

DM

Empreendedorismo e Turismo Sustentável
Uma revisão narrativa e sistemática da literatura

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Jorge Timóteo Sousa Silva
MESTRADO EM GESTÃO HOTELEIRA



UNIVERSIDADE da MADEIRA

A Nossa Universidade

www.uma.pt

maio | 2025

Empreendedorismo e Turismo Sustentável
Uma revisão narrativa e sistemática da literatura
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Jorge Timóteo Sousa Silva
MESTRADO EM GESTÃO HOTELEIRA

ORIENTAÇÃO
Eduardo Manuel de Almeida Leite

I. Agradecimentos

Nestes dois anos curriculares do Mestrado em Gestão Hoteleira da Universidade da Madeira, tive a oportunidade de desenvolver-me tanto a nível académico como pessoal. Ao longo deste percurso, tive o apoio e ajudas de diversas pessoas, a quem estou imensamente grato.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer por todo o apoio, disponibilidade e motivação ao meu orientador, o Professor Eduardo Leite, com quem tive o privilégio de poder realizar esta dissertação relacionada com o empreendedorismo.

Agradeço igualmente à Diretora do nosso mestrado, a Professora Susana Teles, bem como aos restantes docentes, pelos seus contributos para o meu enriquecimento curricular.

Deixo ainda um agradecimento especial a todos os alunos da Licenciatura de Direção e Gestão Hoteleira, a quem tive o privilégio e prazer de ser embaixador no ano letivo 2023/2024. Essa experiência foi particularmente vigorante e gratificante para mim, e espero sinceramente que também tenha sido positiva e significativa com todos aqueles com quem tive a chance de colaborar e ajudar.

Gostaria de deixar também uma palavra de agradecimento ao Excelentíssimo Reitor da Universidade da Madeira, o professor Sílvio Fernandes, por todo o apoio e abertura relacionado ao associativismo estudantil e apoio ao empreendedorismo na nossa universidade.

Por fim, expresso a minha profunda gratidão aos meus amigos e familiares, especialmente aos meus pais, pelo apoio incondicional, incentivo constante e palavras de encorajamento ao longo destes anos. A presença e confiança foram fundamentais para que pudesse ultrapassar os desafios e concluir mais esta etapa da minha vida.

A todos, um muito obrigado,

Jorge Timóteo Sousa Silva

II. Resumo

O empreendedorismo passou por uma evolução significativa ao longo dos anos, transformando-se num campo interdisciplinar que engloba diversas perspectivas. Trata-se de um fenómeno multifacetado, com significados distintos para diferentes pessoas, incluindo académicos e líderes de pensamento, o que torna o paradigma dessa disciplina algo elusivo. O estudo do empreendedorismo a partir de diversas abordagens tem criado uma grande variedade de definições sobre o que ele realmente representa.

A sustentabilidade é um dos grandes desafios do nosso século, sendo que em 2015 foi apresentado pelas Nações Unidas a Agenda 2030 e os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. O turismo é uma indústria imensamente dinâmica, o que causa constante mudança nas organizações do setor, quer devido aos concorrentes no mercado, mudanças disruptivas causadas pela inovação tecnológica, oferta de novos serviços ou até devido às crises monetárias e escassez de recursos. Estes desafios obrigam a que as organizações se tornem mais sustentáveis, através de uma gestão mais eficiente dos seus recursos, mas também de uma oferta mais ecológica e socialmente responsável aos seus clientes.

Com este estudo pretende-se sintetizar o conhecimento relacionado ao tripé Empreendedorismo, Turismo e Sustentabilidade através de uma Revisão Narrativa, em que se aborda a evolução do conceito “Empreendedorismo” ao longo do tempo.

Por último, realizou-se uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), utilizando a plataforma Web of Science e ScienceDirect, cobrindo o período de 2020 a 2024, refletindo assim um período que foi marcado pela pandemia Covid-19 e os anos que a sucederam, foi também utilizada uma análise de coocorrência de palavras-chave para identificar os principais temas abordados na RSL.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Turismo, Sustentabilidade; Revisão Sistemática da Literatura

III. Abstract

Entrepreneurship has undergone significant evolution over the years, transforming into an interdisciplinary field that comprehends several perspectives. It is a multifaceted phenomenon, with different meanings for different people, including academics and thought leaders, which makes the paradigm of this discipline elusive. The study of entrepreneurship from various approaches has created a wide variety of definitions of what it truly represents.

Sustainability is one of the major challenges of our century. In 2015, the United Nations introduced the 2030 Agenda and the 17 Sustainable Development Goals. Tourism is an immensely dynamic industry, causing constant changes within organizations in the sector, whether due to market competition, disruptive changes caused by technological innovation, the offering of new services, or even due to monetary crises and resource scarcity. These challenges compel organizations to become more sustainable, through more efficient management of their resources and the provision of more environmentally and socially responsible offerings to their customers.

This study aims to synthesize the knowledge related to the tripod of Entrepreneurship, Tourism, and Sustainability through a Narrative Review, addressing the evolution of the concept of "Entrepreneurship" over time.

Lastly, a Systematic Literature Review (SLR) was conducted using the Web of Science and ScienceDirect platforms, covering the period from 2020 to 2024, thus reflecting a period marked by the COVID-19 pandemic and the years that followed. A co-occurrence analysis of keywords was also used to identify the main themes addressed in the SLR.

Keywords: Entrepreneurship, Sustainability, Systematic Literature Review, Tourism.

Índice

I.	Agradecimentos	i
II.	Resumo	iii
III.	Abstract.....	v
IV.	Índice de Figuras	ix
V.	Índice de Tabelas	xi
VI.	Lista de Abreviaturas	xiii
1.	Introdução.....	1
1.1.	Contextualização e Pertinência do Tema.....	1
1.2.	Objetivo do Estudo	1
1.3.	Estrutura do Estudo	2
2.	Metodologia.....	5
3.	Empreendedorismo.....	9
3.1.	Contextualização Histórica do Empreendedorismo	9
3.1.1.	Escola Clássica	13
3.1.2.	Perspetivas Neoclássicas Iniciais.....	25
3.1.3.	Escola Estadunidense	33
3.1.4.	Escola Histórica Alemã	41
3.1.5.	Joseph Schumpeter (1883–1950).....	43
3.1.6.	Autores posteriores a Schumpeter	51
3.1.7.	O Renascimento Austríaco: Ludwig von Mises (1881–1972) e Israel Kirzner (1930-)	56
3.1.8.	Peter Drucker (1909 - 2005).....	64
3.1.9.	Considerações Finais	72
3.2.	Desafios ao Ideal Empreendedor: Visões Alternativas e Críticas.....	73
3.3.	Mentalidade Empreendedora	76
3.4.	Ética no Empreendedorismo e Empreendedorismo Social.....	84
3.5.	Empreendedorismo Sustentável	86
4.	Turismo.....	91
4.1.	Desenvolvimento e Turismo Sustentável	94
5.	Empreendedorismo e Turismo Sustentável: Uma Revisão Sistemática da Literatura	99
5.1.	Empreendedorismo e Turismo.....	100
5.2.	Inovação e Sustentabilidade no Turismo	102

5.3.	Turismo Sustentável e Desenvolvimento Regional.....	104
5.4.	Empreendedorismo Feminino no Turismo	106
5.5.	Empreendedorismo no Turismo Rural e no Turismo Baseado na Comunidade	109
5.6.	Modelos de Negócios Sustentáveis e Responsabilidade Social	113
5.7.	Resultados.....	115
6.	Conclusões.....	119
6.1.	Discussão e contribuições para a teoria.....	119
6.2.	Implicações para a gestão	121
6.3.	Limitações e futuras investigações	121
7.	Bibliografia.....	123
8.	Anexos.....	144

IV. Índice de Figuras

Figura 2.1 - Diagrama de fluxo PRISMA 2020 para novas revisões sistemáticas que incluíram apenas pesquisas em bases de dados e registros.....	7
Figura 3.1 - PIB Mundial nos últimos dois milénios.....	10
Figura 3.2 - Principais autores da Escola Clássica	25
Figura 3.3 - O Mercado de Serviços e o Mercado de Produtos em Economia Pura	30
Figura 3.4 - Principais Representantes da Escola Neoclássica.....	33
Figura 3.5 - Principais autores da Escola Estadunidense	40
Figura 3.6 - Principais autores da Escola Histórica Alemã	43
Figura 3.7 - Principais autores posteriores a Schumpeter	55
Figura 3.8 - Diferenças de género no empreendedorismo.....	73
Figura 3.9 - A Tríade da Mentalidade Empreendedora.....	78
Figura 5.1- Mapa de Coocorrência de Palavras-Chave dos artigos seleccionados para a RSL	116
Figura 5.2 - Quantidade de Artigos identificados, por ano, na Revisão Sistemática de Literatura	117
Figura 8.1 - Principais autores e as suas respectivas escolas de pensamento, apresentados na Contextualização Histórica do Empreendedorismo.	145

V. Índice de Tabelas	
Tabela 3.1 - Diferentes Definições de Mentalidade Empreendedora	81
Tabela 3.2 - Caracterização de diferentes tipos de empreendedorismo orientados para a sustentabilidade.	88
Tabela 4.1 - Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Relação com os 5 P's....	95

VI. Lista de Abreviaturas

B&B – *Bed and Breakfast*

EMP – *Entrepreneurial Mindset Profile*

ES – Empreendedorismo Sustentável

ESBC – Empresas Sociais Baseadas na Comunidade

EUA – Estados Unidos da América

FEPTCE – Federacion Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador

GSTC – Global Sustainable Tourism Council

ME – Mentalidade Empreendedora

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

RAA – Região Autónoma dos Açores

RAM – Região Autónoma da Madeira

RSL – Revisão Sistemática da Literatura

T&H – Turismo e Hospitalidade

TBL – *Triple Bottom Line*

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

UE – União Europeia

UNWTO – World Tourism Organization

WCED – World Commission on Environment and Development

1. Introdução

Neste primeiro capítulo da presente dissertação são abordadas a contextualização e pertinência do tema em estudo, a questão a ser tratada, o objetivo principal do estudo, os motivos que motivaram a realização e a organização que o mesmo segue.

1.1.Contextualização e Pertinência do Tema

O empreendedorismo é reconhecido pela União Europeia (EU) como uma das oito competências-chave essenciais para o desenvolvimento de uma sociedade baseada no conhecimento. Relativamente à sustentabilidade, em 2015, as Nações Unidas apresentaram a Agenda 2030, que estabelece 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A sustentabilidade já representava um grande desafio, especialmente devido à escassez de recursos e às mudanças climáticas. A indústria do Turismo e Hospitalidade (T&H), sendo um dos principais setores da economia, tem o potencial de contribuir para a realização de todos os ODS, e como é um dos setores com maior potencial de expansão em escala global, é importante a existência de estudos que relacionem a sustentabilidade ao turismo (Mota et al., 2018).

O empreendedorismo é um fenómeno multifacetado e estudado em diversas disciplinas. A importância do estudo do empreendedorismo é evidenciada por autores como Audretsch & Moog (2022) e Farè et al. (2023), que consideram que este e a democracia estão intrinsecamente ligados, enquanto outros, como Brieger et al. (2024), consideram que esta relação acaba por ser mais complexa. Ao utilizar dados empíricos disponíveis em níveis individual e nacional, Brieger et al. (2024) descobriram que medidas-chave de empreendedorismo estão frequentemente associadas negativamente, e não positivamente, com a democracia e os seus vários determinantes. Esta discussão sobre a relação entre empreendedorismo e democracia é apenas um dos vários exemplos que mostram a importância do empreendedorismo como objeto de estudo, aplicando-se assim também no contexto da sustentabilidade.

1.2.Objetivo do Estudo

Com este estudo pretende-se mostrar o estado atual da literatura referente ao empreendedorismo, realizando uma contextualização histórica abrangente. Pretende-se explorar as principais teorias e abordagens desenvolvidas ao longo do tempo, desde as origens da Escola Clássica até as perspetivas contemporâneas sobre o tema. Ao apresentar uma visão panorâmica da evolução do empreendedorismo, o estudo permitirá identificar

marcos teóricos e contribuições significativas, além de fornecer uma base sólida para discussões sobre o papel do empreendedorismo em contextos modernos, como o desenvolvimento sustentável e a sua aplicação em regiões específicas como Portugal e a Região Autónoma da Madeira (RAM). Adicionalmente, o estudo pretende sintetizar o conhecimento relacionado ao tripé Empreendedorismo, Turismo e Sustentabilidade através de uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL), cobrindo o período de 2020 a 2024, refletindo assim um período marcado pela pandemia Covid-19 e os anos que a sucederam, também estudando a forma em que o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento de um turismo sustentável que considere os desafios ambientais, sociais e económicos nas regiões com potencial turístico significativo.

1.3. Estrutura do Estudo

Dada a natureza do setor hoteleiro, a sustentabilidade tem vindo a ser colocada na agenda, tanto da academia, como das empresas. É neste contexto que surge a presente dissertação, organizada em seis capítulos. No primeiro capítulo, que corresponde à introdução, procede-se à contextualização do tema, justificação da sua pertinência e apresentação do objeto de estudo. O segundo capítulo descreve as metodologias adotadas na seguinte pesquisa, a Revisão Narrativa, RSL e Análise de Coocorrência de Palavras-chave. Os capítulos três e quatro apresentam, respetivamente, os conceitos de Empreendedorismo e de Turismo, com base numa revisão narrativa. O quinto capítulo expõe os resultados da RSL sobre o objeto de estudo, complementados com a análise de palavras-chave realizada no software VOSviewer (versão 1.6.20). Por fim, o sexto capítulo apresenta as conclusões do trabalho, bem como as suas implicações práticas e limitações.

Nos anexos encontra-se a Figura 8.1 - Principais autores e as suas respetivas escolas de pensamento, apresentados na Contextualização Histórica do Empreendedorismo, mostrando assim um mapa que sintetiza os autores apresentados na revisão narrativa do capítulo 3 (Empreendedorismo).

Portanto, o problema de investigação central deste estudo é o seguinte: De que forma o empreendedorismo pode contribuir para o desenvolvimento de um turismo sustentável que simultaneamente atenda aos desafios ambientais, sociais e económicos nas regiões com potencial turístico significativo?

Para abordar este problema, formulam-se as seguintes questões de investigação:

Q1: O empreendedorismo sustentável contribui significativamente para a valorização e preservação dos recursos naturais locais nos destinos turísticos.

Q2: O estímulo de políticas de incentivo ao empreendedorismo sustentável potencializa o desenvolvimento de um turismo que promova o equilíbrio entre o crescimento económico e preservação dos recursos naturais.

Q3: A integração de estratégias de gestão sustentável nas organizações turísticas contribui para a criação de valor, promovendo tanto o desenvolvimento regional quanto a satisfação dos consumidores e comunidades locais.

Este estudo oferece uma análise ao tripé Empreendedorismo, Turismo e Sustentabilidade, apresentando assim noções sobre estas três áreas aos *stakeholders* e interessados das mesmas. A interseção destas três áreas é deveras importante, pois como se destaca posteriormente nesta dissertação, a sustentabilidade no turismo não promove apenas o crescimento económico, mas também impactos sociais positivos, como o empoderamento de grupos marginalizados, que conseguem utilizar o empreendedorismo de modo a criar oportunidades, identidade e promover a inclusão social.

2. Metodologia

As metodologias a utilizar nesta investigação serão a Revisão Narrativa, a RSL e a análise de coocorrência de palavras-chave. A revisão narrativa com o objetivo de fazer uma contextualização sobre o Empreendedorismo e o Turismo Sustentável de forma a adquirir novos conhecimentos referentes ao tema proposto, utilizando livros e artigos obtidos através de uma pesquisa em plataformas de artigos científicos, como o ResearchGate, Web of Science, ScienceDirect. Já a RSL permite uma abordagem rigorosa e abrangente na identificação e seleção de artigos relevantes para uma determinada área de pesquisa (Snyder, 2019).

Para realizar a RSL, primeiro, pesquisou-se por palavras-chave (“*entrepreneurship*”, “*tourism*” e “*sustainability*”) nas plataformas Web of Science (WoS) e ScienceDirect, ambas conhecidas por serem base de dados abrangentes. Na WoS, foram obtidos 265 resultados para o período entre 2007 e 2024; enquanto na ScienceDirect, 46 resultados foram encontrados para o período entre 2004 e 2025. Em ambas as plataformas, a pesquisa foi refinada para incluir apenas artigos científicos de acesso aberto, publicados entre 2020 e 2024, resultando em 92 artigos na WoS e 18 na ScienceDirect.

De seguida, exportaram-se os títulos dos artigos, nomes dos autores e palavras-chave, de modo a criar uma folha Excel e realizar a primeira fase de filtragem. Essa etapa consistiu na identificação e eliminação de artigos duplicados, ou seja, aqueles presentes nas duas plataformas, resultando na identificação de 6 artigos repetidos.

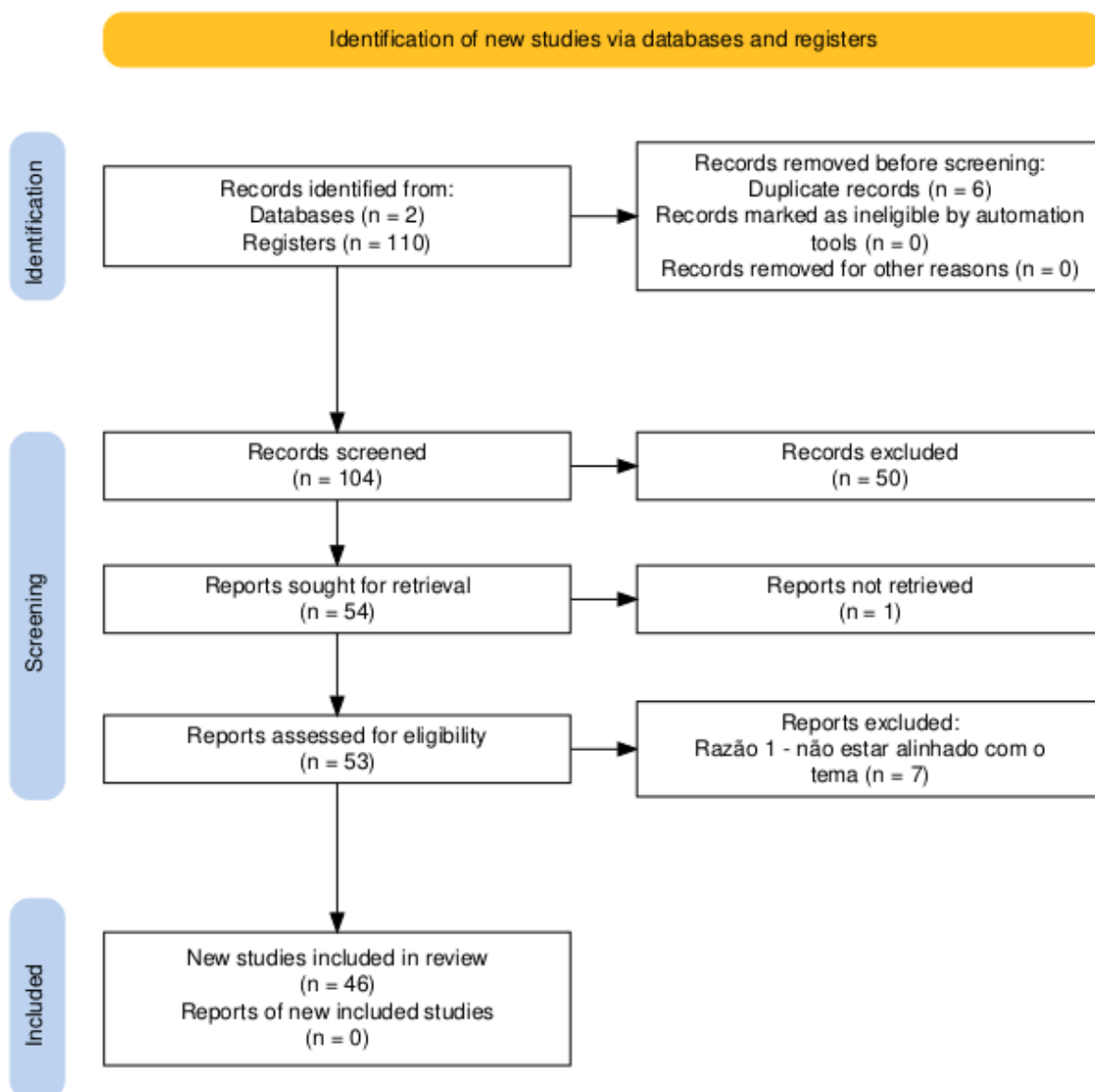
A segunda fase de filtragem envolveu a leitura dos títulos e resumos dos artigos para verificar se estavam alinhados com o tema da investigação e se estavam redigidos em inglês ou português. Nessa fase, foram excluídos 44 artigos recolhidos na WoS que não atendiam a estes critérios estabelecidos. Os 43 artigos escolhidos da WoS contavam com um total de 521 citações. Foram excluídos 4 artigos dos recolhidos na ScienceDirect que não atendiam aos critérios estabelecidos. Os 14 artigos escolhidos da ScienceDirect contavam com um total de 317 citações.

Para garantir que os artigos selecionados para análise sejam relevantes e agreguem valor ao tema em investigação, foram aplicados os seguintes critérios de inclusão, sendo que os artigos que não atendiam aos critérios estabelecidos foram excluídos do processo (Mota et al., 2024). Os principais critérios de inclusão considerados foram:

1. **Alinhamento Temático:** Os artigos deviam abordar diretamente os temas centrais da pesquisa, nomeadamente empreendedorismo, sustentabilidade e turismo, ou as interações entre esses tópicos.
2. **Período de Publicação:** Apenas foram incluídos artigos publicados entre 2020 e 2024, garantindo que os estudos analisados refletem as tendências mais recentes no campo.
3. **Acesso Aberto:** Foram considerados apenas artigos de acesso aberto, de forma a permitir uma análise detalhada e transparente de todo o conteúdo.
4. **Idioma:** Apenas foram incluídos artigos redigidos em inglês ou português, assegurando uma análise que respeite as competências linguísticas da investigação.
5. **Rigor Metodológico:** Os artigos deviam demonstrar uma metodologia clara e robusta, com descrição detalhada dos métodos utilizados, das amostras e dos resultados apresentados.

A Figura 2.1 ilustra o processo de identificação e recolha dos artigos, conforme descrito anteriormente e em conformidade com a declaração PRISMA 2020 (Page et al., 2021). Durante a fase de análise e leitura dos artigos, sete foram excluídos por não estarem alinhados com o tema, embora tivessem sido selecionados nas etapas iniciais de filtragem.

Figura 2.1 - Diagrama de fluxo PRISMA 2020 para novas revisões sistemáticas que incluíram apenas pesquisas em bases de dados e registros



Fonte 1 – Autor (2025), adaptado de (Page et al., 2021)

Utilizou-se ainda o VOSviewer, um software que permite construir e visualizar redes bibliométricas, de modo a criar um mapa de coocorrência de pelo menos quatro palavras-chave, sendo que das 299 palavras-chave, 15 satisfaziam este critério.

Para gerir as referências utilizou-se o mapa de Excel criado e o software Mendeley, que permite uma organização eficiente e sistemática dos artigos seleccionados durante o processo da RSL.

3. Empreendedorismo

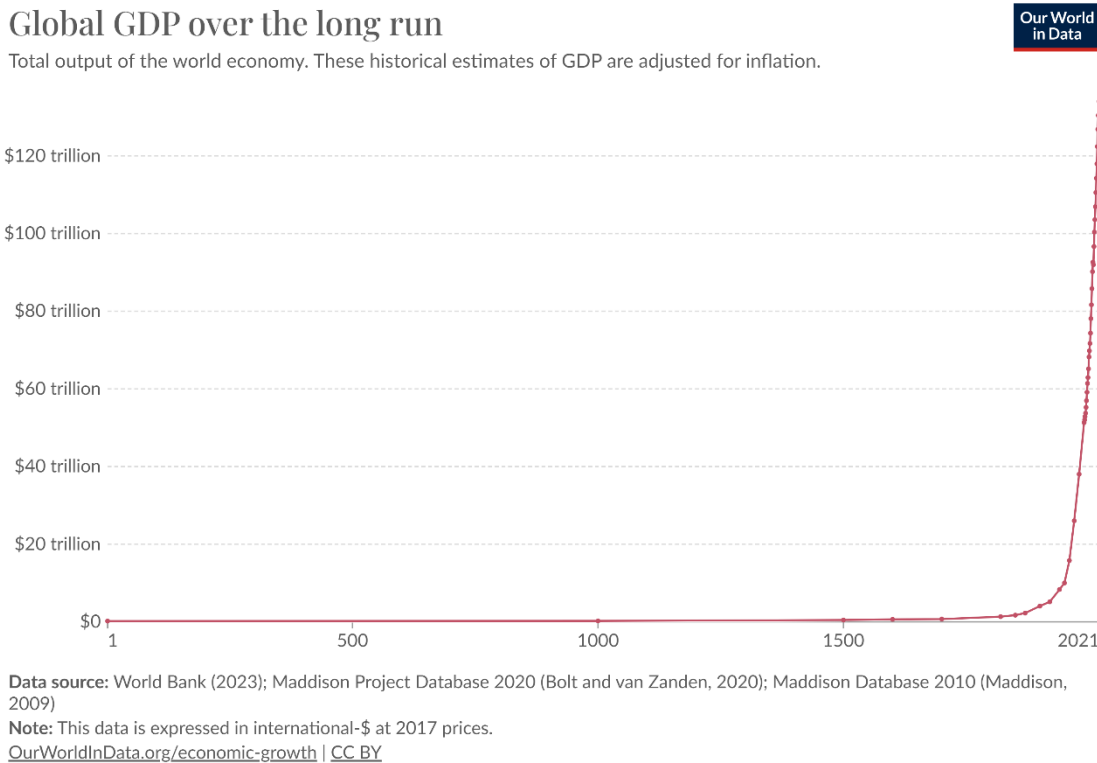
3.1. Contextualização Histórica do Empreendedorismo

A pesquisa no campo do empreendedorismo remonta aos primórdios da análise económica, representando um dos desafios mais significativos dessa disciplina e ganhando cada vez mais destaque na literatura (Acs & Audretsch, 2010; Grebel, 2004). Muitos economistas, ao investigarem o empreendedorismo, têm chegado à conclusão de que o empreendedor não se alinha facilmente com as premissas da análise económica ortodoxa, ou até mesmo que essa abordagem convencional não consegue plenamente explicar a complexidade do fenómeno empreendedor (Grebel, 2004). Deste modo, a teoria no empreendedorismo não deve focar-se apenas nos aspetos económicos, mas também estudar dimensões filosóficas e emocionais, através de uma abordagem mais ampla e holística (Leite et al., 2024).

