força impulsionadora na construção de economias resilientes e inovadoras.

CONCLUSÃO

O empreendedorismo emerge como um fenômeno multifacetado, influenciado por fatores históricos, culturais, sociais e econômicos. Ao longo do tempo, ele evoluiu de uma prática de comércio e produção para um motor de inovação e transformação, impulsionado por mudanças tecnológicas e pela globalização.

O empreendedorismo desempenha papel central no desenvolvimento econômico, especialmente em economias de baixa e média renda. O Brasil reflete tanto as oportunidades quanto os desafios desse cenário. A predominância de empreendedores em faixas de renda mais baixa e a elevada informalidade indicam que o empreendedorismo muitas vezes surge mais como uma necessidade do que como uma oportunidade estruturada, exigindo maior suporte institucional e políticas públicas mais efetivas.

A transição para o ambiente digital aponta para um caminho de crescimento e modernização, oferecendo maior alcance e flexibilidade para os empreendedores. No entanto, a necessidade de integração entre canais digitais e físicos e de acesso às tecnologias mais recentes ressalta a importância da capacitação e de investimentos em infraestrutura.

Assim, o empreendedorismo continua a desempenhar um papel crucial como impulsionador econômico e social, especialmente em contextos de adversidade. Para que ele alcance seu potencial máximo, é necessário superar barreiras estruturais, promover inclusão e fomentar inovações que atendam às necessidades de um mercado em constante evolução.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, J. et al. O empreendedorismo durante a pandemia da Covid-19: análise dos números de novos microempreendedores no mercado brasileiro no período de 2020 e 2021. **Revista Recifaqui**, 2022.

CABANA, R. Empreendedorismo: transcurso histórico e teórico do campo. **V EIGEDIN**. 2022.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**: Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Sextante, v. 3, f. 152, 2012. 304 p.

GEM. **GEM 2023/2024 – Global Report**. Londres, 2024.

MAIA, T. et al. Empreendedorismo no Brasil, inovação e startups. **Research, Society & Development**, 2021.

MELO, M. **Empreendedorismo digital: evolução do e-commerce**. Artigo Científico (Bacharelado em Administração) – UniEvangélica, Anápolis, 2021.

MONTEIRO, J. et al. Monitoramento de empreendedorismo global: o cenário do empreendedorismo no Brasil. **Brazilian Applied Science Review**. 2022.

PENTEADO, C.; JÚNIOR, B. A germinação do empreendedor do Brasil contemporâneo: o neoliberalismo visto sob o contexto nacional recente. **Estud. Sociol.** Araraquara, 2020.

SCALCON, G. **Políticas públicas de fomento ao empreendedorismo no Brasil: uma análise do Governo Federal**. Monografia (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022.

SEBRAE. **Empreendedorismo por faixa de renda**. 2023.

SEBRAE. **Empreendedorismo informal**. Brasília, 2024.

SEBRAE. **Levantamento abertura de empresas e análise do Caged**. 2022.

VERGA, E.; SILVA, L. F. Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 3-30, 2014.