

FATORES DE SOBREVIVÊNCIA DE NOVAS EMPRESAS

Autor

José Varela Donato

Coordenador de Estudos de Pesquisas

varela@bnb.gov.br

Revisão Vernacular

Hermano José Pinho

Coordenação Informe ETENE- Macroeconomia, Indústria e Serviços

Airton Saboya Valente Juniorairtonjr@bnb.gov.br

1. INTRODUÇÃO

Este informe tem por objetivo expor resultados de pesquisas sobre fatores de sobrevivência de novas empresas, tema de importância econômica, social e gerencial. A criação de empresas constitui uma dimensão relevante do empreendedorismo – a descoberta, avaliação e exploração de oportunidade lucrativa (Shane e Ventakaraman, 2000) –, o qual tem despertado a atenção de estudiosos e de formuladores de políticas públicas.

Objetivos e políticas para promover o empreendedorismo diferem entre países, inclusive devido a diferenças de significado atribuído ao termo (OECD, 2009), e se baseiam em premissas de que ele pode ajudar no enfrentamento de sérias questões econômicas, sociais e ambientais, porquanto o empreendedorismo (Holcombe, 2007; OECD, 2007, 2009; Shane, 2008):

- melhora o padrão de vida dos empreendedores;
- é fonte geradora de emprego, de renda e de bem-estar;
- estimula inovação, produtividade, competitividade e crescimento econômico.

Pesquisas sistemáticas destinadas a avaliar o dinamismo empreendedor contemplam taxas de nascimento de empresas como indicadores relevantes (Bosma e Levie, 2009; OECD, 2009). Assim, desenvolvem-se, mundialmente, políticas e estruturas para estimular, direta ou indiretamente, a criação de empresas, através de programas de incentivo à pesquisa, transferência de tecnologia, apoio financeiro, treinamento para o empreendedorismo, bem como aperfeiçoamento do quadro regulatório e da infraestrutura física (Shane, 2008; OECD, 2009).

A partir da década de 1980, emergiu um contexto sociocultural extremamente favorável à fundação de empresas: a mídia retrata empreendedores de sucesso como heróis e heroínas; fragiliza-se a estabilidade das relações de trabalho e a fidelidade dos empregados para com as empresas; pessoas despertam para a oportunidade de trabalhar para si mesmas; mudanças nos valores sociais induzem pessoas mais jovens a preferirem estilo de vida mais independente à segurança e a aumentos previsíveis de salários; expande-se a educação empreendedora em todo o mundo (Baron e Shane, 2007; Shane, 2008; Timmons e Spinelli Jr., 2009).

Atualmente, diferentes autores admitem que as pequenas empresas apresentam baixas taxas de sobrevivência e possibilidades elevadas de fracasso, o que gera prejuízos econômicos e sociais. Por isso, começa a ser questionada a eficácia de políticas incentivadoras de criação, pura e simples, de empresas que não introduzem inovações (Shane, 2008; Parker, 2009).

Medida importante de desempenho empreendedor, a taxa de sobrevivência refere-se ao percentual de empresas que sobrevivem no ano t e foram criadas no ano $(t - n)$, em relação ao total de empresas criadas no ano $(t - n)$, sendo n o número de anos de sobrevivência de interesse para cálculo.

Este informe não pretende discorrer sobre as premissas de incentivo à criação de empresas, mas somente, pôr em evidência fatores mais influentes nas taxas de sobrevivência de novas empresas e, assim, indicar variáveis cruciais a serem consideradas em análises de risco de crédito.