Existem diversas formas de definir ou conceitualizar o que é ser empreendedor, sendo que o Empreendedorismo é um assunto que se popularizou ao longo do tempo e isso levou a um aumento na venda de livros relacionados a este tema, podendo estes terem conceitualizações do empreendedorismo com base histórica ou não, podendo assim apresentar conotações diferentes devido aos vários significados que têm sido atribuídos a este conceito há séculos (Hébert & Link, 1989; Sarkar, 2014).

Desde a queda do Império Romano do Ocidente (c. 476 d.C.) até o século XVIII, praticamente não existiu aumento de geração de riqueza *per capita* no Ocidente (Drayton, 2002; Murphy et al., 2006), contudo, com o advento do Empreendedorismo e da Revolução Industrial, a geração de riqueza e rendimentos *per capita* cresceu exponencialmente, 20 por cento em 1700s, 200 por cento em 1800s e acima de 700 por cento em 1900s pois os negócios tornaram-se cada vez mais competitivos e empreendedores, gerando um aumento anual na produtividade entre dois e três por cento (Casson & Casson, 2014; Drayton, 2002; Norberg, 2023, p. 22). A figura 3.1 mostra a evolução do PIB mundial nos últimos 2000 anos:

Figura 3.1 - PIB Mundial nos últimos dois milênios



Fonte 2 – Our World In Data baseado em World Bank (2023)

Na Antiguidade e Época Medieval, o sucesso de atividade empreendedora dependia na superação de riscos e restrições institucionais, tal como nos tempos modernos apesar de esta se manifestar numa forma diferente (Murphy et al., 2006). As comunidades tribais primitivas trocavam ferramentas e recursos de forma a garantir a sua subsistência e sobrevivência, sendo que agentes empreendedores sempre tiveram um papel mais ou menos relevante nas sociedades, desempenhando uma variedade de funções consoante o seu meio e a estrutura de recompensa na economia (Baumol, 1990).

Na Grécia Antiga, a atividade económica referia-se às leis (*nomos*) e à administração da casa (*oikos*), que incluía as propriedades e pessoas, sejam elas livres ou escravas, sob o poder do chefe de família, para Aristóteles a crematística é naturalmente subordinada ao *Oikos* tornando assim a atividade económica subordinada à *pólis* (Bueno, 2023). Na cidade-estado Atenas, os estabelecimentos dos direitos de propriedade privada tiveram tremendos efeitos económicos e políticos, apesar de filósofos, políticos e generais terem um estatuto civil e social superior a quem exercia atividade geradora de riqueza, era permitido atividade

empreendedora desde que cumprisse três condições: em primeiro lugar, o empreendedor procuraria realizar lucros “moderados”; em segundo lugar, a riqueza gerada seria gasta de acordo com certos padrões sociais e éticos e, em terceiro lugar, que a distribuição da riqueza não se tornaria “demasiado desigual” (Hébert & Link, 2006a, pp. 268–269; Karayiannis & Bitros, 2004).

Um dos exemplos de atividade empreendedora na Grécia Antiga era o de cobrança de impostos na agricultura, em que consistia num leilão para determinar quem receberia os impostos resultantes da agricultura, sendo que o risco existente era que o imposto cobrado poderia ser inferior ao montante oferecido ao monarca para ter o direito de cobrar esse imposto (Hébert & Link, 2006a, p. 271; Murphy et al., 2006).

Julgava-se que o papel do empreendedor era menosprezado na Antiguidade devido à noção “aristotélica” de que a atividade económica era um “jogo de soma zero”, ou seja, o ganho de um Homem era a perda de outro (van Praag, 1999) mas Kapetanakis defende que Aristóteles não apresentou o conceito de que a economia era um “jogo de soma zero”, mas que apresentava a noção de que o problema das economias empresariais e comerciais era a falta de um limite natural para o lucro, considerando que esse poderia ser obtido de forma justa desde que o preço dos bens se aproximasse do seu preço natural (2018, p. 177).

Na Roma Antiga, a atividade empresarial estava ligada às instituições, regulamentações e controles sociais, mas a acumulação de riqueza era aceitável desde que não envolvesse a participação direta em comércio, pois era uma atividade económica exercida por ex-escravos e outros homens livres, implicando assim uma perda de prestígio para quem se envolvesse nesta atividade económica (Murphy et al., 2006). Desta forma, a atividade empreendedora acabava por ser desencorajada pois não era viável os comerciantes alcançarem riqueza pois perderiam o seu estatuto político-social, em vez disso, a riqueza provinha de três fontes (Murphy et al., 2006):

- 1) Propriedade de terra (propriedades arrendadas a terceiros).
- 2) Usura (ganhar dinheiro com os juros de empréstimos).
- 3) Pagamento político (dinheiro proveniente de saques, indenizações ou percentagens de impostos destinados para o erário público passando para cidadãos romanos).

Por volta de 500 d.C., complicou-se a geração de riqueza e a atividade empreendedora continuava a ser desencorajada devido ao conflito entre o direito da propriedade e à influência da Igreja Católica nas economias predominantemente agrárias do início da Idade Média (Murphy et al., 2006). A atividade empreendedora também era desencorajada na China medieval quando o império entrava em crise econômica, tornando assim as propriedades dos cidadãos mais ricos propensas a serem confiscadas, o que levava a uma diminuição do investimento por parte destes cidadãos (Baumol, 1990; Murphy et al., 2006).

Entre 500 d.C. e 1000 d.C. existiu uma mudança de paradigma, em que ter estatuto social e propriedade não garantia sucesso pois a riqueza e poder eram conquistadas através de atividade militar e guerra (Murphy et al., 2006), sendo que os empreendedores neste período aproveitavam as oportunidades para adquirir novos recursos de forma hostil, e a inovação e empreendedorismo também se manifestaram nos novos instrumentos de guerra, como as torres arredondadas dos castelos (Baumol, 1990).

No final da Idade Média (c. 1000-1500 d.C.) reduziu-se a proliferação da guerra e atividades como arquitetura, engenharia e agricultura tornaram-se empreendedoras e lucrativas (Murphy et al., 2006), dado que a usura era proibida pela Igreja, a ação empreendedora passou a implicar a especialização do conhecimento de forma a descobrir novas oportunidades. Monarcas também podiam atuar como empreendedores através das suas posições como proprietários de terra e recursos, e o controle do comércio (Casson & Casson, 2014). Por exemplo, no século XIII, Eduardo I de Inglaterra não era apenas um notável guerreiro, mas também um notável empreendedor, através da venda de cartas autorizando mercados a aristocratas anglo-normandos ricos, que buscavam aumentar o valor das suas propriedades ao estabelecer cidades mercantis em locais estratégicos, o monarca garantia rendimentos em troca da concessão destas cartas (Casson & Casson, 2014).

A atividade empreendedora expandiu-se no Ocidente ao longo dos séculos XVI e XVII, através dos artesãos pois o conhecimento experimental e baseado em habilidades permitia a estes a oferta de novas soluções, produtos e serviços (Murphy et al., 2006), contudo, este tipo de atividade empreendedora já estava estabelecido no Médio e Extremo Oriente devido à localização e extensão do império Otomano, língua comum e estatuto da ética dos comerciantes muçulmanos (Russell, 1945, p. 422).

Segundo Hébert e Link (2009; 1989, 2006a), a literatura de economia permite-nos distinguir 12 diferentes funções atribuídas ao “empreendedor”:

1. O empreendedor é a pessoa que assume o risco associado à incerteza.
2. O empreendedor é a pessoa que fornece o capital financeiro.
3. O empreendedor é um inovador.
4. O empreendedor é a pessoa que toma decisões.
5. O empreendedor é um líder industrial.
6. O empreendedor é um gestor e coordenador/superintendente.
7. O empreendedor é um organizador e coordenador de recursos e fatores económicos.
8. O empreendedor é o proprietário de uma empresa.
9. O empreendedor é um empregador dos fatores de produção.
10. O empreendedor é um empreiteiro.
11. O empreendedor é um arbitrador.
12. O empreendedor é um alocador de recursos com usos alternativos.

De seguida, apresenta-se algumas das diferentes escolas de pensamento e autores que foram contribuindo para a definição e construção do conceito “Empreendedorismo”.

3.1.1. Escola Clássica

3.1.1.1. Escola Clássica Francesa

O papel crucial do empreendedor na teoria e atividade económica foi primeiramente introduzido por Richard Cantillon na obra *Essai sur la nature du commerce en general*, que foi publicada postumamente em 1755, mas que circulou privadamente e influenciou o pensamento de outros autores durante cerca de duas décadas (Hébert & Link, 2006a, p. 274). Neste subtema irá ser apresentado alguns dos autores desta escola e as suas contribuições para a definição e evolução do conceito empreendedorismo.

Richard Cantillon (1680s-1734)

Richard Cantillon foi um banqueiro e empreendedor irlandês que trabalhou na França e foi o precursor na pesquisa em Empreendedorismo, sendo que ele mesmo introduziu este conceito na literatura de comércio, economia e negócios (Cantillon, 1755; Grebel, 2004, p. 4; Hébert & Link, 1989, 2006a, 2006b; Murphy et al., 2006, p. 274; van Praag, 1999). Cantillon descreveu a economia da sua altura, muito marcada pela agricultura, que era a

principal atividade econômica, e identificou três agentes econômicos: 1) proprietários de terras, que eram financeiramente independentes; 2) empreendedores, que participavam em trocas no mercado, assumindo os riscos e com a perspectiva de lucro; 3) assalariados, que abdicavam da tomada de decisões em troca de assegurar garantias contratuais e rendimento estável (Cantillon, 1755; Grebel, 2004, p. 4; Hébert & Link, 1989; Murphy et al., 2006; van Praag, 1999).

O empreendedor de Cantillon tem um papel central na atividade econômica pois é o responsável por todas as trocas e circulação na economia, trazendo equilíbrio na oferta e procura (Hébert & Link, 2006b; van Praag, 1999). Cantillon também apresentou o conceito de que o empreendedor tem de lidar com a incerteza na tomada de decisões, ou seja, o empreendedor compra a um certo preço para no futuro vender a um preço incerto, sendo essa a diferença entre perda ou lucro (Cantillon, 1755; Grebel, 2004, p. 4; Hébert & Link, 1989, 2006b; van Praag, 1999). Para Cantillon o estatuto social é irrelevante para a sua noção de “empreendedor”, chegando a identificar ladrões e mendigos como empreendedores desde que corressem riscos, ou seja, enfrentassem incertezas econômicas (Cantillon, 1755; Hébert & Link, 1989) e ser empreendedor não exclui ninguém de ser outra coisa.

François Quesnay (1694-1774)

François Quesnay era um médico que trabalhava para Louis XV, inspirado por Cantillon, desenvolveu o primeiro modelo matemático baseado no conceito geral do equilíbrio (Grebel, 2004, p. 5). Quesnay também dividiu os atores econômicos em três grupos: 1) classe proprietária, que tinha os direitos da propriedade das terras; 2) classe produtiva, quem era capaz de fazer lucros e criar material para o terceiro grupo; 3) artesãos, quem criava os bens de produção (Grebel, 2004, p. 5).

Quesnay foi o primeiro autor a enfatizar o papel do capital no empreendedorismo e considerava também que o empreendedor podia ser um dono independente de um negócio como uma quinta pequena ou grande, sendo que na altura o conceito de empreendedor ainda não se tinha expandido além da esfera da agricultura (Grebel, 2004, p. 5; Hébert & Link, 2006a, p. 283).

Nicolas Baudeau (1730-1792)

Nicolas Baudeau foi um dos discípulos de Quesnay e desenvolveu uma teoria sobre Empreendedorismo que prenunciou futuros desenvolvimentos na disciplina (Hébert & Link,

2006a, p. 283). Tratou o empreendedor agricultor como um portador de riscos, tal como Cantillon, mas também o considera um inovador (Grebel, 2004, p. 6; Hébert & Link, 2006a, p. 284, 2006b). Para Baudeau, o empreendedor é alguém que inova por inventar e aplicar novas técnicas ou ideias de forma a reduzir os custos e aumentar o lucro (Hébert & Link, 2006a, 2006b), estes novos conceitos no introduzidos empreendedorismo, inovação e invenção, antecipam a reformulação do Empreendedorismo no século XX por Schumpeter e a teoria da destruição criativa (Hébert & Link, 2006a, p. 284).

Baudeau foi além de Cantillon também por enfatizar a significância da habilidade, como a Inteligência, que permite ao empreendedor recolher e processar conhecimento e informação, sendo o empreendedor de Baudeau um agente ativo que procura aumentar a produção e reduzir os custos (Hébert & Link, 2006a, p. 284, 2006b).

Anne-Robert Jacques Turgot (1727-1781)

Turgot destacou-se pela sua carreira administrativa no governo francês, servindo o rei Luís XVI como ministro das finanças entre 1774 e 1776 (Grebel, 2004, p. 6; Hébert & Link, 2006a, p. 285). Turgot expandiu a teoria do empreendedorismo por estabelecer a propriedade de capital como uma função económica separada dos negócios (Hébert & Link, 2006a, p. 285).

Para Turgot, os agentes económicos ao acumularem dinheiro, através de poupanças, tornam-se capitalistas que podem tomar decisões de investimentos (Grebel, 2004, p. 6). O capitalista de Turgot tem a opção de emprestar o seu capital a outra pessoa ou investi-lo num empreendimento comercial próprio, ao escolher a segunda opção, o capitalista deve escolher propriedade, indústria ou comércio como forma de investimento (Hébert & Link, 2006a, p. 285). Ao adquirir propriedades, torna-se tanto proprietário de terras como capitalista; se investir em diversos tipos de bens para o seu negócio, torna-se tanto um empreendedor como capitalista, enquanto se decidir apenas emprestar o seu capital, permanece apenas como capitalista (Grebel, 2004, p. 6; Hébert & Link, 2006a, p. 285).

Jean-Baptiste Say (1767-1832)

Jean-Baptiste Say foi o primeiro a solidificar a posição do empreendedor como um agente económico independente que combina e coordena os fatores de produção (Grebel, 2004, p. 6). Segundo Say, o empreendedor tem de ser capaz de prever as necessidades dos clientes e os meios de os satisfazer, mesmo que este não tenha o conhecimento necessário, deve ter o

juízo para não tomar decisões que tragam prejuízo (Hébert & Link, 2006a, p. 288). Say identificou três fatores de produção fundamentais: capital, indústria humana e agentes naturais, dividindo a indústria humana em três subgrupos: filósofos, operários e empreendedores (Grebel, 2004, p. 6; Say, 1803).

O empreendedor de Say é um catalisador económico (Hébert & Link, 2006a, p. 288) e tem a função de coordenador/superintendente e administrador na produção e distribuição, um papel ativo no processo económico, distinguindo o empreendedor do capitalista, proprietário de terras e do trabalhador (Grebel, 2004, p. 6; Hébert & Link, 2006a, p. 289; van Praag, 1999). Além de ser um coordenador, o empreendedor de Say tinha um papel vital na distribuição dos rendimentos, caso não fosse capitalista, o empreendedor de Say pagava juros no capital que tinha recebido por empréstimo, pagava renda pelos agentes naturais e recompensava os operários pelo trabalho prestado (Grebel, 2004, p. 7).

Say dá o exemplo do amolador, um trabalhador ambulante que se deslocava para amolar facas, tesouras e outros utensílios de corte, como um empreendedor que carregava “todo o seu capital nas costas e toda a sua indústria na ponta dos dedos”, sendo ele ao mesmo tempo empreendedor, capitalista e trabalhador (Say, 1803, p. 33).

Pela primeira vez, a atividade empreendedora tornava-se praticamente sinónimo de Gestão, Say também considerava que a função empreendedora poderia ser separada da função capitalista (Hébert & Link, 2006a, p. 286).

Outros autores e considerações finais

Say foi uma das principais influências no pensamento económico francês no século XIX, capaz de capturar o espírito da sua época e o seu tratado tornou-se importante nas instituições de ensino superior em ambos os lados do Atlântico, especialmente nos Estados Unidos da América (EUA), difundido por Thomas Jefferson, no ensino da economia, que se tornava uma disciplina cada vez mais comum no ensino superior (Hébert & Link, 2006a, p. 291).

Com a difusão das novas ideias que surgiram na área da economia e empreendedorismo, apareceram novos pensadores na competição por ideias, destacando-se dois autores, um pela “clareza e outro pela profecia” - Antoine-Louis-Claude Destutt de Tracy e Henri de Saint-Simon (Hébert & Link, 2006a, p. 291).

Destutt de Tracy (1754-1836) e Henri de Saint-Simon (1760-1825) eram nobres, mas nasceram e cresceram numa época tumultuosa em que a posição e privilégios da nobreza na França estavam ameaçados (Hébert & Link, 2006a, p. 291).

Tracy foi um dos últimos filósofos e cunhou o termo ideologia, à qual se refere à ciência das ideias, e, juntamente com Say, foi um dos primeiros membros da escola liberal francesa (Hébert & Link, 2006a, p. 291). Tracy não contribuiu diretamente na disciplina de economia, mas rejeitou a noção fisiocrata do valor, substituindo pela teoria do trabalho que foi posteriormente endossada por David Ricardo (Hébert & Link, 2006a, p. 291). Tracy não se limitou aos limites da atividade agrícola e compreendeu a essência de um capitalismo primordial que era mais difundido e abrangente do que a mera agricultura, considerando que toda a sociedade era uma sucessão contínua de trocas e que “comércio e sociedade eram um e a mesma coisa” (Hébert & Link, 2006a, pp. 291–292; Tracy, 1817, p. 36,98).

Influenciado tanto por Turgot como por Say, Tracy considerava que o empreendedor e o capitalista são o mesmo. Considerava que o mundo estava dividido na teoria, aplicação e execução, sendo assim, a ciência fornece a teoria, o empreendedor aplica a ciência no comércio e o trabalhador permite a criação do produto final que a ciência e a aplicação criam, ou seja, o homem da ciência e o trabalhador são renumerados pelo empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 292; Tracy, 1817, p. 80,82).

Tal como Cantillon, Tracy enfatizou a incerteza da recompensa do empreendedor, reconhecendo que os custos de risco e de oportunidade afetam a oferta de empreendedorismo, mas que o sucesso ou fracasso do empreendedor baseava-se apenas na quantidade de utilidade que ele foi capaz de produzir, na necessidade que os outros têm para adquirir e nos meios que têm para pagar (Hébert & Link, 2006a, p. 292; Tracy, 1817, p. 82).

Saint-Simon era um nobre, tal como Tracy, escritor e visionário, mas não era considerado seriamente por outros economistas pois acreditavam que a sua doutrina se baseava em socialismo e misticismo (Hébert & Link, 2006a, p. 292). O interesse de Saint-Simon pela economia deveu-se pelo seu interesse em racionalizar a ordem social, acreditando que as políticas sociais deviam ser adaptadas às necessidades de produção e Saint-Simon acreditava que desintegração do feudalismo seria benéfica pois este preferia o industrialismo (Hébert & Link, 2006a, pp. 292–293).

O empreendedor de Saint-Simon tem um papel proeminente na sua estrutura económica e é um líder empresarial, um especialista económico cujas competências são aguçadas através da concorrência no mercado, mas este autor não desenvolveu o conceito de empreendedor além do que está implícito na noção de líder empresarial, não se preocupou com questões de análise económica, contentando-se os contributos na análise e política económica de Smith e Say (Hébert & Link, 2006a, p. 393).

A escola francesa, do século XVIII e XIX, releva que o empreendedor era considerado um componente vital de uma economia de mercado, apesar do desenvolvimento do conceito não seguir uma evolução linear (Hébert & Link, 2006a, p. 293). Os autores referidos anteriormente anteciparam uma série de conceitos e funções do empreendedor que ressurgiriam em estudos posteriores, como o empreendedor ser quem assume o risco perante a incerteza; ser o fornecedor do capital financeiro; ser um líder industrial, gestor e coordenador de recursos; atuar como arbitrador; alocador de recursos e inovador (Hébert & Link, 2006a, p. 293).

3.1.1.2. Escola Clássica Britânica

De acordo com Hébert e Link, a Escola Clássica Britânica negligenciou o papel do empreendedor e não contribuiu no desenvolvimento de uma teoria independente no empreendedorismo (Grebel, 2004, p. 8; 2006a, p. 308, 2006b). Três termos eram usualmente utilizados no inglês como equivalentes para o termo francês “*entrepreneur*”: “*adventurer*”, “*projector*” e “*undertaker*” (Grebel, 2004, p. 8; Hébert & Link, 2006a, p. 295).

O primeiro termo (“*adventurer*”) começou a ser utilizado no século XV para descrever comerciantes que operavam com algum risco e no século XVII a especuladores de terras, agricultores e aqueles que supervisionavam projetos de obras públicas; “*undertaker*” começou a substituir o termo anterior durante o século XVIII, quando Adam Smith emergiu como o “pai” da economia política e o último termo “*projector*” era equivalente aos outros dois mas utilizado com uma conotação pejorativa de trapaceiro (Hébert & Link, 2006a, p. 295). O termo “*undertaker*” no século XIX começou a ter a conotação atual, a de alguém que tem um negócio relacionado com a preparação de cadáveres para o enterro ou cremação e que organiza o funeral, sendo pela forma que Adam Smith utilizou o termo, este acabou por ser substituído por capitalista (Hébert & Link, 2006a, p. 296).

Adam Smith (1723-1790)

Adam Smith identifica o empreendedor, em 1776, no seu *magnum opus: An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, através de três formas diferentes: “*adventurer*”, “*projector*” e “*undertaker*” (Hébert & Link, 2006a, p. 296). Smith contribuiu com a noção de que as nações enriqueceriam através de mudanças na divisão do trabalho e através desta visão, é possível definir o empreendedorismo como o estudo das ações humanas que levam a mudanças na divisão do trabalho (Michael, 2008).

Smith, tal como Turgot, focou-se no capital como um elemento decisivo no desenvolvimento económico, vendo assim o “*undertaker*”, “*projector*” e “*adventurer*” como um capitalista em primeiro lugar, reduzindo o papel do empreendedor a apenas um agente económico que apenas coloca o seu capital financeiro em risco (Grebel, 2004, pp. 8–9).

Segundo Smith, o “*adventurer*” é aquele que investe o seu capital em investimentos de risco, estimulados por uma confiança ilimitada no sucesso que esperam desses investimentos, sendo assim para Smith agentes instáveis na atividade económica pois considera que estes atores económicos perdem mais capital do que o investido (Hébert & Link, 2006a, pp. 296–297).

Na época de Smith considerava-se dois tipos de “*projector*”, de acordo com Hébert e Link, e de acordo com um dicionário da época, um tipo de “*projector*” é astuto, sem lei, intrigante e trapaceiro enquanto o outro é engenhoso, íntegro e desenvolve novas ideias, sendo que a quantidade dos últimos era insignificante quando comparada com os primeiros (2006a, p. 297). Devido a esta conotação pejorativa do termo, Smith era um crítico desta primeira classe de “*projector*”, considerando que estes apresentavam projetos incertos levando à falência as pessoas que se envolviam nesses projetos (Hébert & Link, 2006a, p. 297).

O tratamento de Smith em que o empreendedor tanto pode ser uma ameaça como uma benesse deixa o conceito de empreendedorismo desordenado e confuso, o que levou a que autores posteriores criticassem Smith (Hébert & Link, 2006a, p. 297).

David Ricardo (1772-1823)

David Ricardo quase ignorou a noção e papel do empreendedor na atividade económica, devido a ter uma compreensão diferente de outros autores do que era a economia política, considerando-a uma ciência de leis onde não havia lugar para o empreendedor (Grebel, 2004, p. 9).

Ricardo considerava que a economia política era separada da prática, sendo assim um meio de descobrir as leis gerais da sociedade – as leis de equilíbrio e as leis de progresso, ao contrário de Smith e Bentham, que consideravam a economia política parte da política e legislação, com atividade prática nas sociedades (Hébert & Link, 2006a, pp. 304–305). Ricardo falhou também por não identificar o empreendedor ou líderes empresariais como agentes de mudança, uma noção apresentada por Say e que estava disponível em pelo menos uma versão em inglês quando Ricardo apresentou os seus estudos (Hébert & Link, 2006a, p. 306).

Jeremy Bentham (1748-1832)

Jeremy Bentham era um seguidor próximo da Escola Francesa, apesar do seu mentor ser Adam Smith (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 300, 2006b), conceptualizando o empreendedor nos seus trabalhos, embora não tenha utilizado o termo empreendedor, nomeou-o “*projector*”, tal como Smith (Grebel, 2004).

Bentham criticou ferozmente o seu mentor pela imagem negativa que este atribuiu ao “*projector*”, alguém movido pelos seus próprios interesses e um desperdício para a sociedade (Grebel, 2004, p. 9), também por Smith subestimar o papel de indivíduos talentosos cuja imaginação e inventividade eram responsáveis pelo progresso das nações (Hébert & Link, 2006a, p. 301). Bentham considerava que a inovação era a força motriz que permitia o desenvolvimento da humanidade, e o “*projector*” era o inovador (Hébert & Link, 2006a, p. 301, 2006b). Para ser um “*projector*” era necessário coragem e génio, pois estes criavam utilidade através ao efetuar melhorias aos serviços e bens, quer através da criação de novos produtos ou na melhoria da qualidade destes (Hébert & Link, 2006a, p. 301).

Bentham estava à frente do seu tempo, pois tal como economistas posteriores, não compreendia como alguns defensores do *laissez-faire* defendiam ao mesmo tempo a intervenção dos governos nos mercados financeiros (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 300), este autor também antecipou a visão de Schumpeter do empreendedor como inovador (Casson & Casson, 2014; Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 302).

Outros autores e considerações finais

John Stuart Mill (1806-1873) e Thomas Malthus (1766-1834), apesar de não serem citados em estudos ou de terem contribuído para a teoria em empreendedorismo, influenciaram a

pesquisa em empreendedorismo ligeiramente (Casson, 1982, p. 19,32; Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 306).

A Escola Clássica Britânica não conseguiu desenvolver o papel do empreendedor na sociedade, devido à descara dos autores desta escola, exceto Bentham que considerava o empreendedor uma força motriz e inovadora da atividade económica na sociedade. Esta escola acaba por ser mais conhecida por reforçar o conceito de que o empreendedor é quem fornece recursos financeiros (Hébert & Link, 2006a, p. 308).

3.1.1.3. Escola Clássica Alemã

A escola de pensamento alemão estava muito associada ao cameralismo, ou seja, uma teoria económica que tem como objeto de estudo as finanças nacionais em que a receita pública era a única medida de prosperidade económica (Hébert & Link, 2006a, p. 309). Devido à crescente influência de Smith e Say, a economia política começou gradualmente a substituir o cameralismo na escola clássica alemã no século XIX (Hébert & Link, 2006a, p. 309).

O início tardio da economia política alemã torna surpreendente que a tentativa de estabelecer o lucro do empreendedor como um componente funcional distintivo na teoria da distribuição de rendimento tenha avançado mais rapidamente na Alemanha do que na França ou na Inglaterra, sendo este avanço devido a autores como J. H. von Thünen (1785–1850), Hans Karl von Mangoldt (1824–1868), Gottlieb Hufeland (1760-1817), Friedrich Hermann (1795–1868) e especialmente Adolph Riedel (1809–1872) (Hébert & Link, 2006a, p. 309).

Gottlieb Hufeland (1760–1817) e Friedrich Hermann (1795–1868)

Gottlieb Hufeland foi um economista e jurista alemão, reconhecendo que o salário continha um prémio por escassez, generalizando este conceito de forma a explicar que o lucro do empreendedor era um tipo especial de salário que consiste na renda da capacidade (Hébert & Link, 2006a, p. 309).

Friedrich Hermann foi um economista e estatístico alemão, a sua teoria económica enfraqueceu a teoria clássica britânica do fundo salarial ao afirmar que todos os retornos dos fatores são, em última instância, pagos a partir da renda dos consumidores (Hébert & Link, 2006a, p. 309). Tal como Hufeland, generalizou o conceito de renda para todos os fatores, incluindo o empreendedor, e também como Say, Hermann reconheceu o empreendedor como aquele que organiza a produção e distribuição na estrutura da empresa (Hébert & Link, 2006a, p. 309). Ambos os autores se focaram na distribuição dos rendimentos, com o

empreendedor a ser recompensado pelas suas capacidades especiais (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 309).

Adolph Riedel (1809–1872)

Adolph Riedel expandiu o conceito do empreendedor de Cantillon, por considerá-lo como aquele que assume a incerteza de forma que outros sejam capazes de escapar a essa mesma incerteza, um exemplo é o estabelecimento de contratos a preços fixos (Hébert & Link, 2006a, p. 310). Riedel também considerou o empreendedor como inovador e organizador da produção em equipa (Hébert & Link, 2006a, p. 310).

Riedel percebeu que a incerteza era inevitável na aquisição de rendimento, então o empreendedor presta um serviço útil aos agentes económicos que são avessos ao risco, trocando voluntariamente a incerteza pela segurança, desta forma o risco é assumido pelo empreendedor (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 310). Como fornecedor de “certeza”, o empreendedor é recompensado pela sua visão ou penalizado pela falta da mesma, se vender os bens acima do contratado, ele ganha; se não, ele perde (Hébert & Link, 2006a, p. 310).

J. H. von Thünen (1785–1850)

Von Thünen distinguiu claramente a diferença entre o lucro do empreendedor com o lucro do capitalista, em que o lucro do empreendedor é a diferença entre o lucro e os juros do capital investido, seguros contra perdas comerciais e salários dos gestores (Hébert & Link, 2006a, p. 310, 2006b). O valor que resultava desta diferença representava um retorno ao risco que o empreendedor aceitava, que Thünen identificava como um risco não segurável visto que nenhuma seguradora cobriria qualquer risco associado pelos negócios, sendo essa parte do risco uma obrigação do empreendedor (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 310, 2006b).

Von Thünen evidentemente identificou a diferença entre a gestão e o empreendedorismo, defendendo que o esforço do empreendedor era diferente daquele de um gestor, mesmo que ambos possuam o mesmo conhecimento e habilidade (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 311, 2006b). A diferença no esforço está relacionada ao risco que o empreendedor assume e às consequências desse risco, como a ansiedade e a agitação causadas pelos pensamentos sobre como evitar o fracasso do empreendimento (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 311, 2006b). Quando o empreendedor pondera sobre como evitar o

falhanço, começa a planejar e a criar soluções para os problemas atuais ou futuros. (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 311, 2006b).

Von Thünen conseguiu associar duas vertentes distintas na teoria do empreendedorismo, caracterizando o empreendedor, por um lado, como alguém que assume riscos (na linha de pensamento de Cantillon e Mill) e, por outro, retratando-o como um inovador (seguindo as ideias de Baudeau e Bentham) (Hébert & Link, 2006a, p. 312, 2006b).

Hans Karl von Mangoldt (1824–1868)

Hans Mangoldt, foi professor nas universidades de Göttingen e Friburgo, um eminente teórico na economia, mas infelizmente muito subestimado pelos seus contemporâneos alemães apesar de ser considerado um dos mais importantes teóricos económicos alemães do século XIX (Hébert & Link, 2006a, p. 312; Recktenwald, 1987, pp. 1–2; Theocharis, 1993). Os estudos deste autor permaneceram, em grande parte, inacessíveis àqueles que não dominavam o alemão, mas, de acordo com Hébert e Link, conhecemos suas contribuições indiretamente por meio de Knight (1921), Schumpeter (1954), Hutchison (1953) e Hennings (1980) (Hébert & Link, 2006a, p. 312).

Mangoldt tentou reestruturar a teoria de Hermann, que investigava a característica essencial do empreendedorismo na atividade pessoal dos empreendedores. Hermann formulou que certos tipos de trabalho são inseparáveis da natureza do empreendedorismo, e se essas tarefas forem delegadas a outra pessoa, o delegante deixa de ser considerado um empreendedor. Entre algumas dessas tarefas, Hermann enunciou a reunião de capital, supervisão dos negócios, garantia de crédito, conexões comerciais e assumir de riscos ligados à perspectiva de ganhos irregulares (Hébert & Link, 2006a, p. 313).

Mangoldt descartou as três primeiras tarefas empreendedoras de Hermann como não essenciais para uma noção “pura” de empreendedorismo. Ele argumentou que, embora os empreendedores geralmente participem nas suas próprias empresas com capital próprio e supervisão pessoal, esses serviços também poderiam ser prestados por meio de trabalho assalariado, após retirar esses dois elementos, o que resta da teoria de Hermann é o assumir de riscos (Hébert & Link, 2006a, p. 313).

Deste modo, a teoria de empreendedorismo de Mangoldt estava focada na produção e centrada no risco, distinguindo entre a “produção por encomenda” e a “produção para o mercado” (Hébert & Link, 2006a, p. 313; Theocharis, 1993). A primeira é segura, uma vez

que o serviço e o pagamento ocorrem simultaneamente, eliminando a incerteza decorrente das mudanças nas condições de mercado entre o início da produção e a venda do produto final. A última é especulativa, uma vez que o produto é destinado à troca num mercado de demanda incerta e preço desconhecido (Hébert & Link, 2006a, p. 313).

Esta distinção fornece, portanto, um meio de discutir os graus de risco que o empreendedor enfrenta. Segundo Mangoldt, as empresas que demoram mais tempo a levar os seus produtos ao ponto de venda final envolvem maior incerteza, enquanto aquelas que requerem menos tempo implicam um grau menor de empreendedorismo (Hébert & Link, 2006a, p. 314). O risco e a incerteza estão no centro da questão. A singularidade do empreendedor é que ele assume o encargo das flutuações nas despesas que devem ser feitas em qualquer negócio e no resultado consequente da empresa, neste sentido, Mangoldt seguiu firmemente a tradição iniciada por Cantillon (Hébert & Link, 2006a, p. 314).

Mangoldt também introduziu a ideia de que o lucro do empreendedor é a recompensa pela sua capacidade e enfatizou a necessidade de tratar o empreendedor como um fator de produção distinto. Ele dividiu a renda empreendedora em três componentes: um prêmio pelo risco não segurável; juros e salários do empreendedor, incluindo apenas pagamentos por formas especiais de capital ou esforço produtivo que só podiam ser explorados pelo proprietário; e rendas empreendedoras, que se referem a pagamentos por competências ou ativos únicos que não pertencem a mais ninguém (Hébert & Link, 2006a, p. 314). Alfred Marshall destacou particularmente esta última parte e citou Mangoldt de forma positiva no desenvolvimento do princípio de quasi-renda (Hébert & Link, 2006a, p. 314).

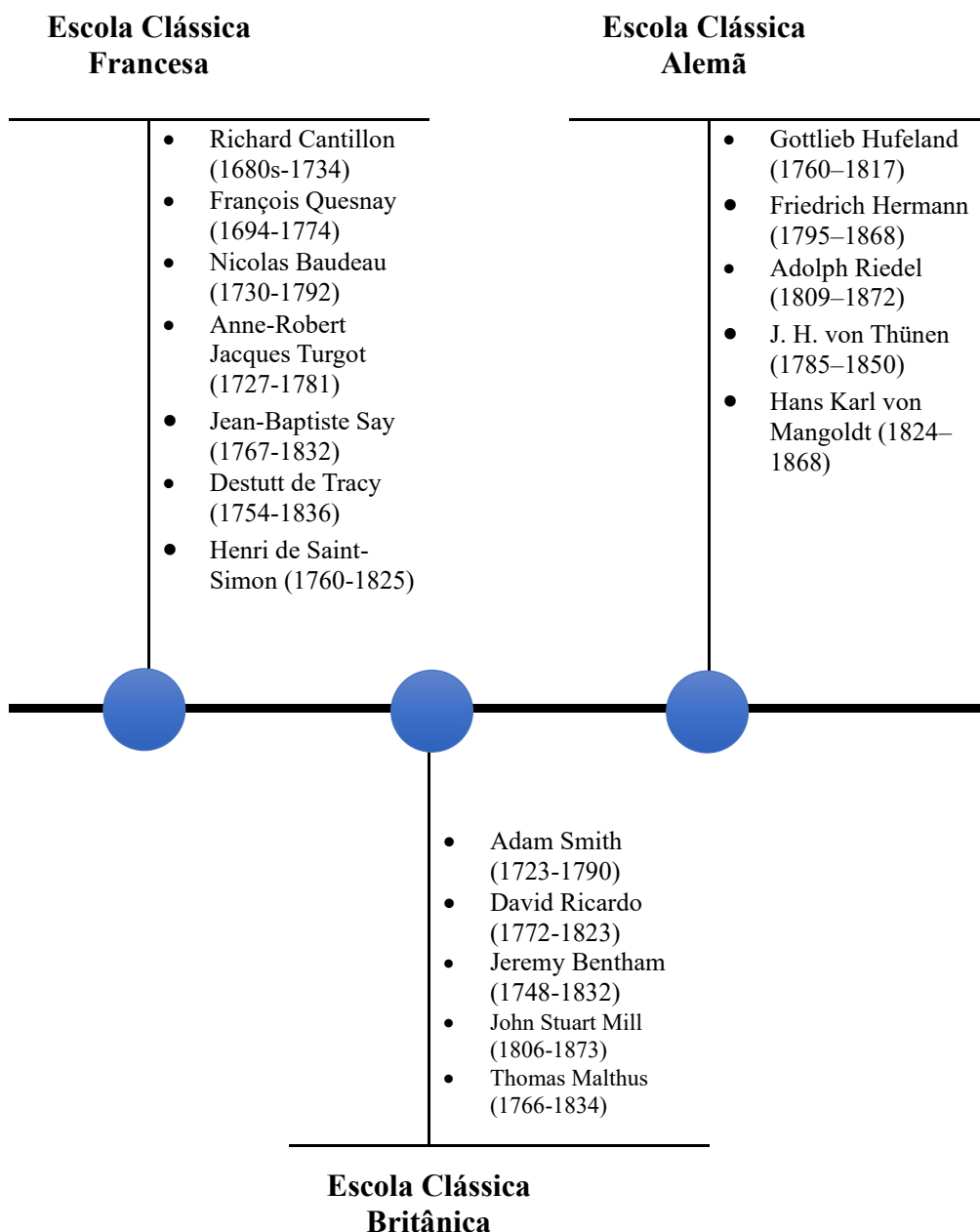
A teoria de Mangoldt não se focou num tipo ideal de empreendedor, mas sim nas decisões que ele deve tomar num ambiente competitivo e incerto: a escolha de técnicas, a alocação de fatores de produção e a comercialização da produção (Hébert & Link, 2006a, p. 314). Ele reconheceu a inovação bem-sucedida como parte do empreendedorismo, mas demonstrou mais interesse na função alocutiva do empreendedor. Portanto, a sua contribuição pertence mais à teoria estática de alocação de recursos do que à teoria dinâmica de crescimento e desenvolvimento (Hébert & Link, 2006a, p. 314).

A tradição alemã na economia política sustentou o conceito de líder de negócios, ou *unternehmer*. Tanto von Thünen quanto Mangoldt foram importantes precursores de Frank

Knight que, no século seguinte, reviveu a ideia de Cantillon do empreendedor como portador de riscos (Hébert & Link, 2006a, p. 314).

A figura 3.2 mostra os principais pensadores da escola que foram destacados neste subcapítulo.

Figura 3.2 - Principais autores da Escola Clássica



Fonte 3 - Autor (2025)

3.1.2. Perspetivas Neoclássicas Iniciais

O conceito de empreendedor desvaneceu com a ascensão da escola neoclássica da economia, uma vez que os autores dessa escola fizeram suposições muito extremas sobre o acesso à

informação, presumindo simplesmente que todos tinham livre acesso às informações de mercado. Isso reduziu a tomada de decisão a uma aplicação de regras matemáticas para otimização, negligenciando assim o papel do empreendedor (Casson, 1982, p. 9). Por outro lado, na escola clássica, o processo de descoberta era valorizado, e o empreendedor desempenhava um papel importante na recolha e utilização da informação (Hébert & Link, 2006a, p. 316).

Após 1870, a teoria económica neoclássica começou a dar menos importância à informação, à medida que se voltava para as leis fundamentais de formação de preços e alocação de recursos nos mercados individuais e se afastava das preocupações macroeconómicas relacionadas ao crescimento e à distribuição de renda (Grebel, 2004, p. 12; Hébert & Link, 2006a, p. 316). Os primeiros modelos determinísticos dos escritores neoclássicos enfatizaram a existência de informação perfeita e mercados perfeitos. O primeiro modelo simplifica a tomada de decisões empresariais, enquanto o último torna o empreendedor dispensável ao eliminar o problema de coordenação. Com poucas exceções, a análise económica após 1870 tornou-se cada vez mais abstrata e mecanicista (Hébert & Link, 2006a, p. 316). A teoria neoclássica apresenta assim uma visão do mercado que não tem lugar para o empreendedor (Casson, 1982, p. 12).

Esta nova abordagem económica ocorreu devido ao facto de que a disciplina da economia adquiriu uma posição distinta como campo de estudo. Os novos profissionais economistas foram formados especificamente nessa área, ao contrário de seus antecessores, que eram principalmente formados em filosofia. Essa maturação da disciplina possibilitou o desenvolvimento de teorias e modelos económicos mais aplicados matematicamente ao raciocínio económico e focados no equilíbrio (Hébert & Link, 2006a, p. 317; Kirzner, 1978). Na era neoclássica, três escolas de pensamento distintas competiam pela supremacia, podendo ser vagamente identificadas como austríacas, francesas e britânicas. Cada uma tinha uma tradição intelectual diferente por trás de sua abordagem e enfatizava aspetos diferentes na reorientação da análise económica. Das três, a abordagem austríaca provou ser a mais produtiva para o avanço da teoria do empreendedorismo, uma vez que foi a única que manteve um foco no processo de mercado (Hébert & Link, 2006a, p. 316).

3.1.2.1. Escola Austríaca

A Escola Austríaca começou com a publicação do livro “*Principles of Economics*” em 1871, estabelecendo assim Carl Menger como o fundador e primeiro líder de uma escola distinta

de pensamento económico que pretendia rivalizar a Escola Histórica Alemã no último terço do século XIX (Campagnolo, 2022; Campagnolo & Vivel, 2014; Grebel, 2004, p. 22; Hébert & Link, 2006a, p. 317). Dois discípulos de Menger, Friedrich von Wieser e Eugen von Böhm-Bawerk, foram outros dois autores relevantes desta escola (Campagnolo & Vivel, 2014; Hébert & Link, 2006a, p. 317; Schumpeter, 1955, p. 811). A visão do empreendedor representada por esta escola e Menger seria desenvolvida no século seguinte por Ludwig von Mises e Friedrich von Hayek (Landström et al., 2012).

Esta escola, que valoriza o papel do empreendedor, adota um subjetivismo extremo, uma perspetiva filosófica que torna difícil a criação de uma teoria preditiva do empreendedor ao argumentar que qualquer pessoa que possua o tipo de informação necessária para prever o comportamento dos empreendedores tem um forte incentivo para ela mesma se tornar um empreendedor em vez de apenas teorizar (Casson, 1982, p. 9). Além disso, estes autores sugerem que, ao se tornar parte do sistema como empreendedor, o teórico poderia influenciar o seu comportamento de tal forma que falsificaria a sua própria previsão. No entanto, esse argumento se aplica principalmente à previsão do sucesso empresarial; pode ser mais exequível prever os fracassos empresariais (Casson, 1982, p. 9).

O argumento anterior também não considera que muitas leis económicas se aplicam ao comportamento agregado de grupos de indivíduos, o que poderia possibilitar a previsão do comportamento de uma população de empreendedores, embora seja desafiador prever o comportamento individual de cada um deles. Independentemente disso, a capacidade de prever o comportamento individual é influenciada pela existência ou não de barreiras à entrada no empreendedorismo (Casson, 1982, p. 9).

3.1.2.1.1. Carl Menger (1840–1921)

Carl Menger é amplamente reconhecido como um dos precursores da “revolução marginalista” e, posteriormente, estabelecido como o fundador da notável Escola Austríaca de Economia (Campagnolo & Vivel, 2014; Hébert & Link, 2006a, p. 317). O empreendedor de Menger é um visionário numa indústria que é verticalmente desintegrada e o responsável por organizar os recursos produtivos ao longo do tempo, estando atento além na hierarquia dos bens necessários para produzir outros bens de ordem superior (Campagnolo & Vivel, 2014; Hébert & Link, 2006a, p. 319).

Esse critério pode ser utilizado para distinguir os empreendedores dos capitalistas, sendo o empreendedor responsável pela recolha de informações, realização de cálculos económicos, demonstração de determinação para incorporar bens de ordem superior ao processo de produção e a supervisão da produção, tornando a função do empreendedor única e especial (Campagnolo & Vivel, 2014; Hébert & Link, 2006a, p. 319; Kirzner, 1978).

Menger estabeleceu que a atividade empreendedora engloba: (a) obter informações sobre a situação económica; (b) cálculos económicos - todas as várias computações que devem ser feitas para que um processo de produção seja eficiente; (c) o ato de vontade pelo qual bens de ordem superior são atribuídos a um processo de produção específico; e (d) supervisionar a execução do plano de produção para que ele seja realizado da maneira mais económica possível (Hébert & Link, 2006a, p. 319; Kirzner, 1978). O empreendedorismo é, para Menger, um bem de ordem superior, pois o autor considera que apenas se pode considerar o valor total de um produto apenas se o valor da atividade empreendedora constar no mesmo (Kirzner, 1978).

O empreendedor de Menger enfrenta incertezas em relação à quantidade e qualidade dos bens finais que ele pode produzir por meio dos bens de ordem superior na sua posse e durante o processo de transformação, que é demorado e incerto (Grebel, 2004, p. 23; Hébert & Link, 2006a, p. 319). O grau de incerteza enfrentado pelo empreendedor é influenciado pela extensão do seu conhecimento sobre os mercados, do processo produtivo e na medida do controlo que ele exerce sobre esse processo (Grebel, 2004, p. 23; Hébert & Link, 2006a, p. 319).

3.1.2.1.2. von Wieser (1851– 1926) e Böhm-Bawerk (1851–1914)

Dois discípulos de Menger, Friedrich von Wieser e Eugen von Böhm-Bawerk foram ambos autores relevantes da Escola Austríaca. O primeiro era aluno de Karl Knies mas seguiu as ideais de Menger e acrescentou vários aspetos relevantes ao empreendedor, como liderança, alerta e portador de risco (Hébert & Link, 2006a, p. 320), Wieser definiu o empreendedor também como um legalista, ou seja, que o empreendedor é o gestor de uma empresa por obrigação legal mas também pela sua participação ativa na gestão económica da empresa, desempenhando funções como representante legal, proprietário, empregador, credor e devedor, locador ou locatário (Grebel, 2004, pp. 23–24; Hébert & Link, 2006a, p. 320).

Böhm-Bawerk não escreveu muito acerca do empreendedor, focando-se principalmente com a teoria do capital e dos juros (Hébert & Link, 2006a, p. 321), mas Schumpeter referiu-se a esta teoria destacando que o lucro dos empreendedores não funciona como planeado (Hébert & Link, 2006a, p. 321; 1955, p. 893). Böhm-Bawerk não desenvolveu muito a sua teoria sobre lucro e perdas, sendo essa tarefa realizada pelo seu aluno, Ludwig von Mises e por Frank Knight (Hébert & Link, 2006a, p. 321).

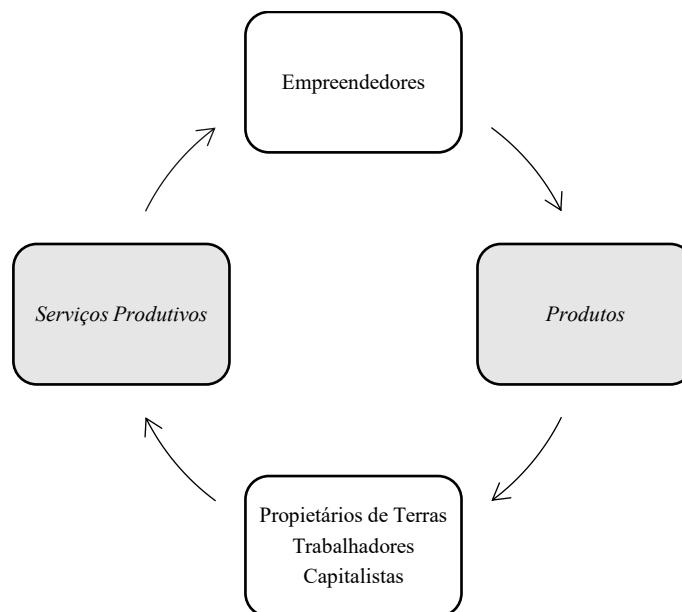
3.1.2.2. Léon Walras (1834-1910)

Um economista francês, Léon Walras foi um importante economista neoclássico, o “verdadeiro sucessor de Say” (Schumpeter, 1955, p. 472) e é reconhecido atualmente como o fundador da teoria do equilíbrio geral. A característica distintiva da teoria do equilíbrio geral é a interdependência abrangente dos assuntos económicos e dos mercados, conforme elaborado por Walras. No entanto, essa teoria é estática em vez de dinâmica, proporcionando, assim, uma visão limitada da mudança económica (Hébert & Link, 2006a, p. 321,322).

Walras distingue quatro classes de fatores produtivos, o proprietário de terras, o trabalhador, o capitalista e o empreendedor, diferenciando-se assim de Cantillon que identificava três fatores produtivos por não fazer a distinção entre capitalista e empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 322; Misaki, 2018).

No modelo de economia pura de Walras, durante o estado de equilíbrio, desprovido de tempo ou incerteza, é impossível ao empreendedor obter lucro. Nesse contexto de equilíbrio competitivo, onde o empreendedor não é capaz de gerar ganhos ou perdas, a sua razão de ser desaparece. Essa ideia foi criticada até mesmo pelos contemporâneos de Walras devido à sua descrição imprecisa da atividade económica real (Hébert & Link, 2006a, p. 325; Misaki, 2018). Neste modelo o papel do empreendedor é de arrendar terras ao proprietário, contratar as habilidades pessoais do trabalhador e solicitar empréstimos de capital ao capitalista. De seguida, ele combina esses elementos na agricultura, indústria ou comércio para a produção de bens, como mostra a figura 3.3 (Misaki, 2018).

Figura 3.3 - O Mercado de Serviços e o Mercado de Produtos em Economia Pura



Fonte 4 - Misaki (2018)

Neste conceito abstrato, é viável conceber o empreendedor como uma função em vez de uma classe real. Walras contemplava ainda a possibilidade de o empreendedor pertencer a uma das outras três classes na economia real (Misaki, 2018).

Walras valorizava o papel do empreendedor, apesar de que no seu modelo de teoria pura este perde a razão de existir, mas Walras atribuiu-lhe grande importância no mundo prático dos negócios, definindo o empreendedor como aquele que une a economia toda (Hébert & Link, 2006a, p. 324,326).

3.1.2.3. Alfred Marshall (1842–1924) e os seus seguidores

Um dos representantes da Escola Neoclássica Britânica e a ponte entre esta escola e a anterior, a escola neoclássica britânica na maioria dos seus modelos económicos não contribuiu substancialmente para a teoria do empreendedorismo apesar dos estudos económicos crescerem na sofisticação neste movimento (Hébert & Link, 2006a, p. 326; Murphy et al., 2006; van Praag, 1999).

Ao abordar o significado e função do empreendedor (“*undertaker*”), Marshall foi influenciado pelos princípios da evolução biológica de Darwin e Wallace, considerando assim que as habilidades e aptidões do empreendedor são moldadas pela sobrevivência e luta

económica num mercado competitivo (Hébert & Link, 2006a, p. 327; Marshall, 1920, p. 120).

Marshall caracterizou os elementos do “génio empreendedor” como alerta, senso de proporção, força de raciocínio, coordenação, inovação e disposição para assumir riscos (Hébert & Link, 2006a, p. 327; Marshall, 1920, p. 417). Ele sustentou que essa combinação de habilidades poderia ser adquirida por meio da experiência, mas não era passível de ser ensinada pela educação formal (Hébert & Link, 2006a, p. 327; Marshall, 1920, p. 511).

Marshall classificou os empreendedores em duas categorias: ativos e passivos. Os empreendedores ativos são “aqueles que introduzem novos e melhores métodos de negócios”, enquanto os passivos são “aqueles que seguem métodos já conhecidos” (1890, p. 344).