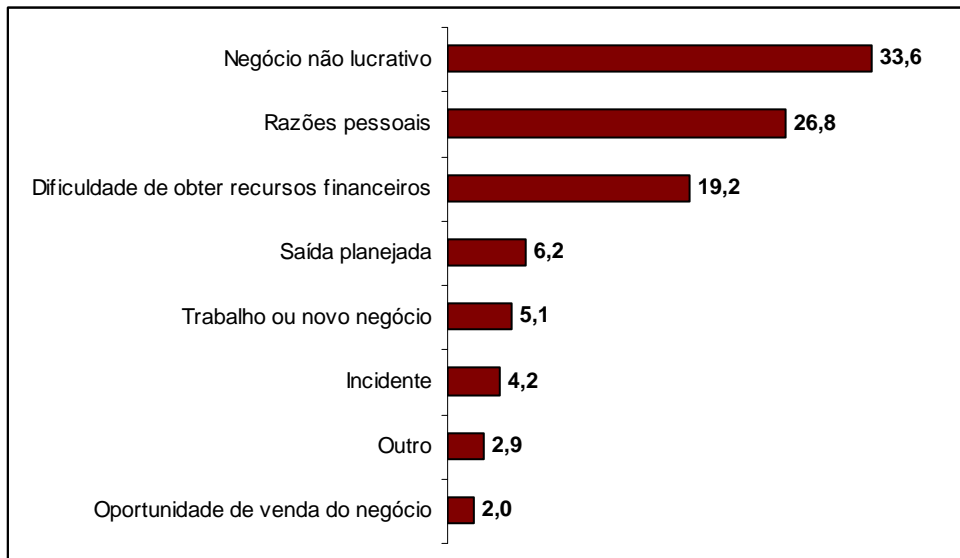
2. TAXAS DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS

Antes de tratar sobre os determinantes de sobrevivência das empresas, convém esclarecer dois pontos que, segundo Parker (2009), costumam ser omitidos em estudos e discursos populares. Primeiro, a continuidade de um indivíduo no empreendedorismo não equivale à sobrevivência de seus negócios, como é o caso dos “empreendedores seriais” que permanecem no empreendedorismo, embora fracassem alguns de seus sucessivos empreendimentos (Parker, 2009; Machado et al., 2010).

Segundo, o fim de um empreendimento não significa necessariamente fracasso: o empreendedor encerra um negócio para, por exemplo, iniciar outro, ou assumir um emprego que lhe ofereça maior retorno (Parker, 2009).

Nesse sentido, a Pesquisa do GEM – Global Entrepreneurship Monitor mostra, conforme Gráfico 1, os motivos principais que levaram empreendedores a encerrarem seus negócios em 2009 no Brasil, convindo destacar a falta de lucratividade do negócio (33,6%) e ainda que (Machado et al., 2010):

- 57% dos encerramentos, no mínimo, ocorreram por causas involuntárias: negócio não lucrativo, dificuldade de obter recursos financeiros além de incidentes;
- 79,6% dos encerramentos ocorreram devido a somente três fatores.



Fonte: elaboração própria, com base em Machado et al. (2010).

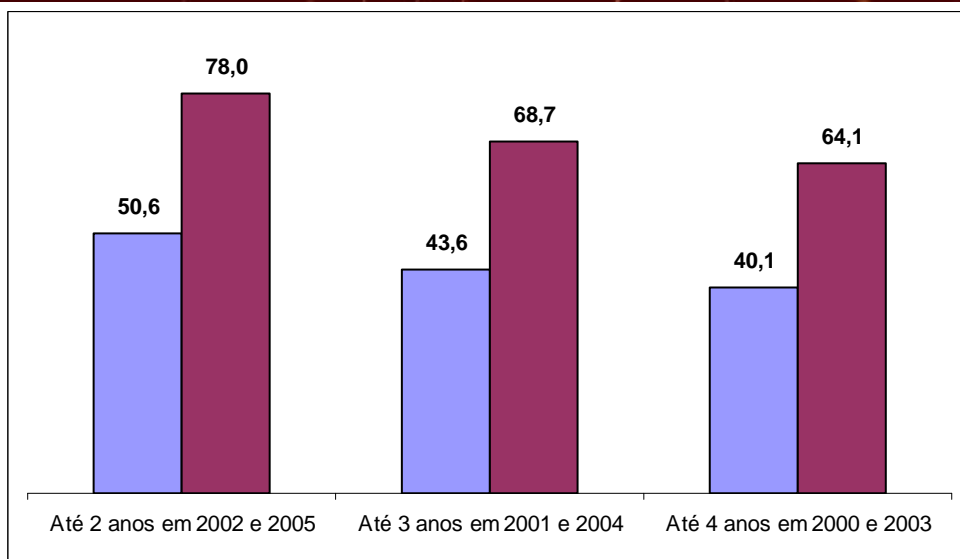
Gráfico 1 – Motivo Principal do Encerramento do Negócio no Brasil em 2009

Evidentemente, perdas econômicas e sociais sempre ocorrem com o encerramento, por qualquer motivo, de um negócio. Além disso, a obtenção de lucratividade esperada pelo empreendedor pode reduzir o surgimento de outras razões apontadas para o encerramento do negócio, como, por exemplo, trabalho ou novo negócio, dificuldade de obtenção de recursos financeiros, venda do negócio.

As taxas de sobrevivência de novas empresas são baixas em todo o mundo. **Em geral, calcula-se que mais de 50% das empresas se extinguem antes de completar cinco anos** (Shane, 2008); ou seja, criar uma empresa é investimento muito arriscado.

As pesquisas acerca da sobrevivência de novas empresas convergem para uma conclusão: as menores empresas são mais vulneráveis (Timmons e Spinelli Jr, 2009). O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) realizou levantamento junto às microempresas e pequenas empresas (MPEs), correspondentes a 41,4% do total de empresas no Brasil (Brasil, 2009), e constatou que, das MPEs fundadas em 2000, somente 64,1% sobreviveram até quatro anos (SEBRAE, 2007).

A pesquisa do SEBRAE revelou, todavia, que a expectativa de vida de novas empresas tem aumentado nos últimos anos. O Gráfico 2 mostra que, em 2005, 78% das MPEs sobreviveram até dois anos contra 50,6% em 2002. Em 2003, 64,1% das MPEs duraram até quatro anos, contra 40,1% em 2000.



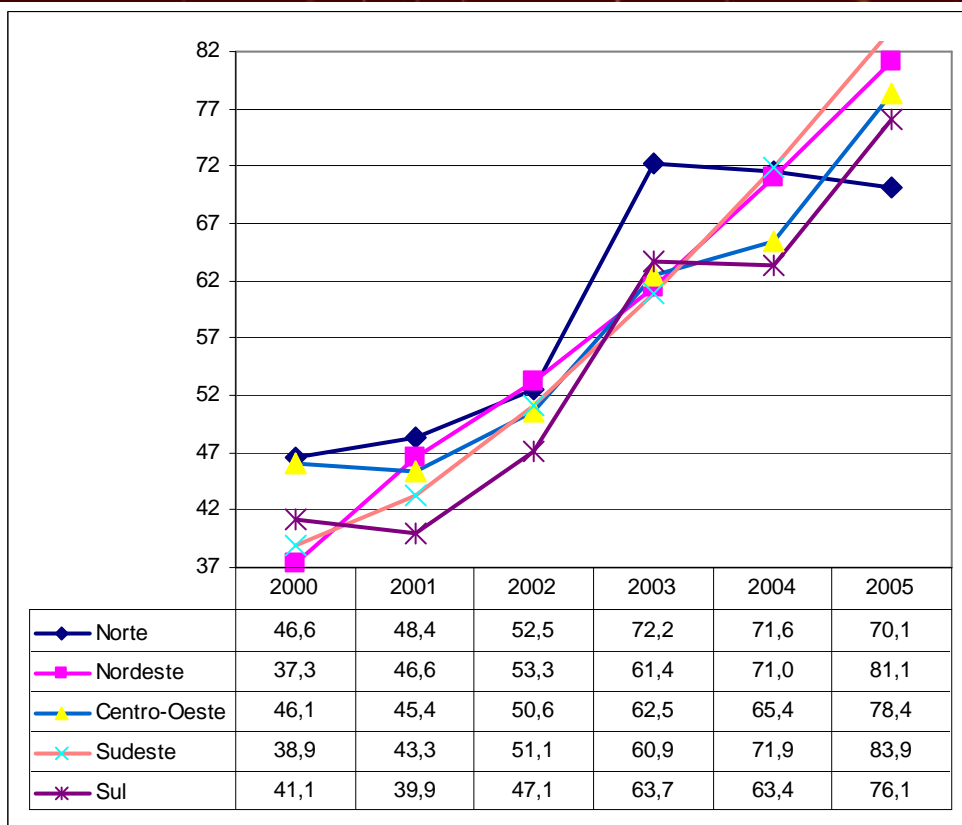
Fonte: elaboração própria, com base em SEBRAE (2007).