O empreendedor de Marshall é um gestor de negócios, embora o autor utilize o termo gestão para denotar mais do que mera superintendência. Inspirado por Darwin, Marshall argumenta que os gestores profissionais surgem como um grupo especial a partir de um processo evolutivo que é impulsionado pela especialização e divisão do trabalho (Hébert & Link, 2006a, pp. 327–328). Essa influência pode explicar a incapacidade ou relutância de Marshall em associar o empreendedor a uma única função ou conjunto de habilidades, atribuindo-lhe, assim, as seguintes funções: coordenador, superintendente e tomador de decisões em condições incertas (Grebel, 2004, p. 9; Hébert & Link, 2006a, p. 328; Murphy et al., 2006).

Francis Y. Edgeworth (1845–1926), seguidor de Marshall e um destacado economista neoclássico, reconheceu a importância do empreendedor, mas não adicionou novas dimensões ao conceito, levantando a seguinte questão nos seus estudos: “O que é um empreendedor?” (Edgeworth, 1904, p. 2). Ao responder a essa questão, reviu os quatro “tipos exemplares” propostos, respetivamente, pelos: (1) economistas clássicos - o empreendedor como capitalista; (2) F. A. Walker - o empreendedor como empregador não capitalista; (3) F. B. Hawley - o empreendedor como tomador de riscos; e (4) Léon Walras - o empreendedor que não obtém lucro (Edgeworth, 1904, p. 2,3; Hébert & Link, 2006a, p. 330).

No entanto, não consolidou uma definição única nem tentou uma síntese prática. Edgeworth sugeriu, em vez disso, que a escolha da definição está relacionada ao tipo de pesquisa económica realizada. Ele expressou objeção ao conceito do empreendedor de lucro zero, independentemente de seguir a visão de Walras ou Walker (Hébert & Link, 2006a, p. 330).

O sucessor de Marshall em Cambridge, A.C. Pigou (1877–1959), abordou também o empreendedor, mas estava menos interessado na teoria da distribuição do que nas consequências macroeconómicas das atividades do empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 331). Do ponto de vista microeconómico, a sua visão do empreendedor era passiva e pouco esclarecedora, considerando-o um proprietário e corretor, apenas um elo entre a produção e distribuição na atividade económica. Pigou descreveu a atividade dos empreendedores da seguinte forma: “Os empreendedores (...) a quem pertence legalmente o fluxo de bens que se completa todos os anos, vendem esses bens por dinheiro a armazéns e comerciantes” (1923, p. 117). Após alguns anos, ao direcionar o seu foco para a macroeconomia, Pigou enfatizou o elemento da incerteza, que impacta as flutuações industriais devido ao seu efeito nas decisões dos empreendedores (Hébert & Link, 2006a, p. 331).

O pensamento britânico sobre o empreendedor pouco evoluiu na geração após Marshall, uma era dominada por outro brilhante aluno de Marshall, John Maynard Keynes (1883–1946). Keynes tratou o conceito de forma relativamente superficial, mantendo algumas noções básicas do empreendedor como financiador e empregador - o reclamante residual do lucro. Assim como Marshall, Keynes colocou o empreendedor no papel de tomador de decisões dentro da empresa individual, proclamando que sua função é “determinar o nível de emprego que se espera maximizar o excedente dos rendimentos sobre os custos dos fatores” (Hébert & Link, 2006a, p. 331; Keynes, 1936, p. 25).

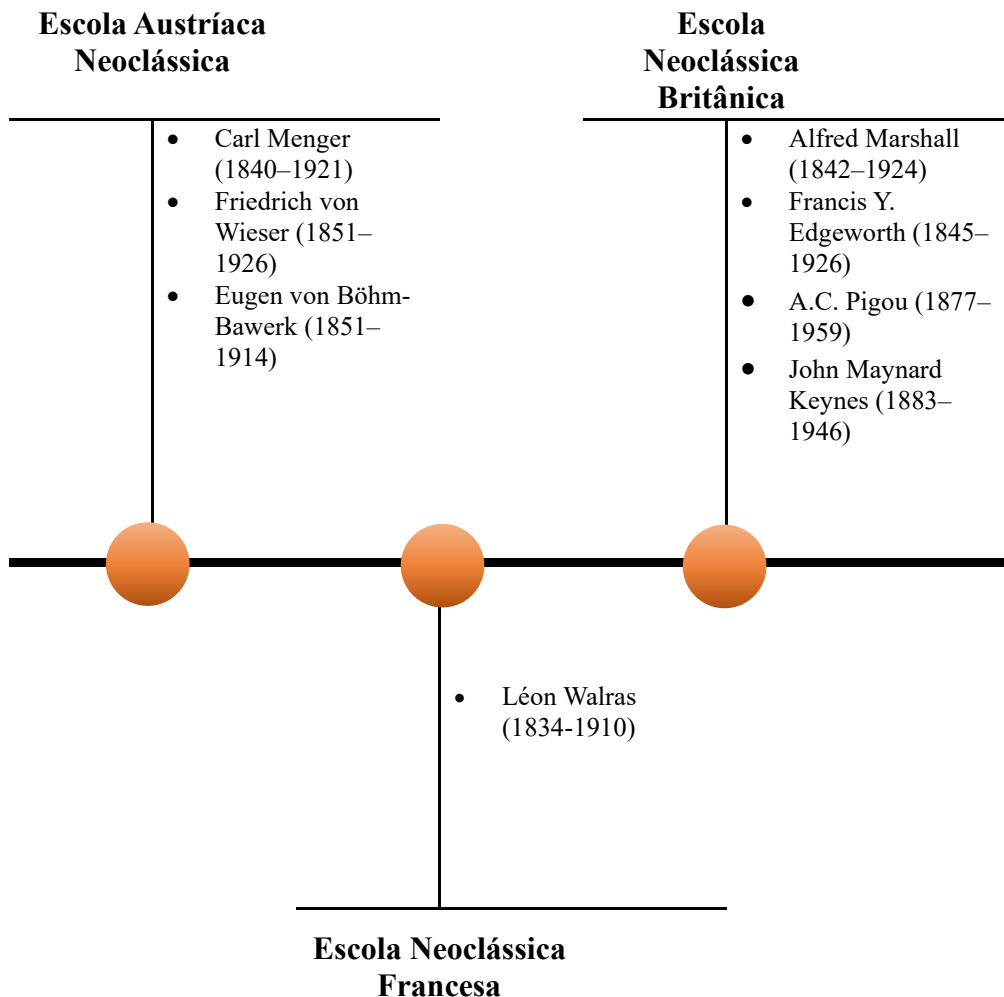
Keynes destaca-se por relacionar a empresa não apenas a cálculos económicos, mas aos “espíritos animais” (“*animal spirits*”): o impulso espontâneo à ação que Keynes declarou ser inato no psicológico humano (Keynes, 1936, p. 161), o que mostra que o autor estava interessado em introduzir traços psicológicos na investigação (Hébert & Link, 2006a, p. 332).

3.1.2.4. Considerações Finais

Entre os economistas neoclássicos, os escritores franceses seguiram Walras em direção a um modelo de mercado mecanicista, o que tendia a diminuir o papel do empreendedor. Os economistas neoclássicos britânicos, por sua vez, pareciam presos à tradição Smith-Ricardo-Mill. Foi apenas os austríacos que avançaram significativamente na teoria do empreendedor conforme o século XIX acabava. A análise destes autores sobre o empreendedorismo gerou frutos na obra posterior de Ludwig von Mises e Joseph Schumpeter, que foram educados na

tradição austríaca (Hébert & Link, 2006a, p. 333). A figura 3.4 mostra os principais representantes das perspectivas neoclássicas.

Figura 3.4 - Principais Representantes da Escola Neoclássica



Fonte 5 - Autor (2025)

3.1.3. Escola Estadunidense

Após a conclusão da Guerra Civil em 1865, os EUA embarcaram numa fase de recuperação e reconstrução. Devido à falta de especialistas em economia e outras disciplinas, a nação enviou muitos de seus intelectuais para se inspirarem, receberem orientação e educação avançada na Europa, sobretudo na Alemanha (Hébert & Link, 2006a, p. 334). Em 1870, os EUA não tinham mais do que metade dos estudantes universitários que tinham em 1830, apesar da população quase ter triplicado (Drucker, 1985, p. 23).

No final do século XIX, os economistas americanos começaram a se libertar da influência europeia e a afirmar a sua independência de maneira mais pronunciada. Era natural que,

surgindo de um estado colonial para se tornar uma economia plenamente desenvolvida, os economistas dos EUA demonstrassem um interesse constante e vigoroso no papel do empreendedor dentro da teoria económica (Hébert & Link, 2006a, p. 334). Desde o início, esses economistas aprimoraram a abordagem inglesa, enfatizando a separação entre o empreendedor e o capitalista, sendo muito provável que essa mudança teórica também tenha sido influenciada pela difusão do pensamento alemão entre os estudiosos americanos (Hébert & Link, 2006a, p. 334).

3.1.3.1. Amasa Walker (1799-1875) e Francis Walker (1840-1897)

Em 1866, Amasa Walker (1799–1875) expressou preocupação com a confusão existente na economia política inglesa entre o capitalista e o empreendedor. Walker reconheceu o papel crucial do empreendedor na geração de riqueza económica, porém, limitando na sua análise a ação deste agente económico especial apenas ao ato de produção. Walker definiu o empreendedor de maneira simples como aquele que facilita uma união vantajosa entre trabalho e capital (Hébert & Link, 2006a, p. 335; Walker, 1866, p. 279). O empreendedor de Walker pode desempenhar algumas funções e profissões, tal como empregador, gestor, empreendedor, projetista, empreiteiro, empresário, comerciante, agricultor ou “qualquer outro nome pelo qual possa ser chamado, cujos serviços são indispensáveis” (Hébert & Link, 2006a, p. 335; Walker, 1866, p. 279).

Walker sugeriu que o lucro é uma renda escassa, um conceito que o seu filho, Francis Amasa Walker (1840–1897), iria mais tarde explorar e desenvolver uma teoria única de lucros (Hébert & Link, 2006a, p. 335). Walker observou que os empreendedores, tal como os trabalhadores, vão experimentar um aumento ou queda na sua remuneração dependendo se há excesso da demanda ou da oferta pelos seus serviços (1866, p. 285).

O filho de Amasa Walker, Francis, alcançou o posto de general na Guerra Civil; posteriormente, tornou-se presidente do Instituto de Tecnologia de Massachusetts; e foi o primeiro presidente da Associação Americana de Economia (Coats, 1969; Hébert & Link, 2006a, p. 336). Francis salientou que o empreendedor, diferentemente do capitalista, é o principal agente de produção. Seguindo os passos do seu pai, descreveu o empreendedor como o responsável por empregar outros recursos económicos (Hébert & Link, 2006a, p. 336). Francis declarou também que os economistas franceses desde Say estavam no caminho correto, criticando assim os economistas ingleses e americanos que consideravam o

capitalista como o único empregador por apenas possuir capital (Hébert & Link, 2006a, p. 336).

Apesar de sua inclinação pela teoria francesa, Francis também sustentava a visão de Marshall, reconhecendo que o êxito na administração de negócios num mercado livre se apoia nas habilidades ou oportunidades excepcionais. Francis via o lucro como a recompensa pela habilidade e talento distintos dos empreendedores ativos, assim como Marshall (Hébert & Link, 2006a, p. 336). Ambos notaram que essas habilidades não são distribuídas uniformemente entre as pessoas. Empreendedores bem-sucedidos exibem capacidade de previsão, habilidade organizacional e administrativa, energia incomum e outras qualidades de liderança – características geralmente escassas (Hébert & Link, 2006a, p. 336).

3.1.3.2. Frederick Hawley (1843–1929) e John Bates Clark (1847-1938)

Frederick Hawley foi outro economista dos EUA que distinguiu o empreendedor do capitalista (Hébert & Link, 2006a, p. 338). Inspirado pela teoria de capital e juros de Böhm-Bawerk, Hawley ficou interessado em aprofundar seu estudo sobre empreendedorismo (Hébert & Link, 2006a, p. 338).

Hawley estabeleceu uma teoria do lucro baseada no risco que ele contrastou com a teoria de Böhm-Bawerk, defendendo que o lucro é a recompensa que os empreendedores recebem para aliviar os outros fatores produtivos do risco em condições competitivas (Boianovsky, 2018; Hébert & Link, 2006a, p. 338; Schumpeter, 1955, p. 861). Ele equiparou empreendimento com o assumir riscos e caracterizou o empreendedor como a grande força dinâmica de uma economia capitalista. Enfatizando o risco e a incerteza, Hawley classificou o empreendimento ao lado da terra, do trabalho e do capital como os quatro fatores produtivos fundamentais (Hébert & Link, 2006a, p. 338). Esta ligação entre empreendedorismo e incerteza fora previamente estabelecida por Cantillon e o reconhecimento de que alguns elementos de custo poderiam ser fixados através de seguros foi defendido por Bentham, ambos sendo influências para Hawley (Hébert & Link, 2006a, p. 338).

John Bates Clark foi o autor que consciencializou Hawley para a distinção entre riscos seguráveis e não seguráveis. Clark era uma figura proeminente na economia dos EUA e as ideias de Hawley sobre empreendedorismo foram suficientemente provocativas para desencadear um debate entre ambos (Hébert & Link, 2006a, p. 339). Apesar de concordar

com Mangoldt e Hawley acerca da exigência de quem arrisca capital esperar uma quantidade de ganhos anuais acima das perdas, Clark recusou-se a admitir que assumir riscos era uma atividade do empreendedor, defendendo, tal como Schumpeter fez posteriormente, que todo o risco era suportado pelo capitalista (Hébert & Link, 2006a, p. 339).

Clark utilizou o termo empreendedor para descrever quem coordena capital e trabalho sem ter a capacidade de fornecer qualquer um deles, como Kirzner apresentou anos depois o “empreendedor puro e sem recursos”, ou seja, o empreendedor não pode assumir riscos porque não possui nada para arriscar (Hébert & Link, 2006a, p. 339).

Em trabalhos posteriores, Clark fundamentou a sua discussão em termos de estática e dinâmica, apoiando a distinção que inclinou Schumpeter a uma visão mais dinâmica do empreendedorismo (Hébert & Link, 2006a, p. 339; Schumpeter, 1955, p. 835). Na análise de Clark, o estado estático é uma situação em que a demanda, o capital e a tecnologia são fornecidos. No entanto, as condições estáticas mudam ao longo do tempo, por exemplo, as populações crescem, os desejos mudam e descobrem-se novas tecnologias de produção. Mas no mundo de Clark, as saídas do estado de equilíbrio estático são evolutivas. A mobilidade do trabalho e do capital é um requisito para o restabelecimento de novos equilíbrios, embora temporários (Hébert & Link, 2006a, p. 339).

No estado dinâmico, Clark atribuiu ao empreendedor a responsabilidade pela coordenação que restaura a economia para uma posição de equilíbrio, esse coordenador (empreendedor) pode desempenhar várias funções, como trabalhador ou capitalista (Hébert & Link, 2006a, pp. 339–340). Esta noção de que o empreendedor funciona como a força dinâmica que leva a economia de volta ao equilíbrio após alguma perturbação ainda esta presente em teorias contemporâneas, mas logo foi desafiada pela afirmação contrária de Schumpeter de que o empreendedor é o agente que causa o desequilíbrio, através da destruição criativa (Hébert & Link, 2006a, p. 340).

3.1.3.3. Herbert Davenport (1861-1931) e Frank William Taussig (1859-1940)

Herbert Davenport apresentou a primeira tentativa elaborada e sustentada de compreender a economia do ponto de vista do empreendedor, considerando que a economia se baseava na análise e explicação da ação dos empreendedores, sendo assim o empreendedor a figura principal na atividade económica para este autor (Hébert & Link, 2006a, pp. 340–341). Indo além de Cantillon, Davenport argumentou que o empreendedor enfrenta custos incertos,

assim como preços de venda incertos. Os verdadeiros custos do empreendedor são incertos por diversas razões, mas o principal é a indeterminação dos custos de oportunidade (Hébert & Link, 2006a, p. 341).

Cantillon mostrou que o empreendedor ajusta o suprimento de bens ou serviços de acordo com a demanda dos mesmos, sendo que Davenport detalhou mais esse processo. Afirmou que os empreendedores ajustam os suprimentos relativos, cada um calculando os seus custos individuais, incluindo os custos de oportunidade. Esses custos são eles próprios a manifestação das relações fundamentais entre a demanda e a escassez relativa, deixando claro que o empreendedor não determina os preços (Hébert & Link, 2006a, p. 342). Para Davenport, o grau e direção da atividade empreendedora são ditados pelos custos e pelas demandas futuras, sendo o papel do empreendedor supervisionar o processo competitivo do mercado, o qual se torna compreensível por meio da interação entre a demanda e oferta (Hébert & Link, 2006a, pp. 342–343). Deste modo, o empreendedor de Davenport é semelhante ao de Walker, atuando como empregador dos demais fatores de produção, e a sua recompensa é considerada como uma subcategoria de salários (Hébert & Link, 2006a, p. 343).

Frank W. Taussig retomou a afirmação de Davenport de que o lucro é uma subcategoria de salários, mas também qualificou o empreendedor como um reivindicante residual, o que explica a irregularidade do seu rendimento financeiro (Hébert & Link, 2006a, p. 343). O empreendedor de Taussig guia e dirige a atividade econômica, é um indivíduo multifacetado, mas, acima de tudo, com capacidade de imaginação e julgamento, considerando que estas habilidades diferenciadas existem e são distribuídas de forma desigual entre os empresários (Hébert & Link, 2006a, pp. 343–344).

Taussig antecipou a ideia schumpeteriana do empreendedor inovador como o único arquiteto do progresso econômico. Reconheceu que, num ambiente estático de competição perfeita, os gestores da indústria receberiam apenas salários, determinados da mesma forma que outros pagamentos por trabalho, contudo, num estado de equilíbrio instável, de transição ou de avanço, há a oportunidade para os empresários obterem algo a mais (Hébert & Link, 2006a, p. 344). Essa oportunidade surge através de inovações ou melhorias na organização, assegurando ganhos extras que são temporários e servem como impulso para melhorias e recompensa por tais avanços, mas tendem a diminuir quando a inovação é completamente implementada (Hébert & Link, 2006a, p. 344).

Por fim, Taussig sustentava que, embora a inovação seja uma das atividades que podem ser realizadas pelo empreendedor, ela não é a única e provavelmente nem mesmo a mais importante. Segundo este autor, raramente as qualidades empresariais necessárias e os traços inventivos residem na mesma pessoa (Hébert & Link, 2006a, p. 345).

3.1.3.4. Frank Knight (1866-1972)

Entre todos os escritores dos EUA, aquele que apresentou uma análise mais abrangente e minuciosa do papel do empreendedor foi Frank Knight, primeiramente por enfatizar a distinção entre riscos seguráveis e incerteza não segurável e secundamente por avançar com uma teoria de lucro que relacionava essa incerteza não segurável, por um lado, com mudanças económicas rápidas e, por outro lado, com diferenças na habilidade empreendedora. Ao fazer isso, Knight estabeleceu um resumo significativo das ideias de Hawley e Clark (Hébert & Link, 2006a, p. 345).

Knight apontou a ambiguidade das teorias anteriores sobre o risco por não distinguirem devidamente dois tipos distintos. Por um lado, o risco é uma quantidade mensurável, ou seja, a probabilidade objetiva de um evento ocorrer. Uma vez que esse tipo de risco pode ser transferido do empreendedor para outra parte por meio de um contrato de seguro, ele não se configura como uma incerteza significativa (Hébert & Link, 2006a, p. 345). Por outro lado, o termo “risco” muitas vezes refere-se a uma possibilidade imensurável, como a imprevisibilidade da demanda do consumidor. Knight identificou esse último tipo como a “verdadeira” incerteza e concentrou as suas teorias de lucro e empreendedorismo na sua magnitude (Grebel, 2004, p. 26; Hébert & Link, 2006a, p. 345; Knight, 1921, p. 232) e, portanto, podemos inferir como Knight utilizou a distinção entre risco e incerteza a partir de como ele definiu o lucro. Para Knight, o lucro é a recompensa ao empreendedor de sucesso sob condições de incerteza e é também a diferença entre a receita e aqueles custos que são contratuais ou imputáveis, ou seja, podem ser contratuais se o empreendedor optar por não arcar com eles pessoalmente (Gerrard, 2022; Knight, 1921, p. 280; LeRoy & Larry, 1987).

Posteriormente a literatura estabeleceu três distinções de riscos enquanto Knight apresentou duas, refinando a distinção de Knight da seguinte forma: situações anteriormente consideradas não asseguráveis devido à ausência de uma distribuição de probabilidade quantificável foram asseguradas (Hébert & Link, 2006a, p. 346). O risco refere-se à situação em que a distribuição de probabilidade dos resultados possíveis pode ser calculada e é conhecida. Incerteza refere-se a uma situação em que os resultados possíveis são

identificáveis, mas a distribuição de probabilidade desses resultados não é conhecida. Por último, a incerteza radical descreve uma situação na qual os resultados possíveis de um evento específico são desconhecidos e impossíveis de serem conhecidos, sendo recomendado nesta situação imitar o comportamento de outros agentes económicos (Alchian, 1950; Hébert & Link, 2006a, p. 346; Ormerod, 2015).

Ao isolar o conceito de risco e redefinir o seu significado, Knight trouxe uma maior clareza à teoria de Cantillon sobre o empreendedor como o portador da incerteza. Ele também vinculou a natureza evolutiva das organizações empresariais à presença dessa incerteza (Hébert & Link, 2006a, p. 346). Afirmou que a mera existência da incerteza transforma a sociedade numa “organização empresarial”, onde a especialização de funções é característica fundamental. Nesse contexto, o empreendedor se destaca como um agente especializado na redução dessa incerteza (Hébert & Link, 2006a, p. 346; Knight, 1921, p. 271).

Knight (1921, p. 276) considera que a função do gestor não implica, por si só, empreendedorismo, mas se a sua atuação exigir que ele exerça julgamento envolvendo responsabilidade por possíveis erros, então torna-se um empreendedor:

When, however, the managerial function comes to require the exercise of judgment involving liability to error, and when in consequence the assumption of responsibility for the correctness of his opinions becomes a condition prerequisite to getting the other members of the group to submit to the manager's direction, the nature of the function is revolutionized; the manager becomes an entrepreneur. (Knight, 1921, p. 276)

A teoria que Knight propôs implica que sem erro é impossível existir lucro, pois o lucro no empreendedorismo depende da habilidade do empreendedor em fazer com que os seus serviços gerem mais do que o preço estimado por outros em relação ao seu potencial (Hébert & Link, 2006a, p. 347). Desta forma, o lucro empreendedor é determinado pela margem de erro na avaliação realizada pelos empreendedores e outros agentes económicos, que não forcem os empreendedores bem-sucedidos a pagar tanto pelos serviços produtivos (Hébert & Link, 2006a, p. 347).

Esta margem de erro no julgamento é o único verdadeiro ponto de incerteza no funcionamento da organização competitiva e é essa a incerteza assumida pelo verdadeiro empreendedor e que explica o seu lucro, então, para Knight, o empreendedor é a pessoa que

suporta as consequências financeiras da incerteza de que um empreendimento possa não atender às expectativas. Knight argumentou que tais incertezas não podem ser seguradas, pois cada empreendimento é único (Casson & Casson, 2014; Hébert & Link, 2006a, p. 347).

Tal como Cantillon, Knight assumiu a mesma posição em relação à separação entre o capitalista e o empreendedor. Ambos concordaram que o empreendedor pode ou não ser um capitalista - geralmente ele deve necessariamente possuir alguma propriedade, assim como nem todos os proprietários podem ser livres de risco e responsabilidade, sendo que ambos os autores enfatizam que a essência do empreendedorismo não está associada à posse de capital (Hébert & Link, 2006a, p. 347; Knight, 1921, pp. 310–311).

Os economistas dos EUA adotaram a noção do empreendedor com maior intensidade no final do século XIX. Durante este período, ampliaram a diferença entre o capitalista e o empreendedor. Apesar de alguma disparidade nas percepções e teorias entre estes economistas, a ideia de que o empreendedor não é um portador de risco começou a se afirmar. Isso representa uma ruptura com a tradição iniciada por Cantillon. Frank Knight direcionou a discussão de volta para Cantillon, mas acrescentou a importante distinção entre risco e incerteza. A figura 3.5 mostra os principais autores desta escola.

Figura 3.5 - Principais autores da Escola Estadunidense

**Escola
Estadunidense**

<ul style="list-style-type: none">• Amasa Walker (1799-1875)• Francis Walker (1840-1897)• Frederick Hawley (1843–1929)• John Bates Clark (1847-1938)• Herbert Davenport (1861-1931)• Frank William Taussig (1859-1940)• Frank Knight (1866-1972)

Fonte 6 - Autor (2025)

3.1.4. Escola Histórica Alemã

Escola fundada por Wilhelm Roscher (1817–1894), Karl Knies (1821–1898) e Bruno Hildebrand (1812–1878), permitiu que o desenvolvimento do pensamento económico no final do século XIX e início do século XX progredisse de maneira distinta na Alemanha em comparação com a Inglaterra ou o restante do continente europeu e surgiu em resposta à Escola Clássica e à Economia Marxiana (Hébert & Link, 2006a, p. 350, 2006b; Michaelides & Milios, 2009). Estes autores consideravam que, para entender o comportamento económico do homem e as instituições que o limitam, a economia deve descrever os motivos humanos e as tendências comportamentais de forma psicologicamente realista, rejeitando especificamente os fundamentos individualistas da economia política inglesa e a noção de que o homem é um “átomo hedonista” (Hébert & Link, 2006a, p. 350, 2006b).

A Escola Histórica Alemã geralmente é distinta em “Antiga”, “Nova” e “Mais Recente”. À “Antiga” Escola Histórica pertenciam principalmente três escritores: Bruno Hildebrand (1812–1878), Wilhelm Roscher (1817–1894) e Karl Knies (1821–1898). A figura principal da “Nova” Escola Histórica foi Gustav von Schmoller (1838–1917); outro escritor importante foi Lujo Brentano (1844–1931) (Michaelides & Milios, 2009). As visões da “Nova” Escola Histórica sobre o método de análise económica provocaram uma crítica de Carl Menger, um dos principais representantes da Escola Austríaca (Michaelides & Milios, 2009). Dessa forma, o debate entre Schmoller e Menger deu início à famosa “Batalha dos Métodos” (*Methodenstreit*), que durou até quase o início do último século (Michaelides & Milios, 2009). Arthur Spiethoff (1873–1957), Werner Sombart (1863–1941) e Max Weber (1864–1920) foram os autores mais proeminentes da “Mais Recente” Escola Histórica (Michaelides & Milios, 2009).