Gráfico 2 – Taxas de Sobrevivência das MPEs no Brasil – 2000 a 2005

Houve crescimento significativo nos percentuais de MPEs que sobreviveram pelo menos dois anos, em todas as Regiões do Brasil, graças à melhoria da qualidade empresarial e do ambiente econômico. No Gráfico 3, vê-se que as MPEs constituídas em 2000, na Região Nordeste, apresentavam a mais baixa taxa de sobrevivência até dois anos (37,3%), ou seja, 62,7% se extinguíam nos dois primeiros anos de existência; as MPEs nordestinas constituídas em 2005 alcançaram a segunda melhor posição entre as regiões do País, com taxa de sobrevivência de 81,1%; apenas dois estados nordestinos apresentaram taxas de sobrevivência inferiores ao Brasil (SEBRAE, 2007).

Esses resultados se aproximam das taxas de sobrevivência das empresas nos dois primeiros anos verificadas em alguns países europeus pesquisados pela Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2009), as quais, em 2006, variaram de 65 a 80%. Em todo caso, as taxas de sobrevivência ainda permanecem baixas.

Estudo de Mata e Portugal (2001) com empresas lusitanas revelou que grandes empresas apresentam maior longevidade: enquanto 66% das empresas com até dois empregados faleceram antes de completar cinco anos, a taxa foi de 25% para as empresas com mais de 100 empregados, cuja expectativa de vida média foi projetada para 18 anos.



Fonte: elaboração própria, com base em SEBRAE (2007).

Gráfico 3 - Taxas de Sobrevivência até Dois Anos das MPEs no Brasil, por Região – 2000-2005

3. FATORES DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS

Os determinantes da sobrevivência das empresas vêm sendo estudados em, pelo menos, três níveis: empreendedor, empresa e ambiente empresarial. Em outras palavras, a sobrevivência das empresas pode ser analisada com base em três questões:

1. o que torna um empreendedor bem-sucedido?
2. Que características de uma empresa contribuem para seu sucesso?
3. Que condições do ambiente influenciam o desempenho da empresa?

Parker (2009) procedeu a levantamento de estudos que utilizaram análise multivariada e, como variável dependente, o tempo de sobrevivência das empresas, e destacou as variáveis independentes que apresentaram coeficientes estatisticamente significantes, naqueles três níveis de análise:

- variáveis com coeficiente positivo – um aumento na variável implica um aumento nas taxas de sobrevivência das empresas;
- variáveis com coeficientes negativos – um aumento na variável implica uma redução nas taxas de sobrevivência das empresas;
- variáveis com coeficientes zero – a variável não influencia significativamente a taxa de sobrevivência das empresas.

A seguir, apresenta-se uma discussão acerca de variáveis catalogadas por Parker (2009) que revelaram resultados mais robustos, seja em razão da quantidade de estudos que corroboraram

sua influência nas taxas de sobrevivência das empresas, seja em razão da direção da influência.

Variáveis individuais. No nível individual, as variáveis que apresentaram coeficientes positivos (quanto maiores, mais tempo de sobrevivência das empresas) de maneira mais consistente e que, portanto, parecem ter maior poder de explicar a longevidade das empresas são:

- idade do empreendedor;
- educação do empreendedor;
- tempo no negócio;
- experiência no setor.

É importante observar que os fatores acima tendem, em certa medida, a correlacionar-se positivamente, ou seja, a variar no mesmo sentido. Além disso, Parker (2009) chama atenção para o fato de que, em relação à experiência, somente a experiência no setor teve importância para a sobrevivência das empresas; experiência empreendedora, experiência gerencial e experiência de trabalho não revelaram aumentar as chances e sobrevivência das empresas.

Apresentando coeficientes predominantemente negativos, ou seja, sua presença contribui para reduzir a probabilidade de sobrevivência empresarial, vale comentar as seguintes variáveis:

- desempregado;
- mulher.

Estudos revelaram que as taxas de risco de empreendimento de pessoas desempregadas triplicam em relação às de pessoas empregadas, porque muitos dos primeiros entrantes possuem capital humano obsoleto, informação de qualidade inferior sobre oportunidades de negócio e, possivelmente, menor motivação, culminando com menores taxas de sobrevivência (Parker, 2009).

Com relação à variável mulher, as explicações mais convincentes para o desempenho inferior das mulheres em relação aos homens residem nas metas e aspirações: as mulheres possuem metas comerciais e financeiras inferiores (Shane, 2008), dedicam menos horas de trabalho ao negócio, criam empresa para ter trabalho flexível e condições de cuidar dos filhos (Shane, 2008; Parker, 2009). Talvez em virtude dessas condições e preocupações femininas, as mulheres se dedicam mais a pequenos negócios, atuam em setores mais competitivos e com menores taxas de retorno e de sobrevivência (Parker, 2009).

Em estudo sobre o CrediAmigo, mulheres apresentaram lucro operacional 21,17% inferior ao dos homens, resultado que foi generalizado para as demais variáveis econômicas do negócio (Neri e Buchmann, 2008). Embora os clientes do CrediAmigo não se constituam empresa no sentido dado aqui, é razoável supor que tal desempenho possa também se refletir em menores taxas de sobrevivência dos empreendimentos comandados pelas mulheres no Brasil.

Acredita-se que, com relação à variável de gênero, taxas de sobrevivência empresarial podem ser muito dependentes do contexto sociocultural de cada país, de modo que os resultados das pesquisas realizadas em outros países não podem ser determinantes para dizer, por exemplo, que o homem brasileiro é um empreendedor mais eficaz que a mulher brasileira. Mas servem para chamar a atenção sobre a importância da condição da empreendedora ou do empreendedor para o sucesso empresarial.

De fato, enquanto em economias tecnologicamente avançadas, dirigidas pela inovação, como Estados Unidos, Japão, Alemanha, por exemplo, as mulheres empreendedoras são em proporção bem menor que os homens, no Brasil, de economia dirigida pela eficiência, as mulheres empreendedoras foram em proporção maior que os homens em 2009 (Bosma e Levie, 2010). Esse dado talvez expresse maiores aspirações das mulheres brasileiras em relação aos negócios quando se compara o Brasil com outros países.

Variáveis empresariais. Em nível de empresa, as seguintes variáveis revelaram impactos positivos mais consistentes na taxa de sobrevivência nos estudos levantados por Parker (2009):

- tamanho e capital inicial;
- taxa de crescimento anterior.

As duas primeiras variáveis foram as mais utilizadas em estudos multivariados. A variável tamanho possui maior influência na sobrevivência das empresas em indústrias em que economias de escala representam vantagem competitiva importante; ademais, essa variável está positivamente associada com as variáveis taxa de crescimento anterior, com idade ou consolidação da empresa. Daí, a importância do crescimento rápido, para a empresa alcançar economias de escala e tornar-se competitiva.

Shane (2005) explica que empresas consolidadas e maiores, melhor que empresas novas, exploram oportunidades ao conquistarem vantagens competitivas que demandam tempo, tais como: efeitos de aprendizado, efeitos de reputação, fluxo de caixa positivo, economias de escala e ativos complementares em manufatura, marketing e distribuição.

Por outro lado, uma empresa entrante pode usufruir vantagens quando a exploração de oportunidade se baseia em mercados novos de demanda desconhecida, em tecnologia destruidora de competências, tecnologia discreta (explorada por si só, sem a necessidade de complemento), tecnologia de capital humano intensivo, tecnologia de uso geral e em necessidades não satisfeitas dos clientes atuais (Shane, 2005; Baron e Shane, 2007).

Variáveis ambientais. Em relação às variáveis ambientais, estudos em administração e negócios encontram evidências de que setores inovadores possuem maiores taxas de sobrevivência. Assim, as empresas que promovem mais inovações em produtos e processos têm vida mais longa.

Dentre informações relevantes para avaliar uma oportunidade, a estrutura da indústria pode ser um sinalizador do retorno do investimento (Porter, 1991) e das taxas de sobrevivência das empresas (Shane, 2008). A exploração de oportunidade parece mais atrativa quando a demanda esperada é grande, as margens de lucro da indústria são altas, o ciclo de vida da tecnologia é jovem, a densidade da competição em um espaço particular não é tão baixa nem tão alta, o custo de capital é baixo e aprendizagem de outros entrantes está disponível em nível de população (Shane, 2005; Baron e Shane, 2007).