Roscher, economista alemão que esteve na origem desta escola de pensamento, iniciou uma discussão sobre os aspetos institucionais na teoria económica (Grebel, 2004, p. 10). Segundo este autor, não era suficiente considerar apenas o indivíduo, sem ter em conta as diferenças nacionais relacionadas à religião, ciência, língua, arte, direito, entre outros, e também a população, a fim de formular proposições gerais. Hildebrand e Knies seguiram o caminho traçado por Roscher (Grebel, 2004, p. 10).

Foi com Gustav Schmoller (1838–1917), dentro da Escola Histórica Alemã, que se aprofundou na análise do empreendedor. Schmoller e os seus seguidores rejeitaram a ideia de que uma teoria económica científica já existia, argumentando que até então não havia

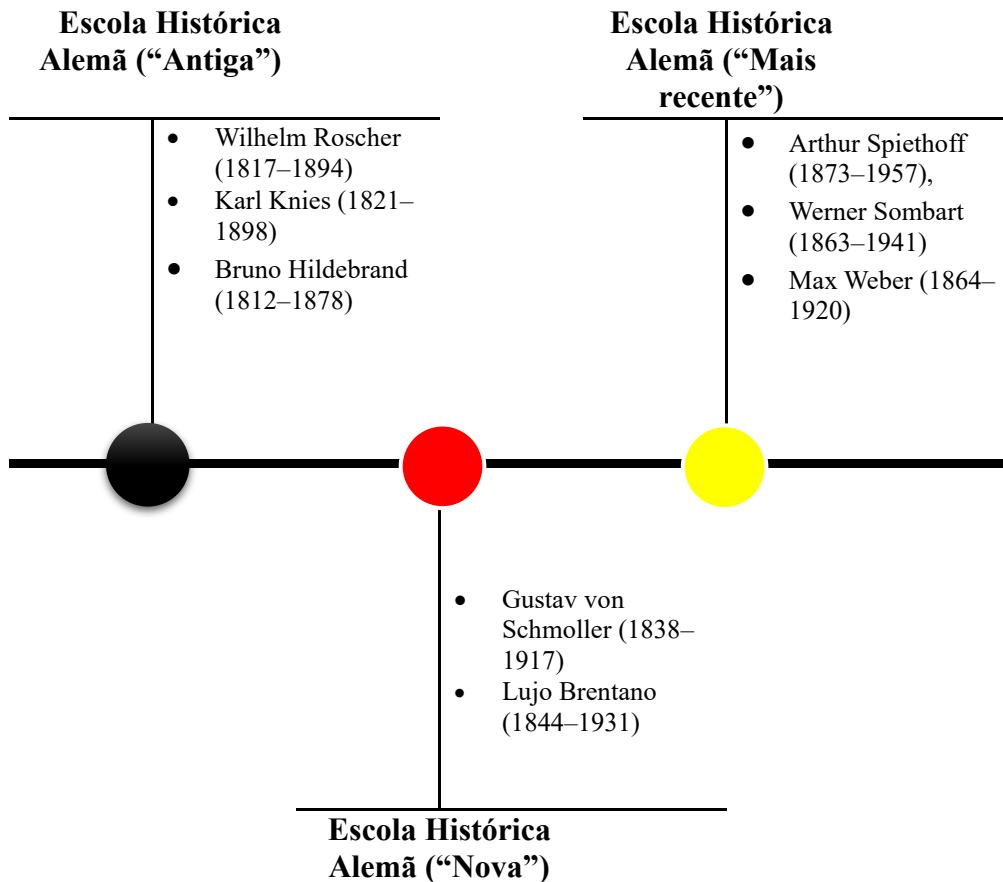
conhecimento suficiente da história económica (Hébert & Link, 2006b; Michaelides & Milios, 2009). Schmoller examinou extensivamente dados históricos e identificou um elemento crucial na economia: o empreendedor (“*unternehmer*”), uma pessoa enérgica, ativa e empreendedora, desempenhando papéis de coordenação, gestão e inovação e que inovava e iniciava novos projetos (Hébert & Link, 2006a, p. 351, 2006b). No entanto, ele não desenvolveu uma teoria mais aprofundada do empreendedorismo (Grebel, 2004, p. 10).

As ideias de Schmoller foram ampliadas por historicistas de terceira geração, como Sombart e Weber. Sombart introduziu um “novo líder” que estimula todo o sistema económico por meio de inovações criativas (Hébert & Link, 2006a, p. 351, 2006b). Esse empreendedor combinava os poderes de organização descritos por Schmoller com a personalidade e talento para extrair o máximo de produtividade dos indivíduos envolvidos no processo produtivo. Seja como financiador, fabricante ou comerciante, Sombart descreveu o empreendedor como um maximizador de lucros (Hébert & Link, 2006a, p. 351, 2006b). Estes autores caracterizaram o processo empreendedor como uma rutura com os antigos métodos de produção e a criação de novos métodos.

Esse processo de desequilíbrio foi particularmente enfatizado por Weber (Hébert & Link, 2006a, p. 351). Weber procurou explicar como um sistema social, em comparação com uma empresa individual, poderia evoluir de uma forma estável para outro tipo de sistema. Historicamente, Weber identificou que estas mudanças são possíveis com um líder carismático ou alguém com características empreendedoras (Hébert & Link, 2006a, p. 351, 2006b). As características fundamentais do empreendedor bem-sucedido de Weber residem nos seus imperativos religiosos, que formam o que é conhecido como a “ética protestante” (Hébert & Link, 2006a, p. 352). Essa dependência de princípios religiosos torna a teoria de Weber única e desafiadora, mas de uma maneira que mistura as fronteiras entre sociologia e economia, sendo que Hébert e Link consideram esta ser uma das razões para Weber permanecer à margem na economia convencional (2006a, p. 352).

Esta escola de pensamento durou até os períodos devastadores do regime nazi e da Segunda Guerra Mundial, passando por diversas fases de desenvolvimento e influenciando autores como J.B. Clark ou Schumpeter (Hébert & Link, 2006a, p. 350; Michaelides & Milios, 2009). A figura 3.6 mostra a evolução e a divisão (“antiga”, “nova” e “mais recente”) desta escola de pensamento.

Figura 3.6 - Principais autores da Escola Histórica Alemã



Fonte 7 - Autor (2025)

3.1.5. Joseph Schumpeter (1883–1950)

Joseph Schumpeter foi um economista austríaco que ocupou posições académicas na Áustria e na Alemanha antes de ingressar na Universidade de Harvard no início da década de 1930, onde passou o restante de sua carreira (Bögenhold, 2016; Swedberg, 2015). Schumpeter foi educado pelos economistas austríacos do Círculo de Viena, mas também profundamente influenciado por Max Weber (Hébert & Link, 2006b). O autor pretendia desenvolver uma teoria de desenvolvimento económico na qual o empreendedor desempenha um papel central (Hébert & Link, 2006b).

Schumpeter é amplamente reconhecido como um dos mais proeminentes economistas do século XX e a sua tradição teve o maior impacto na literatura contemporânea sobre o empreendedorismo (Audretsch, 2003; Bögenhold, 2016; Drucker, 1985; Grebel, 2004, p. 29; Hébert & Link, 2006a, p. 350; Swedberg, 2015). A característica marcante de Schumpeter é que o empreendedorismo é visto como um fenómeno desequilibrador, ao invés de uma força

equilibradora como defendido anteriormente por outros autores (Audretsch, 2003; Hébert & Link, 2006a, p. 349).

O sistema schumpeteriano de pensamento económico foi construído de maneira a concretizar uma simbiose necessária entre os elementos económicos, históricos, políticos, sociais e todos os outros elementos do processo de funcionamento e desenvolvimento do mundo capitalista (Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021). Todos estes aspetos específicos da sociedade capitalista poderiam ser abordados como entidades separadas pois era considerado a forma mais apropriada de aceder efetivamente aos aspetos económicos da realidade (Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021).

Schumpeter uniu ideias de diversos autores anteriores, como Marx, Weber, Walras Menger, Wieser e Böhm-Bawerk (Hébert & Link, 1989, 2006a, 2006b). Em vez de reproduzir o trabalho dos outros, combinou essas noções e conceitos em algo especialmente seu (Hébert & Link, 1989, 2006b, 2006a). Partilhava com Marx a noção de que os processos económicos são orgânicos e que a mudança surge de dentro do sistema económico e não apenas de fora (Hébert & Link, 1989, 2006b, 2006a). Admirava também a combinação entre sociologia e economia presente nas teorias de Marx e Weber. De Walras, adotou a noção do empreendedor, mas, em vez da figura abstrata do sistema de equilíbrio geral de Walras, Schumpeter optou por um empreendedor real, vivo e concreto (Grebel, 2004, p. 29; Hébert & Link, 1989, 2006b, 2006a). Refletindo o interesse dos economistas austríacos por processos de desequilíbrio, Schumpeter transformou o empreendedor num mecanismo de mudança económica (Hébert & Link, 1989, 2006b, 2006a).

Uma teoria funcional mais sólida sobre empreendedorismo permitiria que o empreendedor tome decisões capazes de modificar o equilíbrio da empresa. J.B. Clark avançou nessa direção, mas não conseguiu finalizar esse processo (Hébert & Link, 2006a, p. 349). Tanto Clark quanto Schumpeter foram influenciados, de algum modo, pela Escola Histórica Alemã, um grupo crítico à doutrina económica predominante, especialmente a variante inglesa (Hébert & Link, 2006a, p. 350).

Schumpeter considera que o principal agente de mudança numa teoria de desenvolvimento económico é o empreendedor, sendo esse desenvolvimento um processo dinâmico que causa uma mudança do *status quo* económico (Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006a, p. 352, 2006b). O autor defendeu que o desenvolvimento económico deveria ser a base para

reinterpretar um processo vital que tinha sido marginalizado na análise económica convencional pelo foco estático de equilíbrio geral e não apenas uma prolongação da teoria económica ortodoxa (Hébert & Link, 2006a, p. 352). O empreendedor é uma figura-chave para Schumpeter, pois é ele que causa o desenvolvimento económico (Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 353, 2006b).

Ao aplicar novas combinações de fatores de produção, o empreendedor de Schumpeter passa a ser a força motriz da mudança económica, sendo ele o responsável pelo surgimento e declínio do capitalismo (Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006b; van Praag, 1999). Os atores económicos talentosos que promovem inovações, criando novas tecnologias, descobrindo produtos inéditos e abrindo novos mercados, são responsáveis pelos ciclos económicos de curto e longo prazo (Hébert & Link, 2006b).

Schumpeter foi o primeiro grande economista a revisitar Say. Na sua obra clássica *Die Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung (A Teoria do Desenvolvimento Económico)*, publicada em 1911, Schumpeter rompeu com a economia tradicional - de maneira muito mais radical do que John Maynard Keynes faria vinte anos depois e considerava que a competição envolvia principalmente as inovações dinâmicas do empreendedor (Drucker, 1985, p. 27; Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 353). Schumpeter definiu o empreendedor como um inovador e postulou que o desequilíbrio dinâmico era causado por este, em vez do equilíbrio e otimização, é a “norma” de uma economia saudável e a realidade central para a teoria e prática económica (Casson & Casson, 2014; Drucker, 1985). A obra *A Teoria do Desenvolvimento Económico* foi o primeiro passo nesse esforço schumpeteriano de criar as ferramentas teóricas e conceitos necessários para abordar a esfera económica da realidade, ao mesmo tempo em que atribuiu fenómenos como guerras, crises políticas e questões culturais ou espirituais uma importância secundária (Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021). A influência importante desses últimos não é apagada; ao contrário, Schumpeter conseguiu elegantemente salientar a análise do desenvolvimento económico do mundo capitalista em elementos exclusivamente económicos do processo. O argumento central do seu sistema de pensamento atribuiu o papel mais significativo ao empreendedorismo, com a sua natureza inovadora inseparável e incorporada (Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021).

Schumpeter utilizou o conceito de equilíbrio tal como Weber usou o estado estacionário - um ponto de partida. Schumpeter cunhou uma frase para descrever esse estado de equilíbrio,

chamando-o de “o fluxo circular da vida económica” (Hébert & Link, 2006a, p. 353; Michaelides & Milios, 2009; Schumpeter, 1911, p. 95). A principal característica deste fluxo é que a vida económica prossegue rotineiramente com base na experiência passada; não há forças evidentes para qualquer mudança no *status quo*. Nesse fluxo circular, apenas os produtos que foram produzidos no período anterior são consumidos em cada período, e apenas os produtos que serão consumidos no período seguinte são produzidos (Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006a, p. 354).

Os fluxos de negócios são inicialmente interpretados como o resultado inevitável da dinâmica do desenvolvimento económico. A competição schumpeteriana impulsiona a inovação, mas também gera imitadores que copiam a inovação dos seus rivais, atraindo investimentos e levando a um período de crescimento (Emami-Langroodi, 2021). Quando a vantagem de lucro do inovador original é eliminada, os investimentos migram para outro lugar e o setor pode até mesmo encolher, até a próxima inovação disruptiva, que reinicia o ciclo (Emami-Langroodi, 2021).

Neste sistema de fluxo circular, a função de produção é invariável, embora a substituição de fatores seja possível dentro dos limites dos horizontes tecnológicos conhecidos. A única função real que deve ser realizada neste estado é de combinação de dois fatores de produção, realizada a cada período mecanicamente, sem a necessidade de alguém a supervisionar (Hébert & Link, 2006b, p. 354; Schumpeter, 1911, p. 45). Nesta situação artificial, o empreendedor é uma entidade inexistente. “Se optarmos por chamar o gestor ou proprietário de um negócio de ‘empreendedor’ (...)”, escreveu Schumpeter (1911, pp. 45–46), então ele seria um empreendedor como descrito por Walras, “(...) sem função especial e sem renda de um tipo especial”. No fluxo circular, os custos das empresas são iguais às receitas; os preços são iguais aos custos médios. Não há lucros, nem taxas de juros, nem poupança, nem investimento e nem desemprego (Emami-Langroodi, 2021). De acordo com Schumpeter, o equilíbrio estacionário é caracterizado pelo fluxo circular que continua a se renovar a cada ano no mesmo sistema, assim como o sangue circula no corpo humano (Emami-Langroodi, 2021).

O fluxo circular é apenas uma construção teórica. O problema relevante, escreveu Schumpeter (1943, p. 84) em *Capitalism, Socialism and Democracy*, não é como o capitalismo administra estruturas existentes, mas sim como ele as cria e destrói. Este processo, a que Schumpeter chamou de “Destruição Criativa”, é a essência do

desenvolvimento económico, ou seja, o desenvolvimento é uma perturbação do fluxo circular e é um mecanismo que ocorre nas fases de recessão e depressão do ciclo, que, embora tenha impactos negativos a curto prazo, Schumpeter considera positivo para a dinâmica económica a longo prazo (Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006a, p. 354; Legrand & Hagemann, 2017).

A Destruição Criativa refere-se à incessante mutação intrínseca da estrutura económica por meio da destruição dos comportamentos e planos antigos e estabelecidos, e à criação de novos por parte dos empreendedores (Croitoru, 2012). Novos setores atraem recursos económicos dos antigos; novas empresas removem negócios às empresas estabelecidas; e novas tecnologias tornam habilidades e máquinas existentes obsoletas (Robinson & Acemoglu, 2012, p. 88). Uma das principais razões das nações estagnarem é o medo e bloqueio deste processo, ao evitar instituições económicas inclusivas, afetando assim a inovação disruptiva e o progresso económico causado pela mesma (Robinson & Acemoglu, 2012, p. 96).

A Destruição Criativa é um processo que ocorre na vida industrial e comercial, não no consumo e é definido pela realização de novas combinações na produção e realizado pelo empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 355). É claro, então, que para Schumpeter, o crescimento e a dinâmica do ciclo se influenciam mutuamente (LeGrand & Hagemann, 2017). A Destruição Criativa, embora certamente seja o conceito mais famoso de Schumpeter, também é bastante complexa, ou seja, o resultado de um processo de liquidação e realocação de recursos produtivos durante uma recessão, especialmente na fase de depressão (Emami-Langroodi, 2021; Legrand & Hagemann, 2017).

Schumpeter simplificou a sua teoria em três pares básicos e opostos: 1) o fluxo circular versus alterações na rotina económica ou nos dados; 2) estática versus dinâmica; e 3) empreendedorismo versus gestão (Hébert & Link, 2006a, p. 355, 2009, p. 71). O primeiro conjunto consiste em dois processos concretos; o segundo, dois conjuntos teóricos; o terceiro, duas formas distintas de comportamento (Hébert & Link, 2006a, p. 355, 2009, p. 71). A teoria sustentava que a função essencial do empreendedor difere daquela do capitalista, proprietário de terra, trabalhador e inventor. Segundo Schumpeter, o empreendedor pode ser qualquer uma dessas figuras, mas se o for, é por coincidência e não por uma função específica (Hébert & Link, 2006a, p. 355, 2009, p. 71). Além disso, a função empreendedora, em princípio, não está ligada à posse de riqueza, apesar de “o facto accidental

da posse de riqueza constituir uma vantagem prática” (Schumpeter, 1911, p. 101). Adicionalmente, os empreendedores não formam uma classe social no sentido técnico, apesar de serem admirados pela sua habilidade numa sociedade capitalista (Hébert & Link, 2006a, p. 355, 2009, p. 71; Schumpeter, 1911, p. 78).

Schumpeter idealizava o empreendedor como uma figura heroica, sem a qual grandes inovações não poderiam ocorrer, sendo o empreendedor dinâmico aquele que inova e cria “novas combinações” na produção (Casson & Casson, 2014; Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006a, p. 355). Schumpeter distinguiu cinco tipos de inovações: a introdução de um novo produto - ou seja, algo que os consumidores ainda não estão familiarizados ou uma nova qualidade de um bem; inovação tecnológica baseada num novo processo de produção, ou seja, um método ainda não testado no ramo de fabricação em questão; abertura de um novo mercado de exportação, isto é, um mercado no qual o ramo específico de fabricação do país em questão não entrou anteriormente, independentemente de este mercado ter existido antes ou não; exploração de uma nova fonte de fornecimento; e a criação de um monopólio ou de um novo tipo de empresa de qualquer indústria (Casson & Casson, 2014; Croitoru, 2012; Emami-Langroodi, 2021; Hébert & Link, 2006a, p. 355):

“This concept covers the following five cases: (1) The introduction of a new good – that is one with which consumers are not yet familiar – or a new quality of a good. (2) The introduction of a new method of production, that is one not yet tested by experience in the branch of manufacture concerned, which need by no means be founded upon a discovery scientifically new, and can also exist in a new way of handling a commodity commercially. (3) The opening of a new market, that is a market into which the particular branch of manufacture of the country in question has not previously entered, whether or not this market has existed before. (4) The conquest of a new source of supply or raw materials or half-manufactured goods, again irrespective of whether this source already exists or whether it has first to be created. (5) The carrying out of the new organization of any industry, like the creation of a monopoly position (for example through trustification) or the breaking up of a monopoly position.” (Schumpeter, 1911, p. 66)

Schumpeter reforçou que o empreendedor não apenas inventava, mas comercializava a sua invenção ao comprometer recursos para implementá-la e lançá-la no mercado, portanto, o

empreendedor era um agente económico e não apenas uma pessoa criativa ou artística (Casson & Casson, 2014).

Com o passar do tempo, a força das novas combinações se dissipa, à medida que o “novo” se torna parte do “antigo” (fluxo circular), mas isso não altera a essência da função empreendedora (Hébert & Link, 2006a, pp. 355–356). De acordo com Schumpeter, todos são empreendedores somente quando estão criando novas combinações, perdendo essa característica assim que estabelecem os seus negócios e começam a administrá-los como outras pessoas gerem as suas empresas (Hébert & Link, 2006b, p. 356; Schumpeter, 1911, p. 78).

Na teoria de Schumpeter, a inovação bem-sucedida requer um ato de vontade, não de intelecto, portanto, depende de liderança, não de inteligência, e não deve ser confundida com invenção (Hébert & Link, 2006a, p. 356). Schumpeter enfatizava que inovação e invenção demandam habilidades distintas (1911, p. 88). Embora empreendedores possam também ser inventores ou capitalistas, eles não são inventores por natureza de sua função, mas por coincidência (Schumpeter, 1911, pp. 88–89). Além disso, as inovações, que são a missão dos empreendedores, não precisam necessariamente ser invenções (Schumpeter, 1911, p. 89).

A liderança que constitui a inovação no sistema schumpeteriano não é homogênea. Uma aptidão para liderança surge em parte do uso do conhecimento, e o conhecimento possui aspetos de um bem público. Pessoas de ação que percebem e reagem ao conhecimento o fazem de várias maneiras; cada um internaliza o bem público de maneira potencialmente diferente (Hébert & Link, 2006a, p. 357). O líder distingue-se do gestor em virtude da sua aptidão. Diferentes habilidades na gestão quotidiana levam apenas a sucessos variados no que todos os gestores realizam, ao passo que habilidades distintas de liderança indicam que alguns podem lidar com as incertezas relacionadas ao que nunca foi feito antes (Schumpeter, 1928). De facto, superar essas dificuldades ligadas à mudança de práticas é o papel do empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 357).

A função empreendedora de Schumpeter contrasta fortemente com a função gestora descrita por Mill, mas tem semelhanças com o empreendedor de Marshall, que também é um líder e uma pessoa de imaginação criativa (Hébert & Link, 2006a, p. 357). Assim como Marshall, Schumpeter separou os lucros do empreendedor dos ganhos da gestão, no entanto, rejeitou categoricamente a ideia de que o lucro é uma renda diferencial, insistindo que não fosse

confundido com os retornos de outros fatores (Hébert & Link, 2006a, p. 357). Tal como Clark, cuja teoria dos lucros considerou mais próxima da sua, Schumpeter argumentou que a mera existência de lucros empreendedores significa que o equilíbrio foi perturbado (Hébert & Link, 2006a, p. 357).

O lucro do empreendedor, para Schumpeter, é um excedente que resultou do saldo entre a receita e os custos do empreendedor. Esse excedente pode existir devido à combinação de recursos existentes por parte de um empreendedor reduzir os custos ou aumentar os valores dos produtos (Hébert & Link, 2006a, p. 358). O valor deste excedente está relacionado com a produtividade do empreendedor, ou seja, a diferença de excedentes de empreendedores diferentes e se existe lucro ou prejuízo, estes resultam das habilidades, eficiência e capacidades dos empreendedores na utilização dos recursos disponíveis para criar esse excedente (Hébert & Link, 2006a, p. 358).

Como referido anteriormente, autores como Cantillon e Hawley enfatizaram a relação entre o lucro do empreendedor e o risco, assunção que Schumpeter rejeitou. O autor argumentou que o risco recai sobre o capitalista, ou seja, o proprietário dos bens, e não sobre o empreendedor enquanto empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 359). Apesar da vontade e energia excepcionais, o empreendedor de Schumpeter é uma pessoa sem capital. Nesse aspeto, Schumpeter concordou com Clark e afastou-se do seu mentor, Böhm-Bawerk, para quem o empreendedor era claramente o capitalista, sem possibilidade de separação (Hébert & Link, 2006a, p. 359).

Alguns economistas criticaram Schumpeter pela sua relativa negligência em relação ao tema da incerteza na sua teoria do empreendedorismo. Um desses economistas foi Andreas Papandreou, que serviu como primeiro-ministro da Grécia em três mandatos, entre 1981 e 1996 (Zouboulakis, 2023). Papandreou argumentou que a incerteza é fundamental para compreender e valorizar o ambiente no qual os empreendedores rompem com a rotina, definindo o empreendedor como aquele que realiza inovação em condições de incerteza e imprevisibilidade (Hébert & Link, 2006a, p. 360, 2009, p. 75).

O sistema económico schumpeteriano é capaz de reconfiguração e mudança pois a metáfora de “Destruição Criativa” de Schumpeter esta inserida no papel atribuído ao empreendedor e à sua inovação (Croitoru, 2012). A sua abordagem teórica ao fenómeno empreendedor permanece como um dos principais alicerces para análises contemporâneas nesse campo, e

sua a perspectiva macroeconómica ainda inspira inúmeros economistas (Croitoru, 2012). As visões de Schumpeter sobre os fenómenos económicos perduraram ao longo dos anos devido à sua especificidade e perspectiva focada nos fatores endógenos da esfera económica do mundo (Croitoru, 2012).

Schumpeter distanciou a sua própria conceção de capitalismo da definição marxista, primeiro, minimizando a importância da propriedade dos meios de produção; segundo, insistindo na liderança económica; e por último, enfatizando o papel do crédito e do dinheiro emprestado como a característica distinta da economia capitalista (Velardo, 2022). Schumpeter adota uma abordagem diferente para teorizar o capitalismo, afastando-se de Marx da seguinte forma: da exploração para a inovação, da acumulação para o crédito, do antagonismo capitalista-proletariado para o esforço conjunto entre empreendedor e banqueiro (Velardo, 2022).

Em suma, a influência de Schumpeter na teoria do desenvolvimento económico tem sido enorme, mesmo entre os economistas que rejeitam totalmente a sua teoria do empreendedorismo. Aqueles que tentam modificar a teoria são obrigados a lidar com ela nos seus termos originais (Hébert & Link, 2006a, p. 360, 2009, p. 76). Ao longo do tempo, a visão e o aparato teórico de Schumpeter têm sido mais fascinantes para os economistas do que os de Weber, devendo-se em parte devido ao facto de que a teoria de Schumpeter não depende de fatores extraeconómicos (Hébert & Link, 2006a, p. 360, 2009, p. 76). Ambos os pensadores avançaram com teorias de liderança do empreendedor. Enquanto Weber concebeu o inovador como um alguém inspirado e modelado na ética protestante, Schumpeter retratou o empreendedor como o agente económico normal (Hébert & Link, 2006a, p. 361, 2009, p. 76). Este último é uma estratégia analítica mais plausível, pois numa teoria de evolução económica é mais significativo postular o surgimento de alguém com habilidades económicas extraordinárias como um mecanismo de mudança do que postular o surgimento aleatório de uma figura carismática (Hébert & Link, 2006a, p. 361, 2009, p. 76).

3.1.6. Autores posteriores a Schumpeter

A teoria do desenvolvimento económico de Schumpeter e a teoria do empreendedorismo presente na mesma estimularam uma nova onda de pesquisa sobre empreendedorismo no século XX (Hébert & Link, 2006a, p. 363, 2009, p. 78). No entanto, a reação dos escritores do século XX foi bastante diversificada. Na Universidade de Harvard, a base académica de Schumpeter nos EUA, começou-se a estudar o empreendedor a partir da perspectiva da

história económica. Outros escritores estiveram mais preocupados com a análise da teoria de Schumpeter, especialmente a questão de se o empreendedor é uma força equilibradora ou desequilibradora. Ainda outros autores se dividem ao longo das linhas neoclássicas e austríacas. Nesta seção, expõe-se e examina-se as diversas abordagens e os autores que as promoveram.