O ciclo de vida do setor pode ser influente na longevidade das empresas, conforme estudos levantados por Parker (2009):

- entrantes em setores novos ou setores em rápidas mudanças tecnológicas podem auferir vantagens ao explorarem ideias novas e radicais;
- entrantes nos estágios inicial ou de crescimento sofrem menos a desvantagem de ser novos que entrantes em fase madura de um produto ou setor;

- a desvantagem de ser pequeno afeta entrantes durante a fase de crescimento de um setor, mas desaparece em setores maduros ou tecnologicamente intensivos;
- uma estratégia de diversificação aumenta as chances de sobrevivência nos estágios iniciais do ciclo de vida do setor.

A adequação de estratégias das empresas provavelmente depende do setor: uma estratégia focada na qualidade do produto aumenta a sobrevivência em setor de manufatura; uma estratégia de tecnologia funciona melhor no varejo; uma estratégia de provedor de nicho funciona melhor no setor de serviços (Parker, 2009).

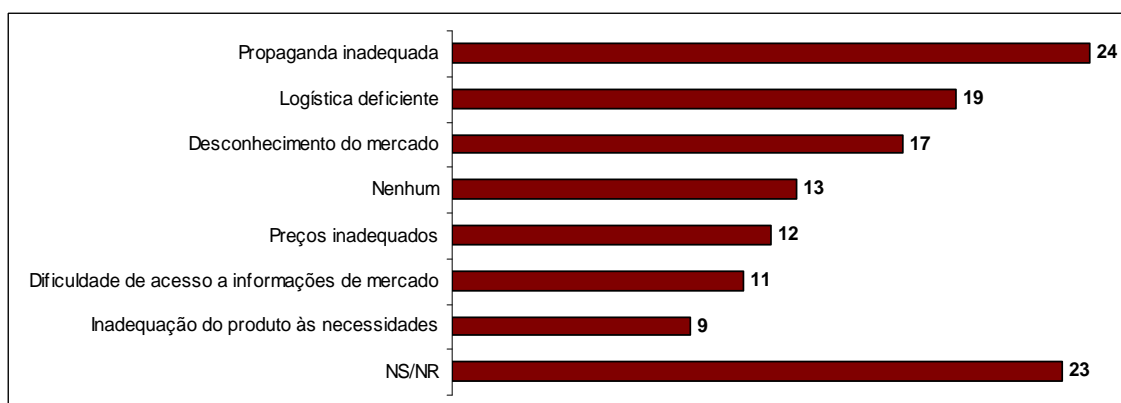
Estudos de sobrevivência de empresas por tipo de atividade são contraditórios: alguns revelam maiores taxas de sobrevivência no setor de manufatura que no setor de serviços; outros revelam o contrário (Parker, 2009; OECD, 2009; Carvalho e Fonseca, 2010).

Finalmente, os estudos catalogados por Parker (2009) revelaram que as seguintes variáveis ambientais apresentaram coeficientes negativos em relação à sobrevivência de novas empresas:

- intensidade da competição, medida de várias maneiras, incluindo baixa concentração da indústria, taxas de entrada altas, baixas margens de lucro;
- demanda reduzida;
- desemprego elevado;
- taxas mais altas de juros.

O SEBRAE elaborou pesquisa nacional para identificar, segundo a percepção dos empresários, no período de 2000 a 2005, fatores condicionantes de sobrevivência e mortalidade das MPEs. A pesquisa mostrou que, em 2005, carga tributária elevada, falta de capital de giro, falta de clientes, problemas financeiros e concorrência muito forte foram razões mais apontadas para o fechamento das MPEs (SEBRAE, 2007).

Indagados sobre o principal motivo para o fechamento das MPEs, os três mais indicados pelos empresários, pela ordem, foram, conforme Gráfico 4: propaganda inadequada, logística deficiente (falta de mão de obra qualificada, instalações inadequadas) e desconhecimento do mercado (SEBRAE, 2007).



Fonte: elaboração própria, com base em SEBRAE (2007).

Gráfico 4 – Principal Motivo para o Fechamento das MPEs no Brasil em 2005

4. CONCLUSÕES

A sobrevivência das empresas se trata de um problema muito complexo, influenciado concomitantemente por variáveis relativas às condições do empreendedor, da empresa e do ambiente econômico-social.

O empreendedorismo e, especificamente, a criação de empresas, são comumente retratados em sua forma bem-sucedida, apesar de pesquisas identificarem altos índices de fracasso. Em relação à eficácia de novas empresas e de novos empreendedores, persistem recomendações abundantes e contraditórias sobre o caminho do sucesso empreendedor, como ilustra Shane (2008, p. 111) com exemplos coletados na literatura especializada e na mídia:

Nunca comece um negócio sozinho. Nunca comece um negócio com outra pessoa. Mantenha a simplicidade. Comece com uma ideia complexa que ninguém possa copiar. Comece com pessoas boas, elas não sabem o que fazer. Olhe para as pessoas como embusteiras. Faça aquilo que os consumidores desejam. Surpreenda os consumidores. Gaste tão pouco dinheiro quanto possível. Você recebe pelo que paga. Tenha persistência. Não jogue dinheiro após um fracasso. Seja autoconfiante. Seja humilde. Trabalhe muito. Trabalhe com inteligência. Seja um líder. Siga a liderança dos outros. Descubra uma tendência. Siga um caminho diferente.

As evidências mostram que a criação de uma empresa bem-sucedida é um caminho espinhoso e difícil, com altas taxas de fracasso, ou seja, é um investimento de elevado risco: mais de 50% das novas empresas fracassam antes de completar cinco anos de existência.

Shane (2008) publicou livro esclarecedor ao confrontar as imagens míticas criadas com as realidades sobre o empreendedorismo, tendo como base pesquisas realizadas sobre a fundação de empresas e, principalmente, o contexto americano. No Quadro 1, confrontam-se alguns “mitos do empreendedorismo” com “realidades do empreendedorismo típico” tratados no trabalho do autor.

As condições do empreendedor se mostram determinantes importantes nas taxas de sobrevivência das empresas. Em vez de traços psicológicos, conhecimento do negócio e experiência no setor são variáveis que ampliam as probabilidades de sucesso dos empreendimentos. Assim, investimento em educação empreendedora é recurso valioso ao êxito de quem pretende ser empreendedor.

Empresas menores são muito mais vulneráveis que empresas grandes e consolidadas; daí, suas menores taxas de sobrevivência. Como o incentivo à criação de empresas expressa, dentre outros, objetivos das políticas de geração de emprego e oportunidades de trabalho, inclusive como mecanismo de combate a crises econômicas, o retorno da atividade empreendedora precisa contar com uma estratégia vigorosa e boas práticas de gestão (planejamento, marketing, organização etc.).

Como visto, o aporte de recursos financeiros na quantidade certa, no momento certo e para projetos bem arquitetados também fomenta o empreendedorismo e contribui para aumentar a eficácia e sobrevivência de novas empresas.

MITOS DO EMPREENDEDORISMO	SOBRE...	REALIDADES DO EMPREENDEDORISMO TÍPICO
Novos negócios ingressam com produtos ou serviços inovadores e competitivos, com a intenção de desafiar os negócios existentes.	Inovação em Novos Negócios	Novo negócio típico é muito comum, pouco inovador, sem uma única vantagem competitiva, nasce e permanece pequeno.