3.1.6.1. Estudos Históricos de Harvard

Após a abordagem de Schumpeter sobre o desenvolvimento económico, iniciou-se uma tradição de estudos históricos sobre empreendedorismo através da criação do Centro de Pesquisa em História Empreendedora da Universidade de Harvard, fundado por Arthur H. Cole (1889–1974) (Hébert & Link, 2006a, p. 363, 2009, p. 78). Este centro multidisciplinar e a sua primeira revista académica exclusivamente dedicada à pesquisa em empreendedorismo, “*Explorations in Entrepreneurial History*”, foram impulsionadores institucionais fundamentais da agenda da pesquisa no empreendedorismo em Harvard (G. Jones & Wadhvani, 2006; Wadhvani & Lubinski, 2017).

O campo (e o centro de pesquisa) começou promovendo uma variedade diversificada de perspectivas sobre empreendedorismo e atraiu um número de jovens talentosos, que viriam a moldar a história económica e empresarial pelo restante do século, incluindo Alfred Chandler, Douglass North e David Landes (Wadhvani & Lubinski, 2017). As perspectivas de Cole sobre o empreendedor e seu interesse no assunto foram moldados pela influência de Edwin F. Gay (1867–1946), o fundador da Associação de História Económica e seguidor de Schumpeter (Hébert & Link, 2006a, p. 364, 2009, p. 78). O empreendedor como agente desequilibrador de mudanças ocupa um lugar proeminente na filosofia da história de Edwin Gay, que afirma que a quantidade de competição livre permitida na sociedade varia de acordo com a necessidade social (Hébert & Link, 2006a, p. 364, 2009, p. 78).

Tal como Edwin, Cole lamentou a negligência do empreendedor tanto por historiadores como teóricos económicos. Para descobrir a singularidade do empreendedorismo e a sua importância para a economia, Cole defendeu uma abordagem de estudo de caso que empregasse diversos métodos, incluindo investigações transversais de indivíduos específicos ao longo do tempo, estudos longitudinais de funções empreendedoras específicas, como tendências em políticas de pessoal, e estudos conceituais no empreendedorismo histórico que poderiam oferecer soluções para problemas atuais (Hébert & Link, 2006a, p. 364, 2009, p. 79).

O empreendedor de Cole possui duas características notáveis, cada uma das quais com antecedentes precoces na economia. Primeiro, ele é um agente produtivo que utiliza outros fatores produtivos para a criação de bens, segundo, ele toma decisões sob incerteza (Hébert & Link, 2006a, p. 364, 2009, p. 79).

3.1.6.2. Abordagem Anti-Equilíbrio de Shackle

G. L. S. Shackle (1903–1992) defendeu que os empreendedores fazem história. Shackle concentrou a sua atenção no ato psíquico da tomada de decisão no mundo dos negócios. Numa fase inicial de investigação sobre a natureza e essência da empresa, Shackle identificou dois papéis que devem ser desempenhados (Hébert & Link, 2006a, p. 365, 2009, p. 80). Um é lidar com a incerteza, outro é tomar decisões. Esses dois papéis não são desconexos, pois a tomada de decisão envolve improvisação ou invenção - ações que são genuinamente possíveis apenas num mundo de desconhecidos e incertezas (Hébert & Link, 2006a, p. 366, 2009, p. 80).

Shackle, um seguidor de Marshall, foi capaz de explicar a natureza das decisões empresariais e o alcance para a ação humana dentro delas e criticou a falha da teoria económica convencional em reconhecer a descoberta principal de Marshall - o papel do tempo no mundo dos negócios (Hébert & Link, 2006a, p. 366, 2009, p. 80). O tempo, segundo Shackle, produz uma tapeçaria histórica, cujos fios são as consequências das decisões humanas (Shackle, 1966, p. 73).

Tempo e incerteza estão intimamente ligados. A abordagem de Shackle ao empreendedorismo enfrenta a incerteza de maneira direta e rejeita modelos deterministas, mas destaca que algum tipo de ordem prevalece no mundo dos assuntos práticos (Hébert & Link, 2006a, p. 366, 2009, p. 80). Shackle defende que a incerteza é um estado de espírito e subjetiva (Shackle, 1966, p. 86). Essa magnitude subjetiva, no entanto, é delimitada pela possibilidade, uma condição necessária para manter o problema em investigação dentro do escopo de manipulação analítica. Shackle argumenta que, sem limites para a ação humana, um indivíduo é impotente para influenciar o curso dos eventos; logo, apenas com incerteza delimitada esse indivíduo pode agir de maneira criativa (Shackle, 1966, p. 86).

Segundo Shackle, as decisões empresariais envolvem imaginação e escolha diante de uma incerteza delimitada. Evitando o termo ambíguo “*entrepreneur*”, Shackle chama os tomadores de decisão de “*enterprisers*” (empreendedores) (Shackle, 1955, p. 48). Shackle

reserva este termo para aqueles envolvidos na produção que realmente suportam a incerteza, reconhecendo que aqueles que desejam podem se desvincular da incerteza (Shackle, 1955, p. 82). Enquanto tomar decisões e suportar incertezas poderiam ser considerados dois papéis distintos, para Shackle, o “*enterpriser*” é o indivíduo singular que assume ambos os papéis.

Apesar desta mudança de terminologia, o “*enterpriser*” de Shackle apresenta forte afinidade com o empreendedor de Cantillon, refletindo também uma combinação de preocupações marshallianas, keynesianas e austríacas (Hébert & Link, 2006a, p. 367, 2009, p. 81). Tal como Marshall, Shackle pretende integrar plenamente os efeitos do tempo na economia da tomada de decisões; como Keynes, aborda a questão da incerteza nas decisões empresariais; como Menger e outros, é um radical subjetivista (Hébert & Link, 2006a, p. 367, 2009, p. 81). No entanto, existem diferenças importantes também, ao contrário dos autores referidos, a abordagem de Shackle para a economia é psicológica e Anti-Equilíbrio. Os seguidores autênticos de Shackle são um número reduzido, destacando-se Ludwig Lachmann, que também apresenta fortes inclinações para a escola austríaca.

3.1.6.3. T.W. Schultz (1902-1998) e a Abordagem do Capital Humano ao Empreendedorismo

O laureado com o Prémio Nobel T. W. Schultz desenvolveu uma teoria empreendedora fundamentada na teoria do Capital Humano, da qual ele foi um dos pioneiros (Hébert & Link, 1989, 2006a, 2009). Schultz observa na literatura económica contemporânea uma falha persistente em reconhecer as recompensas obtidas por aqueles que promovem a equilibração económica, especialmente quando ocorre em atividades não relacionadas ao mercado (Hébert & Link, 1989, 2006a, 2009; Schultz, 1975, 1980). Criticou o conceito e tratamento padrão do empreendedorismo principalmente por quatro razões: (1) o conceito geralmente limitava-se a empresários, (2) não levava em conta as diferenças nas habilidades alocativas entre os empreendedores, (3) a oferta de empreendedorismo não era tratada como um recurso escasso, e (4) o empreendedorismo era negligenciado sempre que as considerações de equilíbrio geral dominam a investigação económica (Schultz, 1975).

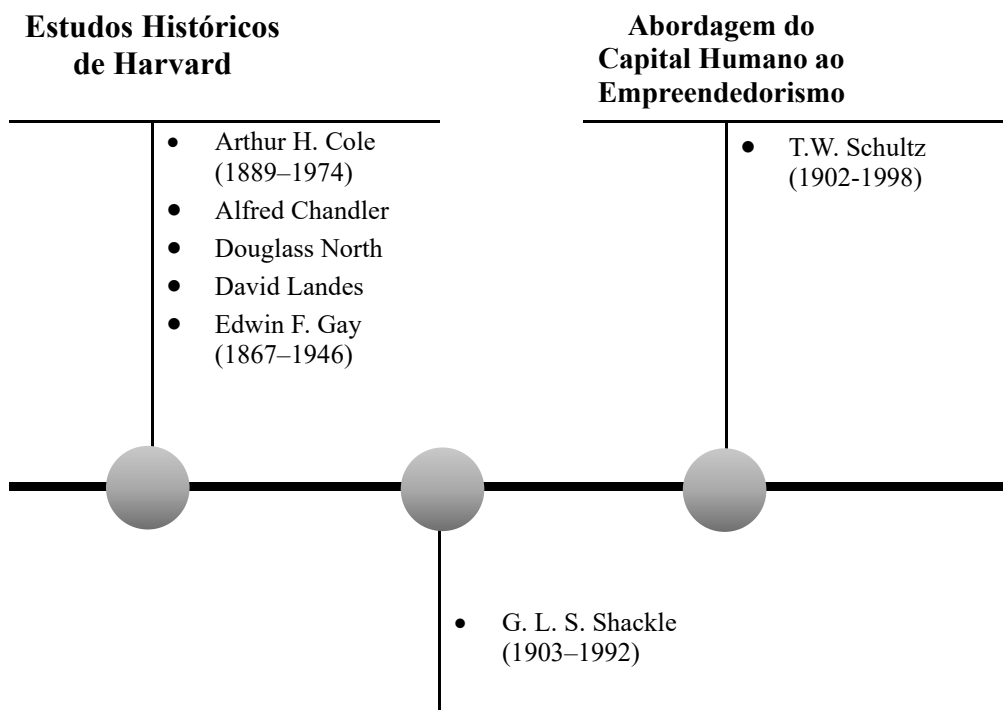
Tal como Schumpeter, Schultz trabalhou o conceito empreendedorismo através da tradição walrasiana (Klein & Cook, 2006) e realizou dois avanços significativos. Primeiro, redefiniu o conceito de empreendedorismo como “a habilidade de lidar com desequilíbrios” e estendeu a noção a atividades não mercantis - atividades domésticas, alocação de tempo por parte de estudantes, diretores de universidades ou de pesquisa são alguns dos exemplos que Schultz

apresenta para empreendedores em atividades não mercantis -, além das atividades de mercado (Schultz, 1975). Segundo, forneceu evidências sobre os efeitos da educação na capacidade das pessoas de perceber e reagir a desequilíbrios e argumentou que Schumpeter não foi longe o suficiente na sua formulação (Schultz, 1975).

Schultz também afirmou que os empreendedores de Schumpeter tornaram-se uma parte decrescente da narrativa tecnológica na sociedade contemporânea devido ao crescimento da pesquisa e desenvolvimento no setor público, um desenvolvimento que Schumpeter não poderia ter previsto (Schultz, 1980). Ao contrário de Schackle, Schultz defendeu o método do equilíbrio, ampliando assim o conceito de empreendedorismo para que abrangesse qualquer agente económico capaz de lidar com desequilíbrios no mercado, insistindo que a habilidade empreendedora é um recurso económico escasso e que a experiência, educação e saúde aperfeiçoam a habilidade empreendedora, que Schultz considera uma forma de capital humano (Klein & Cook, 2006; Schultz, 1980).

Uma característica distinta da abordagem do capital humano é que rejeita a noção de que as recompensas do empreendedor são um retorno ao risco, pois Schultz defende que não existe uma conexão exclusiva entre o risco e atividade empreendedora ao argumentar que o risco também é assumido por pessoas não empreendedoras nas suas atividades (Schultz, 1980). A figura 3.7 mostra os principais autores posteriores a Schumpeter.

Figura 3.7 - Principais autores posteriores a Schumpeter



Abordagem Anti- Equilíbrio

Fonte 8 - Autor (2025)

3.1.7. O Renascimento Austríaco: Ludwig von Mises (1881–1972) e Israel Kirzner (1930-)

Antes do caos causado pelo Terceiro Reich de Hitler se espalhar por toda a Europa, diversos economistas austríacos de segunda geração emigraram na década de 1930. Friedrich Hayek (1889–1992) foi para Londres; Ludwig von Mises (1881–1972) e Joseph Schumpeter, foram para os EUA (Hébert & Link, 2006a, p. 371, 2009, p. 84). Embora Schumpeter tenha encontrado um lar acadêmico nos EUA rapidamente, Mises enfrentou dificuldades, mas com o tempo, foi recebido no corpo docente da Universidade de Nova York sob um acordo especial. Lá, tornou-se o porta-voz da escola austríaca de economia, estendendo intelectualmente a sua influência a um grupo pequeno de estudantes e seguidores (Hébert & Link, 2006a, p. 371, 2009, p. 84).

Mises definiu a economia como o estudo da ação humana que ocorre num quadro de mercado e defende que a natureza da atividade de mercado é um processo empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 371, 2009, p. 84; von Mises, 1949, p. 2). Assim como Clark, Knight e Schumpeter, que desenvolveram as suas teorias por primeiro introduzir estruturas artificiais da economia, como o estado estático e o fluxo circular, e depois formular hipóteses de como a atividade empreendedora altera esses estados, Mises construiu a sua teoria com base na noção da “economia em rotação uniforme” (von Mises, 1949, p. 245).

A economia em rotação uniforme representa uma imagem rígida do mundo - um estado de equilíbrio caracterizado pela ausência de mudança na data e no tempo, um mundo de estabilidade de preços perfeita onde os preços de mercado e os preços finais coincidem (von Mises, 1949, p. 248). Neste cenário, o comportamento humano não pode ser nada mais do que uma resposta involuntária e o objetivo expresso da economia em rotação uniforme é meramente fornecer um ponto de partida para a construção de uma teoria realista (von Mises, 1949, p. 249).

Um aspecto fundamental da ação humana de Mises é que ela influencia o futuro e é influenciada pelo futuro, sendo que o resultado da ação é sempre incerto pois a ação torna-

se sempre especulação (von Mises, 1949, p. 249). Deste modo, os participantes na economia real fazem escolhas e lidam com as incertezas subseqüentes do futuro (von Mises, 1949, p. 253). Neste contexto, o termo empreendedor representa o agente económico que atua exclusivamente através da incerteza inerente a toda ação (von Mises, 1949, p. 254). No sistema em rotação uniforme ninguém é um empreendedor; mas na economia real, todos os agentes económicos são sempre empreendedores (von Mises, 1949, p. 253).

Seguindo esta visão, os capitalistas que emprestam os seus ativos com menos que certeza perfeita de reembolso são empreendedores, embora tal não implique que os empreendedores devam ser capitalistas (Hébert & Link, 2006a, p. 372, 2009, p. 85). Da mesma forma, os agricultores também são, pois, nenhum proprietário de qualquer fator de produção está isento de incerteza (Hébert & Link, 2006a, p. 372, 2009, p. 85). Os trabalhadores também são empreendedores, porque os seus salários são determinados por atividades de mercado incertas (Hébert & Link, 2006a, p. 372, 2009, p. 85). Desta maneira, Mises generalizou a incerteza a todas as atividades do mercado e trouxe uma extensão lógica da visão original de Cantillon sobre o empreendedor, que excluía os proprietários de terras e trabalhadores do conceito empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 372, 2009, p. 85).

Tal como outros autores que o precederam, Mises examinou o papel do empreendedor no contexto da teoria da distribuição de renda (von Mises, 1949, p. 252). Mises distinguia entre distribuição funcional e distribuição histórica, chamando a atenção para o empreendedor em cada uma delas e expondo a ambigüidade do conceito no seu uso duplo. Por um lado, Mises afirma que a economia utiliza o termo empreendedor num sentido geral e, por outro lado, utiliza também o termo num sentido mais restrito para definir aqueles que estão especialmente ansiosos para lucrar por ajustar a produção às mudanças esperadas nas condições, aqueles que têm mais iniciativa, mais audácia e um olhar mais rápido do que a população, e os precursores que impulsionam e promovem a melhoria económica (von Mises, 1949, p. 255). Mises concluiu assim que é estranho e confuso utilizar a mesma palavra para significar duas noções diferentes e que poderia ser mais conveniente empregar outro termo para a segunda noção, como o termo 'promotor' em vez de empreendedor (von Mises, 1949, p. 256).

Este segundo tipo de agente económico distingue-se da conceção de empreendedor de Schumpeter, apesar de existirem semelhanças, Mises argumenta que nem todas as mudanças na demanda dos consumidores exigem inovações e melhorias tecnológicas, ou seja, a função

do empreendedor não é apenas experimentar novos métodos tecnológicos mas selecionar de uma variedade de métodos tecnologicamente viáveis aqueles que são os mais adequados para fornecer ao público da forma mais barata possível as coisas que eles necessitam com maior urgência (von Mises, 1951, pp. 9–10). Portanto, embora a função do empreendedor seja tomar decisões, as decisões que envolvem inovação e melhorias tecnológicas não são um requisito para ser empreendedor.

Na tradição capitalista do desenvolvimento económico, o lucro e o prejuízo são o incentivo da atividade empreendedora. Mises considera que é a decisão empreendedora que cria tanto o lucro como o prejuízo, não o capital em si, como defendeu Marx (von Mises, 1951, p. 20). Mises defende que o lucro é um produto da mente do empreendedor devido ao seu sucesso em antecipar o estado futuro do mercado (von Mises, 1951, p. 20) e que rotular os lucros como excessivos e penalizar os empreendedores eficientes através de taxas adicionais, quem acaba por ser prejudicado são as pessoas, pois estas taxas adicionais são o equivalente a taxar o sucesso em servir melhor o público, pois o único objetivo de todas as atividades de produção é empregar os fatores de produção de forma a render o maior rendimento possível (von Mises, 1951, p. 21).

Israel Kirzner (1930–), um estudante de Mises, foi quem apresentou a “mais provocativa das novas teorias do campo austríaco” (Barreto, 1989, p. 14; Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 86). Para Kirzner, a essência do empreendedorismo é a capacidade de descobrir oportunidades de lucro. Reconhecendo a influência combinada de Mises e Hayek, Kirzner oferece a sua teoria como uma espécie de meio-termo entre a visão “neoclássica” de Schultz e a visão “radical” de Shackle (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 86). Kirzner claramente contribuiu para o modo de pensar austríaco, bem como para a teoria do empreendedorismo, ao afirmar que os empreendedores são as pessoas na economia que estão atentas para descobrir e explorar oportunidades de lucro e são eles as forças equilibradoras no processo de mercado (Kirzner, 1973, p. 41; van Praag, 1999).

Em 2006, a Swedish Foundation for Small Business Research e o Swedish Board of Industrial and Technical Development atribuíram o seu Prémio Internacional de 2006 para Empreendedorismo e Pesquisa em Pequenas Empresas a Kirzner pelo seu contributo na investigação em empreendedorismo (Douhan et al., 2007).

Kirzner baseia a sua abordagem para o empreendedorismo em três noções importantes. Primeiro é a visão central de Mises do mercado como um processo empreendedor. Segundo é a percepção vital de Hayek de que o mercado gera um processo de aprendizagem. Terceiro é a convicção de que as atividades empreendedoras são atos criativos de descoberta (Kirzner, 1985, p. x).

Tal como Shackle, Kirzner critica a economia convencional pois não deixa espaço para ação humana com propósito, mas, ao contrário de Shackle, Kirzner não deseja abandonar o quadro do equilíbrio económico (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 86). Portanto, Kirzner aceita que o papel do empreendedor é alcançar o tipo de ajuste necessário para movimentar os mercados económicos em direção ao estado de equilíbrio. Este papel crucial, ele argumenta, é ignorado por modelos económicos que se concentram nos resultados de equilíbrio em vez do processo de equilíbrio (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 86; Kirzner, 1985, pp. 11–12).

Seguindo o seu mentor, Mises, Kirzner mantém que a economia neoclássica dominante - como a análise de equilíbrio - define um estado no qual cada decisão antecipa corretamente todas as outras decisões, um estado no qual decisões são tomadas e ações são realizadas apenas através de cálculos mecânicos, o julgamento individual não tem lugar, e cada participante do mercado toma decisões que simplesmente ajustam meios fornecidos para atingir um objetivo específico (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 87). Contrastando, na economia dinâmica de Mises, o conhecimento não é nem completo nem perfeito, portanto, os mercados estão constantemente em estados de desequilíbrio, e é o desequilíbrio que dá espaço para a função empreendedora (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 374, 2009, p. 87).

Inicialmente, Kirzner aparentou afastar-se de Mises de várias maneiras, atraindo assim diversas críticas de outros autores normalmente simpatizantes. A principal objeção foi dirigida ao empreendedor puro e sem recursos (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 375, 2009, p. 87) de Kirzner, ou seja, um empreendedor que não possui capital próprio. O âmago da crítica é que se alguém não tem nada a perder, não há sentido em dizer que este está sujeito a riscos, que é a essência do conceito de empreendedorismo de Mises (1951, p. 13). Contrariamente a Mises, mas seguindo a mesma tradição, Kirzner argumenta que a essência do empreendedorismo é a vigilância às oportunidades de lucro percebidas (Kirzner, 1973, p.

41), uma ideia que está implícita nas obras de Wieser e Mises, mas que não conseguiram desenvolver as suas plenas implicações (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 375, 2009, p. 87).

Kirzner gosta de destacar a analogia de que o empreendedor é uma pessoa que, ao ver uma nota de \$10 no chão diante dele, está alerta para a oportunidade e a agarra rapidamente (Kirzner, 1973, pp. 47–48). A pessoa alerta a pegará rapidamente; a menos alerta levará mais tempo para reconhecer a oportunidade e agir sobre ela. Nem todos os empreendedores são iguais. Ao destacar puramente a alerta dessa maneira, Kirzner enfatiza a qualidade da percepção, identificando uma oportunidade que parece certa; embora na realidade, toda oportunidade de lucro seja incerta (Hébert & Link, 2006a, p. 375, 2009, p. 87). Kirzner ilustra a alerta através da arbitragem, a pessoa que, devido a diferenças na demanda, descobre a oportunidade de comprar a preços baixos e vender os mesmos itens a preços altos (Kirzner, 1973, p. 48). Nestes casos, o empreendedor de Kirzner não requer capital, como o empreendedor de Mises, nem imaginação, como o “*enterpriser*” de Shackle, sendo o ganho empreendedor um retorno da arbitragem (Barreto, 1989, p. 19).

Um dos críticos desta noção de Kirzner de que o empreendedor se reduz à sua capacidade de alerta foi Rothbard (1985), questionando o papel da incerteza na visão do empreendedor de Kirzner (Barreto, 1989, p. 15; Campagnolo & Vivel, 2020; Rothbard, 1985). De forma a responder às críticas, Kirzner elaborou a sua visão do empreendedorismo em relação à incerteza. A questão levantada nas críticas a Kirzner é que a arbitragem lida com oportunidades conhecidas e presentes para explorar diferenças de preço que excedem os custos de transação ao longo do tempo ou do espaço, enquanto a incerteza existe apenas com relação ao futuro (Rothbard, 1985). Ao confinar a atividade empreendedora à prática da arbitragem, portanto, Kirzner minimiza a importância da incerteza na tomada de decisões humanas e as consequências são importantes para a análise econômica porque uma teoria que ignora a incerteza não pode explicar o prejuízo empreendedor, apenas o lucro empreendedor (Rothbard, 1985).

Respondendo aos seus críticos, Kirzner confrontou essa assimetria e alterou a sua posição em certa medida, passando a argumentar que a incerteza é central para a noção de atividade empreendedora, mas alega que a relação é mais sutil do que anteriormente suposto (Kirzner, 1985, p. 41, 2000, p. 96). O empreendedorismo que também requer arbitragem envolve a descoberta dos erros passados, enquanto o empreendedorismo diante da incerteza envolve decisões de mercado de vários períodos que exigem a imaginação e criatividade do

“*enterpriser*” de Shackle (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 376, 2009, p. 88). Ambas as visões definem oportunidades de lucro, mas a última dá um propósito mais amplo para os talentos de construção de estrutura do empreendedor e, portanto, enfatiza o seu papel na criação da história. A visão anterior, por outro lado, enfatiza o cálculo e o julgamento pelo empreendedor dentro de um certo quadro económico (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 376, 2009, p. 88).

Deste modo, Kirzner passou a defender uma visão sintética do empreendedorismo que combina as atividades revolucionárias do empreendedor (Shackle) com os ajustes corretivos da arbitragem, que ele antes enfatizava. Nesta nova forma, a natureza do empreendedorismo é mais diretamente rastreada de volta através de Mises até a formulação original de Cantillon (Hébert & Link, 1989, 2006a, p. 376, 2009, p. 88). O tempo e a incerteza podem alterar a forma de ação chamada empreendedorismo, mas não mudam sua função essencial, sendo esta percepção a base para a “visão ampliada” de Kirzner, sendo necessário especificar a natureza do processo de mercado para ser possível compreender concretamente a manifestação da função empreendedora nesse mesmo processo (Kirzner, 1985, pp. 63–64).

Outro crítico a Kirzner foi Schultz (1980), devido a Kirzner negligenciar o empreendedorismo como um recurso escasso e a noção de uma curva de oferta normal da habilidade empreendedora, pois Schultz, como referido anteriormente, concebe que a habilidade empreendedora é um serviço e um recurso escasso (Schultz, 1980). Kirzner respondeu que simplesmente não é útil considerar uma curva de oferta, pois especificar a quantidade de empreendedorismo envolve custos ou quantidades que não são identificáveis (Kirzner, 1985, p. 89).

Apesar desta divergência fundamental, as teorias de Kirzner e Schultz abordam várias questões importantes. Ambos os escritores abordam o empreendedor como alguém que percebe a oportunidade de lucro numa situação de desequilíbrio e age de acordo. Ambos acreditam que o conceito é de suma importância e muito mais abrangente num âmbito do que tinha sido representado na literatura económica. As linhas de demarcação entre as duas teorias tendem a ser traçadas em bases metodológicas, em vez de analíticas (Hébert & Link, 2006a, p. 377, 2009, p. 89).

3.1.7.1. Harvey Leibenstein (1922–1994)

Economistas neoaustriacos como Kirzner oferecem uma alternativa teórica ao paradigma do equilíbrio geral da economia neoclássica, mas surgiu outro modo de pensar fora do círculo austriaco, a teoria da Eficiência X, desenvolvida por Harvey Leibenstein (1922-1994). A teoria da Eficiência X afirma que uma maior quantidade de competição no mercado de produtos pressionará os membros das empresas a produzir com mais esforço, de modo que estas estejam produzindo mais próximo das suas fronteiras de produção, deste modo, as empresas produzirão mais próximo de suas fronteiras de produção (Frantz, 2020).