Novas empresas tiram as pessoas da pobreza, inovam, criam trabalho, reduzem o desemprego, tornam mercados mais competitivos e aumentam o crescimento econômico.	Sucesso de Novas Empresas	Não há evidência de que nova empresa típica gera crescimento econômico adicional, mais inovação ou empregos. Ela apresenta menor produtividade, paga menos, não emprega, oferece menos benefícios e segurança.
Empreendedores são bem-sucedidos, ganham mais dinheiro, trabalham muito porque amam o que fazem.	Sucesso dos Empreendedores	Empreendedor típico fracassa com seu novo negócio, que desaparece em até 5 anos, ganha menos do que se trabalhasse para outros, tem renda variável, trabalha mais e não é feliz por isso, entra no negócio apesar do desempenho pobre.
A maioria dos empreendedores busca novas ideias de negócios, pesquisa, lê, está alerta, descobre, avalia e explora oportunidades.	Empreendedor Como Descobridor de Oportunidades	Empreendedor típico não busca sistematicamente ou avalia oportunidades. Cria empresas antes de ter identificado a oportunidade. O processo de criação de um negócio é confuso e desordenado.
Empreendedores são pessoas muito especiais, heróis, vencedores de grandes batalhas para construir empresas através de esforços sobre-humanos.	Empreendedor Como Pessoa Especial	Empreendedor típico é um homem branco, casado, com 40 anos, que iniciou seu negócio porque não queria trabalhar para outros e que apenas está tentando ganhar para viver.
Empreendedores são pessoas mais sábias, perceptivas, criativas, persistentes, honestas, otimistas, ousadas, orientadas para realização e com mais recursos.	Modelo Psicológico do Empreendedor	Fatores psicológicos explicam muito pouco a diferença entre empreendedores e outras pessoas, menos que fatores demográficos como idade, cor e gênero. Empreendedores típicos são mais propensos a iniciar um negócio quando estão desempregados, trabalham em tempo parcial, trocam de emprego frequentemente e ganham menos dinheiro.
O empreendedor é um visionário, ousado, toma decisões acertadas, sabe motivar.	Empreendedor Como Líder	Empreendedor típico é um líder ineficaz, que toma muitas decisões erradas.
O governo deve formular políticas públicas de estímulo à geração de novas empresas, emprego, renda.	Políticas Públicas Para Criação de Novas Empresas	Políticas públicas aumentam o número de empresas, mas induzem pessoas a iniciar negócios marginais, com grande probabilidade de fracasso.

Fonte: elaboração própria, com base em Shane (2008).

Quadro 1 – Mitos e realidades de empreendedorismo

REFERÊNCIAS

AHMAD, N.; HOFFMAN, A. **A framework for addressing and measuring entrepreneurship**. Paris: OECD, 2007.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2006-2009**. Brasília, DF, 2011.

BOSMA, N.; LEVIE, J. **GEM – Global Entrepreneurship Monitor: 2009 Executive Report**. Babson Park, MA: Babson College, 2009.

CARVALHO, K. C. M. de; FONSECA, L. F. C. Análise dos determinantes da entrada e sobrevivência das empresas no Brasil. **XXVII Encontro Nacional de Economia – ANPEC**, Salvador-Bahia, dez. 2010.

HOLCOMBE, R. G. **Entrepreneurship and economic progress**. New York, NY: Routledge, 2007.

MACHADO, J. P. et al. **Empreendedorismo no Brasil 2009**. Curitiba: IBQP, 2010.

MATA, J.; PORTUGAL, P. Life duration of new firms. **The Journal of Industrial Economics**, v. 42, n. 3, p. 227-245, Sept. 1994.

NERI, M.; BUCHMANN, G. CrediAmigo: o Grameen tupiniquim. In: NERI, M. (org.). **Microcrédito: o mistério nordestino e o Grameen brasileiro**. Rio de Janeiro: FGV, 2008. cap. 7, p. 191-229.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OECD. **Measuring entrepreneurship: a collection of indicators – 2009 edition**. Disponível em: www.oecd.org. Acesso em: 21 fev. 2011.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OECD. **Measuring entrepreneurship: a collection of indicators**. November 2010, n. 15.

PARKER, S. C. **The economics of entrepreneurship**. New York, NY: Cambridge University Press, 2009.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência**. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS –SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil – 2003-2005**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SHANE, S. A. **Sobre solo fértil: como identificar grandes oportunidades para empreendimentos em alta tecnologia**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

SHANE, S. A. **The illusions of entrepreneurship: the costly myths that entrepreneurs, investors, and policy makers live by**. New Haven, Connecticut: Yale University, 2008.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, Jan. 2000.

TIMMONS, J. A.; SPINELLI Jr., S. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. 6th ed. New York, NY: McGraw-Hill, 2009.