Hébert & Link (2006a, p. 378, 2009, p. 89) consideram ser discutível se o empreendedorismo é central ou incidental para a teoria de Leibenstein. No entanto, estes autores consideram ser evidente que o paradigma da Eficiência X exclui precisamente aqueles aspetos do quadro neoclássico que praticamente eliminaram o papel do empreendedor.

Num mundo de concorrência perfeita de equilíbrio geral, todos os participantes são vistos como maximizadores bem-sucedidos de utilidade e todas as empresas são vistas como produzindo eficientemente, existindo uma relação de 1 para 1 entre os *inputs* e a produção, e entre a produção e os custos, ou seja, cada quantidade de *inputs* leva a um único nível de produção, e cada nível de produção leva a um único nível de custos (Frantz, 2018). A empresa é apenas um conjunto de projetos de engenharia onde tudo tem o seu lugar e tudo se encaixa perfeitamente e sem esforço. Todos os preços são conhecidos e todos os *inputs* são comercializados, tornando assim o empreendedorismo numa atividade trivial (Frantz, 2018). A taxa de produção e os custos de produção são o que os projetos de engenharia revelam que são, não existindo indeterminação de produção ou custos. Sendo este um mundo de pura perfeição, tornou-se muito atrativo na teoria microeconómica (Frantz, 2018).

Leibenstein rejeita esta visão de concorrência perfeita, substituindo perfeição por a ineficiência como norma. Assim como outros autores fizeram na década de 1950/1960, Leibenstein “espiou” dentro da “caixa preta” da teoria microeconómica convencional e descobriu uma anomalia da teoria chamada teoria Eficiência X, que é um subconjunto da economia comportamental (Frantz, 2018). Na teoria Eficiência X, não existe uma correspondência de 1 para 1 entre *inputs* e produção nem entre produção e custo. Qualquer quantidade de *inputs* pode resultar numa variedade de produção, dependendo de vários fatores, incluindo a pressão por desempenho (Frantz, 2018). Existem alguns *inputs* que não são comercializados, incluindo o conhecimento de gestão e a capacidade da gestão de

encontrar *inputs* que não são comercializados mesmo em mercados bem organizados, surge então a necessidade de empreendedores (Frantz, 2018).

As imperfeições de mercado que explicam a ineficiência X na teoria de Leibenstein surgem principalmente da entropia organizacional, da inércia humana, dos contratos incompletos entre agentes económicos e dos conflitos de interesse existentes entre estes agentes económicos (Frantz, 2018; Hébert & Link, 2006a, p. 378, 2009, p. 89) .

No mundo da Ineficiência X, as empresas não necessariamente maximizam lucros, nem sempre minimizam custos. Evidentemente, a visão do que o empreendedor faz depende da visão do mercado de cada um. O mundo da ineficiência X é um mundo de margem constante, o que implica a existência de oportunidades empreendedoras.

De acordo com Leibenstein (1968), estas oportunidades enquadram-se em quatro categorias: conexão de diferentes mercados, correção de deficiências de mercado, conclusão de *inputs* e criação ou extensão de entidades que ligam o tempo, transformando *inputs*. Mas o empreendedor de Leibenstein deve trabalhar arduamente para descobrir tais oportunidades. A existência de margem e o facto de nem todos os *inputs* serem comercializados tendem a obscurecer os sinais de lucro, de modo que estes devem ser descobertos. Um mundo com tantas imperfeições de mercado quanto o de Leibenstein ainda deve dar um amplo escopo para a atividade empreendedora, assim como uma situação perfeitamente competitiva o retira (Hébert & Link, 2006a, p. 378, 2009, p. 90).

Leibenstein enfatiza a função de complementação de *inputs* como o papel crítico do empreendedor, envolvendo o preenchimento de lacunas no processo de produção e a superação de obstáculos à produção (Hébert & Link, 2006a, p. 378, 2009, p. 90). Para Leibenstein, a motivação é o único *input* que está sempre ausente, tratando o esforço individual como uma variável na produção e, por causa disso, negando a existência de uma função de produção única. Esta última noção adiciona uma dimensão de incerteza empreendedora que é aumentada pela entropia organizacional dentro da empresa, que o empreendedor deve tentar superar (Hébert & Link, 2006a, p. 379, 2009, p. 90).

A perspectiva de Leibenstein resulta numa teoria de lucros sem limites definidos, sendo que o quadro de ineficiência-X não favorece uma teoria específica de lucro, destacando uma variedade de possibilidades contratuais (Hébert & Link, 2006a, p. 379, 2009, p. 90). Como resultado das suas atividades como um “completador incompleto”, o empreendedor

encontra-se numa posição estratégica para negociar contratos favoráveis que determinam o tamanho e a forma da sua recompensa. Este pode depois assumir a posição de reclamante residual, seja individualmente ou como parte de um grupo, alternativamente, pode receber uma parcela fixa e imediata do valor capitalizado da empresa, ou ainda, pode nomear-se administrador para receber tanto um salário quanto uma participação nos lucros residuais (Hébert & Link, 2006a, p. 379, 2009, p. 90; Leibenstein, 1979, pp. 136–137).

Apesar da teoria de Leibenstein aparentar ter semelhanças em diversos pontos com a teoria austríaca, os teóricos neoaustriacos permaneceram céticos quanto à sua autoridade analítica (Hébert & Link, 2006a, p. 379, 2009, p. 90). Estes autores tenderam a interpretar o empreendedorismo de Leibenstein como apenas uma característica interessante do panorama económico, e não como um fator central para o processo económico (Hébert & Link, 2006a, p. 379, 2009, p. 91).

Kirzner (1979, p. 142) escreveu que o empreendedorismo de Leibenstein *“is a feature that indeed seems to come into focus when observed through the X-efficiency lens; but the X-efficiency paradigm can be presented without any special reference to entrepreneurs.”*. Em contraste, os neoaustriacos tratam o empreendedor como a chave para entender todo o curso dos fenómenos económicos, pois consideram que é por meio dos pensamentos e ações do empreendedor que o que acontece no estado de desequilíbrio se torna perceptível.

3.1.8. Peter Drucker (1909 - 2005)

Peter Drucker (1909-2005) é considerado o pai da gestão moderna (Kurzynski, 2009; Romar, 2004). Na sua carreira distinta, durante cerca de 75 anos como autor, professor e consultor no campo da gestão, Drucker escreveu amplamente e autoritariamente sobre o campo e, em grande parte, o seu trabalho possui um tom ético distinto (Kurzynski, 2009; Romar, 2004).

A carreira de Drucker resultou em mais do que apenas a produção de teorias e modelos de negócios. A compreensão do trabalho de gestão gerou ideias modernas para uma maneira distinta de ser um gestor, baseada em ideais esquecidos e princípios morais enraizados (Kurzynski, 2009). Drucker considerava as empresas como organizações humanas, uma organização social, uma comunidade e uma parte menor do todo que é a sociedade, além de uma entidade económica (Kurzynski, 2009). A sua filosofia de gestão baseia-se numa filosofia comunitária - fundamentada na crença de que, mesmo na nossa sociedade individualista, as pessoas ainda buscam conexão, significado e propósito, dando importância

a cada indivíduo, ilustrando que cada pessoa na organização é como um instrumento numa melodia, ela não é constituída por sons individuais, mas sim pelas relações entre estes (Drucker, 1946, pp. 24–26).

Drucker considera que se uma organização deseja ser capaz de inovar, ter uma hipótese de sucesso e prosperar durante períodos de mudanças rápidas, deve então incorporar à organização a gestão empreendedora, ou seja, políticas e práticas empreendedoras. Estas políticas e práticas devem ser aplicadas tanto dentro da empresa existente quanto nos novos empreendimentos da organização (2008, p. 357).

A organização deve também aplicar estratégias empreendedoras fora da organização, especialmente no mercado. Por fim, uma organização empreendedora deve realizar o trabalho árduo necessário para buscar sistematicamente janelas de oportunidade inovadoras, às quais aplica as suas estratégias empreendedoras (Drucker, 2008, p.357).

Assim como o empreendedorismo requer gestão empreendedora, ou seja, práticas e políticas dentro da empresa, também requer práticas e políticas fora, no mercado. Requer estratégias empreendedoras. Existem quatro estratégias especificamente empreendedoras (Drucker, 1985, p. 209; Drucker & Maciariello, 2008, p. 378):

1. Ser “O Mais Rápido com o Maior Número”
2. “Acertar Onde Eles Não Estão”
3. Encontrar e ocupar um “nicho ecológico” especializado
4. Mudar as características económicas de um produto, mercado ou indústria

Ser “o mais rápido com maior número” é a abordagem que muitos consideram ser a estratégia empreendedora por excelência. Drucker considera que se alguém fosse basear-se nos livros populares sobre empreendedorismo, concluiria que esta é a única estratégia empreendedora e também muitos empreendedores, especialmente do setor de alta tecnologia, compartilhavam dessa mesma opinião (1985, p. 210; 2008, pp. 378–379). No entanto, estão errados, apesar de que muitos empreendedores escolheram essa estratégia, ser “o mais rápido com o maior número” não era a estratégia empreendedora dominante, muito menos a que apresenta menor risco ou maior taxa de sucesso. Pelo contrário, de todas as estratégias empreendedoras, é a mais arriscada. Além disso, é implacável, não tolerando

erros e não oferecendo uma segunda oportunidade, mas, se for bem-sucedida, esta estratégia é altamente recompensadora (Drucker, 1985, p. 210; Drucker & Maciariello, 2008, p. 379).

A estratégia de ser “o mais rápido com o maior número” tem de acertar em cheio ou então falha completamente. O empreendedor, para utilizar esta estratégia, requer pensamento e análise cuidadosa. Requer também um objetivo claro e todos os esforços têm de ser focados neste. E quando esse esforço começa a produzir resultados, o inovador tem de estar pronto para mobilizar recursos maciçamente (Drucker, 1985, p. 215; Drucker & Maciariello, 2008, p. 380). Após que a inovação se tornou um negócio bem-sucedido, o trabalho realmente começa. Então, esta estratégia exige esforços substanciais e contínuos para manter uma posição de liderança; caso contrário, tudo o que se fez foi criar um mercado para um concorrente (Drucker, 1985, p. 215; Drucker & Maciariello, 2008, p. 380).

O empreendedor-inovador necessita intensificar os seus esforços após alcançar a liderança, mantendo um ritmo ainda mais acelerado do que anteriormente, e continuar a promover inovações numa escala muito maior. Após o sucesso da inovação, é necessário aumentar o orçamento de pesquisa, encontrar novos usos para o produto, identificar e persuadir novos clientes a experimentar os novos materiais (Drucker, 1985, p. 217; Drucker & Maciariello, 2008, p. 380). Mais importante ainda, o empreendedor bem-sucedido em ser “o mais rápido com o maior número” deve tornar o seu produto ou processo obsoleto antes que um concorrente o copie. O trabalho no sucessor do produto ou processo bem-sucedido deve começar imediatamente, com a mesma dedicação e investimento de recursos que levaram ao sucesso inicial (Drucker, 1985, p. 217; Drucker & Maciariello, 2008, p. 380).

Finalmente, o empreendedor que alcançou a liderança ao ser “o mais rápido com o maior número” tem de ser aquele que sistematicamente reduz o preço de seu próprio produto ou processo pois ao manter o preço alto simplesmente encoraja potenciais concorrentes a vender o mesmo produto a menores preços (Drucker & Maciariello, 2008, p. 380).

A estratégia de ser “o mais rápido com o maior número” é tão arriscada que apresenta uma probabilidade maior de falhar do que de ter sucesso, seja devido à falta de determinação, à insuficiência de esforços ou, mesmo com uma inovação bem-sucedida, à falta de recursos disponíveis para aproveitar o sucesso, entre outros fatores. Embora este tipo de estratégia seja altamente recompensador quando bem-sucedida, é muito arriscada e muito difícil de ser

utilizada para qualquer coisa além de grandes inovações (Drucker, 1985, p. 218; Drucker & Maciariello, 2008, p. 381).

Na maioria dos casos, estratégias alternativas estão disponíveis e são preferíveis, não porque apresentam menos risco, mas porque, para a maioria das inovações, a oportunidade não é grande o suficiente para justificar o custo, o esforço e o investimento de recursos necessários para a estratégia de ser “o mais rápido com o maior número” (Drucker, 1985, p. 219; Drucker & Maciariello, 2008, p. 381).

Relativamente ao segundo tipo de estratégias empreendedoras, Drucker descreve duas abordagens completamente diferentes: a “*imitação criativa*” e o “*judo empreendedor*” (Drucker, 1985, p. 220; Drucker & Maciariello, 2008, p. 381). A “*Imitação criativa*” é claramente uma contradição pois o que é criativo geralmente é original e a imitação, por definição, não é “original” (Drucker, 1985, p. 220; Drucker & Maciariello, 2008, p. 381). Apesar, o termo descreve uma estratégia que é “imitação” na sua essência. O que o empreendedor faz é algo que outra pessoa já fez, mas é “criativo” pois o empreendedor que aplica a estratégia de imitação criativa entende o que a inovação representa melhor do que as pessoas que a criaram e que inovaram inicialmente (Drucker, 1985, p. 220; Drucker & Maciariello, 2008, p. 381). Já o “*judo empreendedor*” consiste em descobrir o que torna a concorrência forte e como transformar essa força em fraqueza (Drucker & Maciariello, 2008, p. 383), sendo que das estratégias empreendedoras, especialmente aquelas com o objetivo de alcançar a liderança e domínio em certa indústria ou mercado, o judo empreendedor é, para Drucker, a menos arriscada e a mais provável de ter sucesso (1985, p. 226; 2008, p. 384).

O terceiro tipo de estratégia, encontrar e ocupar um nicho ecológico especializado, tem como objetivo o controle. Enquanto as estratégias discutidas anteriormente têm o propósito de posicionar a empresa num mercado amplo ou numa indústria importante, a estratégia do nicho ecológico pretende alcançar um monopólio prático numa área restrita. As duas primeiras estratégias são de natureza competitiva. A estratégia do nicho ecológico pretende conferir aos seus praticantes uma imunidade à concorrência e torná-los improváveis de serem desafiados (Drucker, 1985, p. 233; Drucker & Maciariello, 2008, p. 387).

Os praticantes bem-sucedidos de ser “o mais rápido com o maior número”, imitação criativa e judo empreendedor tornam-se grandes empresas, e, em alguns casos, até mesmo conhecidas a nível nacional ou internacional.

Por outro lado, os praticantes bem-sucedidos da estratégia de nicho ecológico priorizam o ganho financeiro em detrimento da fama, encontrando satisfação no anonimato. É através deste anonimato que a empresa pode garantir a ausência de concorrência, já que, na estratégia de nicho ecológico mais bem-sucedida, o principal objetivo é ser tão discreto que, apesar da importância do produto para um processo específico, poucos ou ninguém provavelmente tentará competir. Existem três estratégias de nicho distintas, cada uma com seus próprios requisitos, limitações e riscos: a estratégia de pedágio, a estratégia de habilidade especializada e a estratégia de mercado especializado (Drucker, 1985, p. 233; Drucker & Maciariello, 2008, p. 387).

A primeira estratégia de nicho ocorre quando a empresa garante uma posição de pedágio (*toll-gate position*), que é a posição mais desejável que uma empresa pode ocupar. Esta posição ocorre quando a empresa garante um produto essencial para um processo e que o risco de não utilizar esse produto é infinitamente maior do que o custo do produto, um exemplo desta posição foi o desenvolvimento de uma enzima pela empresa Alcon Inc. para as cirurgias de cataratas, sendo que após a introdução desta no mercado, nenhum cirurgião ocular realizaria esta operação sem a enzima, e como o mercado era reduzido, não existia motivação para os concorrentes desenvolverem um produto concorrente (Drucker, 1985, pp. 233–235; Drucker & Maciariello, 2008, pp. 387–388). Deste modo, para esta estratégia resultar, o mercado deve ser tão limitado que quem o ocupe primeiro o monopolize, deve ser um verdadeiro nicho ecológico, que um produto o preencha completamente, e que ao mesmo tempo seja pequeno e discreto o suficiente para não atrair concorrentes (Drucker & Maciariello, 2008, p. 388).

Esta estratégia apresenta limitações severas e riscos sérios, pois é essencialmente uma posição estática. Uma vez que o nicho ecológico é ocupado, é improvável que haja muito crescimento pois a empresa depende da demanda pelo processo ou produto para o qual o produto de pedágio fornece um ingrediente (Drucker, 1985, p. 235; Drucker & Maciariello, 2008, p. 388). Uma vez que a estratégia de pedágio alcance o seu objetivo, a empresa só pode crescer tão rápido quanto os seus clientes crescem, mas pode declinar rapidamente e se tornar obsoleta se alguém encontrar uma maneira diferente de satisfazer o mesmo uso final

(Drucker, 1985, p. 235; Drucker & Maciariello, 2008, p. 388). O estrategista de pedágio nunca deve explorar o seu monopólio, pois os seus clientes encontrarão outro fornecedor ou mudarão para produtos substitutos menos eficazes que então poderão controlar (Drucker, 1985, p. 236; Drucker & Maciariello, 2008, p. 388).

A segunda estratégia de nicho, a estratégia de habilidade especializada, difere da anterior, pois apesar do nicho ser único, é bastante grande, sendo que as empresas que aplicam esta estratégia, desenvolveram alta habilidade num curto espaço de tempo, alcançando e mantendo a posição de controlo através destas habilidades especializadas (Drucker & Maciariello, 2008, p. 389). Um exemplo desta estratégia foi o empreendedor alemão Karl Baedeker, que conquistou uma posição tão dominante num nicho de habilidades especializadas através de guias turísticos, que ainda são chamados pelo seu nome, Baedeker (Drucker & Maciariello, 2008, p. 389).

Um nicho de habilidades especializadas raramente é encontrado por acaso, pois resulta de um levantamento sistemático de oportunidades inovadoras. Em cada caso, o empreendedor procura o lugar onde uma habilidade especializada pode ser desenvolvida e pode conferir a uma nova empresa uma posição de controlo única (Drucker & Maciariello, 2008, p. 389).

Portanto, nas fases iniciais de uma nova indústria, novo mercado ou nova tendência importante, há a oportunidade de buscar sistematicamente a oportunidade de habilidade especializada e então geralmente há tempo para desenvolver uma habilidade única, sendo que o nicho de habilidade especializada requer uma habilidade que seja única e diferente das existentes no mercado (Drucker & Maciariello, 2008, p. 390). O negócio que se estabelece num nicho de habilidade especializada é pouco provável de ser ameaçado pelos seus clientes ou fornecedores, pois nenhum realmente deseja apostar em algo que seja tão diferente em habilidade e temperamento. Um negócio ocupando um nicho de habilidade especializada deve constantemente trabalhar na melhoria da sua própria habilidade, mantendo-se à frente da sua indústria e tornando-se obsoleto constantemente (Drucker & Maciariello, 2008, p. 390).

Tal como os outros dois tipos de estratégias apresentados, o nicho de habilidade especializada usufrui vantagens únicas, mas também apresenta limitações severas. Primeiro, restringe o campo de ação da organização, pois esta especializou-se num campo específico; segundo, o ocupante de um nicho de habilidade especializada geralmente depende de outra

pessoa para levar o seu produto ou serviço ao mercado, tornando-se torna um componente do processo, terceiro, o maior perigo que advém desta estratégia é a especialidade perder esse estatuto e se tornar universal (Drucker & Maciariello, 2008, p. 390).

O nicho de habilidade especializada, como todos os nichos ecológicos, é, portanto, limitado em escopo e em tempo, mas dentro destas limitações, é uma posição altamente vantajosa, especialmente nas novas tecnologias, indústria ou mercado em expansão rápida, sendo talvez a estratégia mais vantajosa pois oferece uma proporção ótima entre a oportunidade e o risco de falhar (Drucker & Maciariello, 2008, pp. 390–391).

A terceira e última estratégia de nicho, o nicho de mercado especializado, difere da anterior pois, apesar de semelhantes, o nicho de habilidade especializada é construído em torno de um produto ou serviço, enquanto o nicho de mercado especializado é construído em torno do conhecimento especializado de um mercado (Drucker & Maciariello, 2008, p. 391). O mercado especializado é descoberto ao analisar um novo desenvolvimento com a pergunta: “Quais são as oportunidades nisso que nos dariam um nicho exclusivo e o que precisamos fazer para preenchê-lo antes de todos os outros?” (Drucker & Maciariello, 2008, p. 391).

O nicho de mercado especializado tem os mesmos requisitos que o nicho de habilidade especializada: análise sistemática de uma nova tendência, indústria ou mercado; uma contribuição inovadora específica e trabalho contínuo para melhorar o produto e especialmente o serviço, para que a liderança, uma vez obtida, seja mantida. Apresenta as mesmas limitações, pois a maior ameaça para a posição do mercado especializado é o sucesso e quando esse sucesso transforma o mercado especializado num mercado em massa (Drucker & Maciariello, 2008, pp. 391–392).

Nas estratégias empreendedoras apresentadas até agora, o objetivo é introduzir uma inovação. O quarto e último tipo de estratégia empreendedora apresentado por Drucker, mudar as características económicas de um produto, mercado ou indústria, a estratégia em si é a inovação (Drucker & Maciariello, 2008, p. 392). Certo produto ou serviço que esta estratégia altera pode ter existido por muito tempo, mas ao empregar esta estratégia, este é transformado em algo novo. Isso ocorre ao mudar sua utilidade, valor e características económicas. Embora não exista mudança física, há algo diferente e inovador do ponto de vista económico (Drucker & Maciariello, 2008, p. 392).

Esta estratégia apresenta quatro abordagens diferentes: criar utilidade; precificação; adaptação à realidade social e económica do cliente; entrega do que representa o verdadeiro valor para o cliente; apesar de diferentes, todas têm a mesma coisa em comum: criam um cliente, que é o objetivo final de um negócio e da atividade económica (Drucker & Maciariello, 2008, p. 392).

A primeira abordagem, criar utilidade para o cliente, funciona ao permitir que os clientes tenham possibilidade de escolher o que for mais ao seu propósito, sendo que o preço geralmente é quase irrelevante na estratégia de criar utilidade (Drucker & Maciariello, 2008, p. 393). Na segunda abordagem, a precificação, permite que o cliente pague pelo que ele compra em vez de pagar pelo que o fornecedor produz, através da venda de certo produto a um preço de mercado menor, às vezes resultando até em prejuízo para a organização, mas com a venda de complementos e produtos relacionados que vão dar assim lucro à empresa, desta forma, o valor final é pago, mas é estruturado de acordo com as necessidades e realidades do consumidor, sendo um exemplo disso o mercado de consolas de jogos, que perdem dinheiro a cada consola vendida, recebendo lucros através dos jogos vendidos para tais consolas (Drucker & Maciariello, 2008, p. 394).

A terceira abordagem, adaptação à realidade social e económica do cliente, as empresas devem adaptar-se a leis e regulamentos, caso o seu cliente seja o estado, de forma que seja possível fazer negócios com este, e caso o seu produto tenha um custo elevado para o seu público-alvo, mas seja extremamente rentável para estes, as empresas aplicam esta estratégia ao permitir um pagamento faseado do produto aos seus clientes (Drucker & Maciariello, 2008, p. 395). Na quarta abordagem, a entrega do que representa o verdadeiro valor para o cliente, a empresa entrega o que é “valor” para o cliente, em vez do que é “produto” para o fabricante, sendo apenas um passo além da estratégia de aceitar a realidade do cliente como parte do produto e parte do que o cliente compra e paga (Drucker & Maciariello, 2008, p. 395). Drucker exemplifica esta estratégia a partir de uma empresa que vende óleo lubrificante para maquinaria pesada e veículos de transporte pesado, sendo que o que este fabricante faz é oferecer aos empreiteiros uma análise das necessidades de manutenção dos seus equipamentos. De seguida, oferece um programa de manutenção com um preço de assinatura anual e garante aos assinantes que os seus equipamentos pesados não serão desligados por mais do que um determinado número de horas por ano devido a problemas de lubrificação, sendo que o programa sempre prescreve o óleo lubrificante deste fabricante

(Drucker & Maciariello, 2008, pp. 395–396). Mas não é este o produto que os empreiteiros compram, pois estes estão a gastar dinheiro de modo a ter operações livres de problemas, que são extremamente valiosas para eles pois reduzem custos através desta prevenção de riscos (Drucker & Maciariello, 2008, p. 396).

A escolha de uma estratégia empreendedora que se adequa a uma determinada inovação é uma decisão de alto risco, sendo que algumas estratégias empreendedoras são mais adequadas que outras em determinadas situações (Drucker & Maciariello, 2008, p. 397). Uma estratégia empreendedora tem mais hipóteses de sucesso quanto mais ela começa com os seus clientes, ao compreender as necessidades, valores e realidades dos clientes para desenvolver uma estratégia empreendedora que atenda às suas demandas e gere valor para estes (Drucker & Maciariello, 2008, p. 397).

Uma inovação é uma mudança no mercado ou na sociedade, que produz um maior retorno para o cliente e uma maior capacidade de geração de riqueza. O teste de uma inovação é sempre o que ela faz pelo cliente. Portanto, o empreendedorismo sempre precisa estar focado no mercado e orientado pelo mercado. Assim, a estratégia empreendedora permanece como a área de tomada de decisão do empreendedorismo, sendo assim a mais arriscada (Drucker & Maciariello, 2008, p. 397).

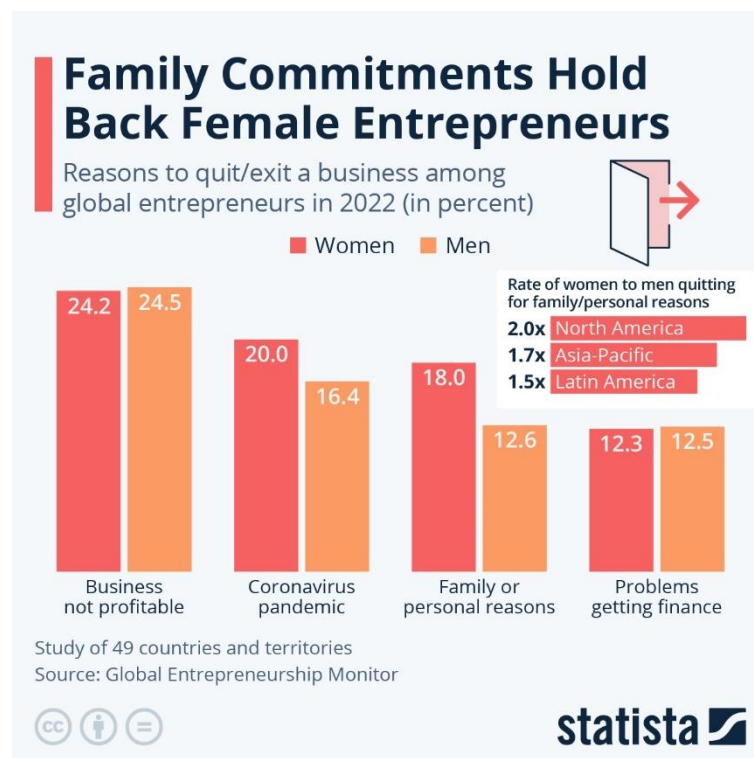
3.1.9. Considerações Finais

A teoria do desenvolvimento económico de Schumpeter e a proeminência que deu ao empreendedorismo desencadearam uma série de estudos na Universidade de Harvard e noutros lugares que tentaram dar um rosto histórico ao empreendedor (Hébert & Link, 2006a, p. 380, 2009, p. 91). Mas ao longo da maior parte do século XX, as teorias sobre a natureza e o papel do empreendedorismo têm se concentrado numa questão ou outra: seja a distinção entre risco e incerteza, ou a questão do equilíbrio versus desequilíbrio, sendo que estas questões permaneceram em grande parte não resolvidas (Hébert & Link, 2006a, p. 380, 2009, p. 91). Autores como Drucker permitiram que o conceito se tornasse parte da gestão quotidiana das empresas, mostrando a importância do empreendedorismo e estratégias empreendedoras que podem ser aplicadas nas empresas (Drucker & Maciariello, 2008, pp. 378–397).

3.2. Desafios ao Ideal Empreendedor: Visões Alternativas e Críticas

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), um dos desafios atuais no empreendedorismo reflete-se na diferença de género, pois tanto os compromissos familiares como a pandemia afetaram mais as mulheres empreendedoras do que os seus colegas masculinos (2023). Numa pesquisa realizada pelo GEM (2023) em 49 países e territórios, 18 por cento das empreendedoras que abandonaram ou saíram de um negócio o fizeram por motivos pessoais e familiares, em comparação com apenas 12,6 por cento dos homens. Da mesma forma, 20 por cento das empreendedoras cujos negócios faliram ou foram vendidos em 2022 atribuíram a pandemia causada pelo Covid-19 como motivo, enquanto apenas 16,4 por cento dos homens fizeram o mesmo. Embora as mulheres sejam mais frequentemente proprietárias de pequenas empresas que foram mais impactadas pela Covid-19, motivos familiares podem estar influenciando outra categoria na pesquisa, já que as mulheres em particular saíram da força de trabalho durante a pandemia devido aos problemas massivos de cuidados com os filhos (GEM, 2023). A figura 3.8 mostra o impacto das expectativas de género, mostrando que os compromissos familiares acabam por afetar mais as empreendedoras do que os seus colegas masculinos.

Figura 3.8 - Diferenças de género no empreendedorismo



Fonte 9 - GEM (2023)

Calás et al. (2009) propuseram a análise de perspetivas teóricas feministas em empreendedorismo para entender como empreender, por um lado, pode reproduzir expectativas de género e a subordinação das mulheres, e como, por outro lado, o empreendedorismo pode potencialmente alterar as relações de poder de género e contribuir assim para a mudança social. Harrison et al. (2024) exploram as questões relacionadas à lacuna de género - as desigualdades institucionalizadas e estruturais que sustentam o acesso diferencial aos recursos por mulheres e homens - e empresárias.

Segundo o instituto +Liberdade, em 2022, Portugal foi o 6º país no mundo com maior percentagem de mulheres empresárias, sendo que cerca de um terço dos proprietários de empresas em Portugal são mulheres (32,2%). Existem fatores culturais que potenciam um maior empreendedorismo feminino e que influenciam este indicador, sendo esta uma das razões para alguns países subdesenvolvidos de África estarem nos primeiros lugares (top 3 foi ocupado pelo Botswana, Uganda e Gana) (+Liberdade, 2022). Se considerarmos apenas países desenvolvidos, os EUA (35,5%) lideram e Portugal aparece na 3.ª posição (+Liberdade, 2022). Segundo o mesmo instituto, em 2023, Portugal destacou-se no período 2018 – 2022 como o país com maior representatividade feminina no registo de patentes internacionais, sendo em média, nesse período, cerca de 30% dos inventores portugueses eram do sexo feminino (+Liberdade, 2023).

Anteriormente neste estudo apresentou-se autores que defenderam que o empreendedor é a figura central do processo económico, uma visão que foi contestada por Friedrich Engels e Karl Marx. Engels defendeu que o Estado tem como razão de existência defender a classe dominante (a “burguesia”), mas que devia ser colocado ao serviço da coletividade (o “proletariado”) e que assim todos tivessem acesso aos meios de produção e então já não existiria necessidade do Estado existir como autoridade pública (Fernandes, 2011, p. 250). Por sua vez, Marx concebia o Estado e o Poder como fenómenos de força que interagem continuamente com as forças económicas e sociais. Ele enfatizava a importância das técnicas de produção e das forças produtivas nesses processos (Fernandes, 2011, pp. 250–251). Deste modo, segundo estes autores, o agente central na atividade económica é o proletário.

Outro autor foi Thorstein Veblen, que se tornou conhecido ao criticar a cultura do consumo e a mentalidade empresarial. Veblen argumentava que o comportamento dos empreendedores era frequentemente motivado pelos seus sentimentos e não pela

maximização do lucro (1904, pp. 41–43), e que a economia era impulsionada por fatores sociais mais amplos do que apenas os empreendedores individuais.

Alguns autores advogam pelo conceito de “*degrowth*” económico (Kallis et al., 2015), sem considerar os efeitos adversos decorrentes desse declínio económico. Por exemplo, durante o primeiro ano da pandemia do Covid-19, houve um aumento de 70 milhões de pessoas vivendo em extrema pobreza, resultando num retrocesso de pelo menos 3 anos de crescimento económico (Norberg, 2023, p. 21). Além disso, tanto a Grécia quanto Portugal enfrentaram crises financeiras nas últimas décadas e respetivo decréscimo económico (Norberg, 2023, p. 254).

Thomas Piketty é um economista francês que se destacou por mostrar que a desigualdade é primariamente política e ideológica, em vez de económica e tecnológica (2021). Piketty (2014) argumenta que o empreendedorismo pode contribuir para a concentração de riqueza nas mãos de poucos, especialmente quando não são implementadas políticas eficazes para mitigar a desigualdade. Apesar do seu livro ter sido um *bestseller* em 2014, foi em grande parte recebido com hostilidade por economistas profissionais (Acemoglu & Robinson, 2015; Arnott et al., 2015; Blume & Durlauf, 2015; McBride, 2014; Norberg, 2023; Steinbaum, 2017). Tal como Marx, Piketty tentou buscar as leis gerais do capitalismo, sendo esta busca equivocada pois ignora as principais forças que moldam o funcionamento económico - a evolução endógena da tecnologia e das instituições e o equilíbrio político que influencia não apenas a tecnologia, mas também como os mercados funcionam e como os ganhos de vários arranjos económicos diferentes são distribuídos (Acemoglu & Robinson, 2015). Norberg (2023, pp. 127–131) critica este autor por apresentar uma noção do empreendedor que saiu das obras de “Austen e Balzac”, Arnott et al. (2015), ao contrário de Piketty, realizaram um estudo empírico analisando a lista da Forbes de 1982, mostrando que a acumulação dinástica de riqueza defendida por Piketty é um mito. Outro estudo (McBride, 2014) mostra que do Forbes 400 de 1987 a 2014, 327 pessoas saíram da lista. Dos 73 restantes, aqueles com as taxas de retorno anual mais altas são geralmente empreendedores e investidores autodidatas - não herdeiros - com uma taxa média de retorno real anual de 5,6 por cento nos últimos 26 anos (McBride, 2014). A taxa de retorno para o Forbes 400 como um todo, 2,4 por cento, é aproximadamente igual aos retornos estimados por Piketty para toda a população. Atualmente, riqueza é largamente gerada por habilidades empreendedoras, com o número de empreendedores na lista Forbes 400 subindo de 40 por cento em 1982 para 69 por cento

em 2011 (McBride, 2014). Por último, é falso que exista uma transferência sistemática dinástica de riqueza pois a tendência é de que 70% da riqueza desapareça na segunda geração e 90% na terceira geração (Castoro, 2015).

Por último, outros autores, como C. Jones & Murtola (2012) defendem que o empreendedorismo é um operador ideológico chave na expropriação do comum, por meio da localização da produção e reivindicações de valor num elemento particular da produção socializada e que o empreendedor tem um papel crucial nessa expropriação.

3.3. Mentalidade Empreendedora

O termo “empreendedorismo” significa coisas diferentes para pessoas diferentes, incluindo autores e líderes de pensamento, sendo então uma disciplina multifacetada, e assim estudado a partir de muitas perspectivas diferentes, o que tem gerado uma infinidade de definições e tornado o paradigma do empreendedorismo elusivo (Audretsch et al., 2015).

Tal como as tecnologias evoluem rapidamente e novos mercados emergem dinamicamente, também a capacidade individual de inovar e agir de maneira empreendedora distingue certos indivíduos dos outros. Kuratko et al. (2021) apontam que alguns autores defendem que a inovação decorre do ambiente externo e depende em grande parte de estar numa localização específica enquanto outros sugerem que esta surge a partir do ambiente organizacional interno, com uma atmosfera informal e uma cultura organizacional de apoio. Em contraste, Kuratko et al. (2021) argumentam que a verdadeira origem da inovação e do empreendedorismo é uma habilidade e perspectiva que estão intrinsecamente presentes em cada um de nós, algo que estes autores designam de Mentalidade Empreendedora (ME). A noção de ME - uma habilidade inata de inovar que impulsiona comportamentos empreendedores (Ratten & Jones, 2021) - tem ganho destaque, refletindo assim a crescente interdisciplinaridade e o vocabulário empreendedor em expansão.

Desde a popularização do termo por McGrath e MacMillan (2000), este conceito tem sido amplamente utilizado pelo campo do empreendedorismo. No entanto, apesar de mais de 20 anos de pesquisa, ainda falta uma definição ou entendimento coesos. O conceito de mentalidade é relativamente novo no vocabulário empreendedor e, devido a essa “novidade”, tem recebido muitas definições variadas e tem também se tornado cada vez mais numa área multidisciplinar (Daspit et al., 2023; Kuratko et al., 2021; McLarty et al., 2022).

Ireland et al. (2003) definem a ME como uma perspectiva orientada para o crescimento, através da qual os indivíduos promovem flexibilidade, criatividade, inovação contínua e renovação e identificam como componentes desta mentalidade o reconhecimento de oportunidades empreendedoras, que é uma atividade fundamental para a criação de riqueza e é um resultado comum de uma ME; a alerta empreendedora, que permite identificar quando novos bens ou serviços se tornam viáveis ou quando bens ou serviços existentes se tornam inesperadamente valiosos para os consumidores; a lógica de opções reais, pensada usualmente em termos de ativos financeiros, considera uma opção como o direito, mas não a obrigação, de comprar ou vender um ativo específico a um preço predeterminado numa data predeterminada; por último, identificam a estrutura empreendedora.

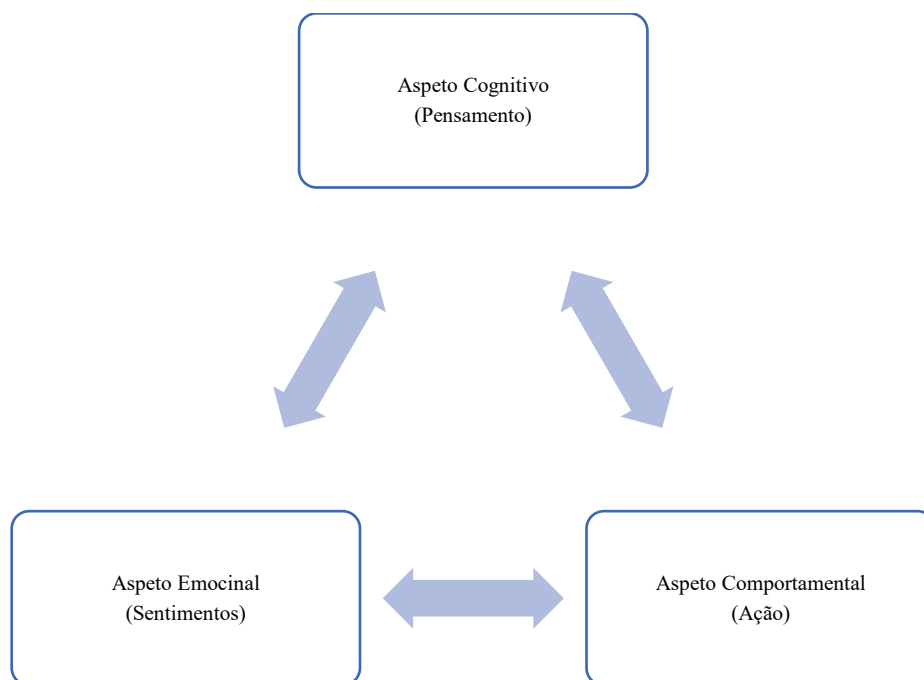
O potencial de criação de riqueza de uma ME aumenta quando é aplicado dentro do contexto de uma estrutura empreendedora (Ireland et al., 2003). Uma estrutura empreendedora inclui ações como o estabelecimento de metas, criação de um registo de oportunidades e determinação do momento associado ao lançamento da estratégia necessária para a exploração de uma oportunidade empreendedora (Ireland et al., 2003). A estrutura empreendedora deve ser consistentemente utilizada em projetos e ao longo do tempo para garantir um tratamento comum enquanto a empresa avalia alternativas para alocações de recursos. Os objetivos de criação de riqueza a serem perseguidos usando uma ME são mais do que incrementais por natureza. A formulação de resultados esperados permite que as partes entendam os objetivos de processo e resultado que devem buscar alcançar ao perseguir oportunidades empreendedoras (Ireland et al., 2003).

A ME capacita à geração de novas ideias, resolução de problemas e descoberta de soluções criativas, além de motivar à ação para aproveitar oportunidades. É o conjunto de perspectivas mentais que molda ações e influencia as emoções, permitindo a inovação por parte dos agentes económicos (Kuratko et al., 2021). No entanto, muitos caem nos mitos que limitam a nossa sua capacidade de inovar, por exemplo, alguns acreditam que a inovação é uma habilidade inata, enquanto outros que é necessário ser um aventureiro destemido para ser empreendedor (Kuratko et al., 2021). Este tipo de pensamento é lamentável, pois o verdadeiro potencial de cada pessoa é ampliado pela sua capacidade de inovar e agir de forma empreendedora, sendo isto alcançado ao fomentar a ME (Kuratko et al., 2021).

Ao consolidar e integrar ideias provenientes de diversas literaturas que fazem referência à ME, Kuratko, Fisher e Audretsch (2021) propõem que três aspectos distintos da mentalidade empreendedora existem. Conforme ilustrado na figura 3.9, eles são:

1. O aspecto cognitivo - como os empreendedores utilizam modelos mentais para pensar.
2. O aspecto comportamental - como os empreendedores se envolvem ou agem diante de oportunidades.
3. O aspecto emocional - o que os empreendedores sentem no empreendedorismo.

Figura 3.9 - A Tríade da Mentalidade Empreendedora



Fonte 10 - Kuratko, Fisher e Audretsch (2021)

O primeiro aspecto, o cognitivo, refere-se aos processos mentais. Estes processos incluem atenção, lembrança, produção e compreensão da linguagem, resolução de problemas e tomada de decisões. O termo surge do latim *cognoscere*, que significa “saber”, “conceituar” ou “reconhecer”, e refere-se a uma faculdade para o processamento de informações, aplicação de conhecimento e mudança de preferências (Kuratko et al., 2021).

De seguida, o aspecto comportamental permite entender como um indivíduo é muito mais propenso a se envolver em ações empreendedoras (Kuratko et al., 2021). Bird & Schjoedt (2009) destacam que o objetivo de toda a cognição e motivação dos empreendedores é tomar ação e dar origem a um empreendimento/organização, sendo que pensamentos, intenções,

motivações, aprendizagem e inteligência sem ação não criam valor económico. Foi esta perspetiva que inspirou importantes pesquisas que examinam a ação e o comportamento empreendedor (van Gelderen et al., 2018).

O último e terceiro aspeto apontado por Kuratko, Fisher e Audretsch (2021) é o emocional. Nos meios de comunicação, tem-se discutido quais as emoções que os empreendedores sentem ou experimentam, sendo algumas dessas a surpresa, antecipação e stress, sendo estas aquelas que o empreendedor deve lidar dentro da sua própria mente (Kuratko et al., 2021). Como o empreendedor ameniza esses sentimentos é demonstrado na administração do negócio e na gestão de relacionamentos (Hartmann et al., 2022; Zhu et al., 2023).

Dentro do domínio das emoções para empreendedores, a pesquisa mostrou que há um lado sombrio derivado do impulso enérgico dos empreendedores, que atua como uma fonte destrutiva. Kets de Vries (1985) reconheceu a existência de certos fatores negativos que podem envolver os empreendedores e dominar seu comportamento. Embora alguns desses fatores possam ter um aspeto positivo, é importante para os empreendedores entender também o seu lado destrutivo potencial, sendo que se identificou três fatores específicos: risco, stress e ego (Kuratko et al., 2021).

Os empreendedores enfrentam diversos riscos, os quais podem ser categorizados em quatro áreas fundamentais: risco financeiro, risco de carreira, risco familiar e social e risco psíquico (Kuratko et al., 2021). O risco financeiro ocorre quando alguém investe uma parte significativa dos seus recursos económicos ou quando assume pessoalmente obrigações da empresa que acabam por ultrapassar o património líquido do empreendedor, expondo assim este à falência pessoal (Caggese, 2012; Kuratko et al., 2021). O risco de carreira ocorre quando alguém decide abandonar um emprego organizacional seguro com um alto salário e um bom pacote de benefícios para se tornar empreendedor (Kuratko et al., 2021). Como uma nova empreitada requer muita energia e tempo do empreendedor, estes enfrentam um risco familiar e social, expondo suas famílias aos riscos de uma experiência familiar incompleta e perdendo amigos antigos devido a eventos perdidos (Zahra et al., 2006). No entanto, destes riscos, o psíquico pode ser o maior para o bem-estar do empreendedor. Empreendedores que enfrentam problemas financeiros, de carreira ou familiares podem ser incapazes de se recuperar, pois, o impacto psicológico foi muito severo para estes (Caliendo et al., 2010).

Alguns dos objetivos empreendedores mais comuns são a independência, riqueza e satisfação no trabalho (Kuratko et al., 2021), deste modo, para alcançar estes objetivos, alguns empreendedores estavam dispostos a tolerar efeitos do stress (Rahim, 1996).

De modo geral, o stress pode ser encarado como uma função das discrepâncias entre as expectativas de uma pessoa e a sua capacidade de atender às demandas, bem como discrepâncias entre as expectativas individuais e a sua personalidade (Kuratko et al., 2021). Quando as demandas e expectativas de trabalho dos empreendedores excedem as suas habilidades para atuar como iniciadores de empreendimentos, eles provavelmente experimentam stress (Kuratko et al., 2021). O stress pode afetar estes empreendedores, pois, ao contrário de outras populações, os empreendedores podem ser incapazes de escapar completamente do stress relacionado ao trabalho devido à sua conexão financeira e/ou psicológica com os seus empreendimentos (White & Gupta, 2020). Como muitos empreendedores trabalham sozinhos ou com um pequeno número de funcionários, poderá exigir ao empreendedor uma multiplicidade de funções devido a esta falta de profundidade de capital humano na sua organização, levando assim a uma sobrecarga de trabalho que não existe para os gestores de empresas grandes (de Mol et al., 2018; Kariv, 2008; Obschonka et al., 2023).

Por último, além dos desafios do risco e do stress, o empreendedor também pode experimentar os efeitos negativos de ter um ego inflado, ou seja, certas características que geralmente impulsionam os empreendedores para o sucesso também podem ser exibidas em excesso (Kuratko et al., 2021). Algumas dessas características são a forte necessidade de controlo e de poder nos seus empreendimentos (Kuratko et al., 2021); obsessão com autonomia e controlo, o que pode fazer com que os empreendedores trabalhem apenas em situações estruturadas conforme os seus termos, o que poderá minar a confiança para o trabalho em equipa pois o empreendedor pode encarar os outros como ameaças à sua autoridade ou violação da sua vontade (Kuratko et al., 2021). Além disso, o forte desejo de poder pode ser uma força corruptora que poderia trazer consequências negativas, assim, a mesma característica que os empreendedores precisam para a criação bem-sucedida de empreendimentos também contém um lado destrutivo (Beaver & Jennings, 2005); por fim, um alto nível de entusiasmo, quando levado ao extremo, pode levar a uma abordagem fantasiosa do negócio (Hogarth & Karelaia, 2012; Koellinger et al., 2007). Este entusiasmo e otimismo extremo pode levar a um estado de autoengano no qual os empreendedores

ignoram tendências, factos e relatórios e se iludem pensando que tudo vai dar certo. Esse tipo de comportamento pode levar à incapacidade de lidar com a realidade do mercado (Haynes et al., 2015).

Essencialmente, o aspeto emocional descreve o que os empreendedores sentem. Muitas vezes, são estes sentimentos que podem impulsionar a ME, sendo claro que o lado emocional deve ser assim considerado um elemento crucial da ME (Kuratko et al., 2021). Examinar os três aspetos da ME certamente oferece valor, mas apenas na medida em que são integrados para um relacionamento interativo que promove o início da ME (Kuratko et al., 2021).

Pidduck et al. (2021) argumentam que a ME ocorre quando as crenças sobre o valor da autonomia, proatividade, inovação, competitividade e tomada de riscos são integradas com crenças específicas da situação sobre oportunidades. Em certos indivíduos com traços empreendedores específicos, as crenças são catalisadas por estes traços, facilitando assim a formação de uma mentalidade, enquanto noutros, a formação da mentalidade é menos provável e requer crenças particularmente fortes (Pidduck et al., 2021).

Outras definições da ME são apresentadas na tabela 1, que mostra as diferentes definições da ME ao longo do tempo (Daspit et al., 2023):

Tabela 3.1 - Diferentes Definições de Mentalidade Empreendedora

Autor (es)	Definições de Mentalidade Empreendedora
Mcgrath e Macmillan (2000)	“...habilidade de perceber, agir e mobilizar em condições incertas.”
Wright et al. (2001)	“Uma ME se refere ao uso mais extensivo de regras práticas e crenças individuais nas decisões envolvidas na inovação estratégica (...) Para aqueles com uma ME, problemas específicos frequentemente se transformam em oportunidades (...) Tais mentalidades permitem que os empreendedores funcionem num meio com muita incerteza...”
Ireland et al. (2003)	“ (...) uma ME [é] uma perspetiva orientada para o crescimento através da qual os indivíduos promovem flexibilidade, criatividade, inovação contínua e renovação.”

Boisot e Macmillan (2004)	“(…) a estratégia de navegação usando o caminho através de mundos plausíveis (...) que busca extrair valor do mundo real ao concretizar plausibilidades (...) que (...) opera sob condições de novidade e incerteza, onde as distribuições de probabilidade anteriores, por não existirem, oferecem pouco orientação “...”
Yusof (2009: 66)	“(…) qualidades como um <i>locus</i> de controlo interno, tolerância à ambiguidade, disposição para contratar pessoas mais inteligentes do que o próprio, um impulso consistente para criar, construir ou mudar coisas, paixão por uma oportunidade, um senso de urgência, perseverança, resiliência, otimismo e senso de humor sobre si mesmo.”
Shepherd et al. (2010)	“Definimos a ME de um indivíduo como a capacidade e disposição dos indivíduos para rapidamente perceber, agir e mobilizar em resposta a uma decisão de julgamento sob incerteza sobre uma possível oportunidade de ganho.”
Noble (2015)	“(…) a ME é um estado metacognitivo de pensamento, e, portanto, um estado de espírito reflexivo, no qual a pessoa empreendedora frequentemente busca adicionar novidade ao sistema económico (...) moldando (...) os detalhes de como um empreendedor responde à incerteza, dada a situação, e não está dissociado dela.”
Davis et al. (2016)	“ (...) uma constelação de motivos, habilidades e processos de pensamento que distinguem empreendedores de não empreendedores”
Mcmullen e Kier (2016)	“habilidade de identificar e explorar oportunidades sem levar em conta os recursos atualmente sob o seu controlo.”
Mohapelo (2017)	“Desenvolver uma ME significa influenciar não apenas formas de pensar, habilidades e conhecimentos, mas também uma reflexão por meio de atitudes e um conjunto observável de padrões comportamentais.”
Naumann (2017)	“(…) é vista como uma forma de pensamento e tomada de decisão adaptável em ambientes complexos, incertos e dinâmicos.”

Asenge et al (2018)	“Empreendedores/indivíduos com uma ME visualizam necessidades, problemas e desafios como oportunidades e desenvolvem formas inovadoras de lidar com os desafios e explorar e fundir oportunidades.”
Zhang et al. (2018)	“A ME relaciona-se com a forma como os empreendedores pensam sobre o sucesso, o fracasso e as dificuldades no processo empreendedor.”
Ikonen & Nikunen (2019)	“(…) assumindo [um espírito empreendedor] e incorporando-o nos seus próprios pensamentos e ações (…)”
Lundmark et al. (2019)	“A mentalidade a nível individual é caracterizada por confiança, otimismo e uma abordagem heurística, nem sempre racional, para tomada de decisões (…)”
Lombardi et al. (2020)	“A ME é composta por reconhecer oportunidades empreendedoras, possuir alerta empreendedor, reagir rapidamente, antever novas oportunidades e reconhecer processos de tomada de decisão equivocados.”
Kaplan & Mcgourty (2020)	“Pessoas com uma ME executam; isto é, elas avançam em vez de analisar excessivamente novas ideias.”
Kuratko (2020)	“A base de uma ME pode ser definida como (….) a capacidade de uma pessoa ser dinâmica, flexível e autorreguladora nas suas cognições, dadas as condições dinâmicas e incertas do ambiente de tarefas.”
Kuratko et al. (2021)	“(…) a verdadeira fonte de inovação e empreendedorismo que é uma habilidade e perspetiva que reside dentro de cada um de nós (….) e consiste em três componentes distintos: aspetos cognitivos, comportamentais e emocionais.”
Wach et al. (2020)	“Os empreendedores geralmente têm uma mentalidade que é (….) autoconfiante, otimista, voltada para o futuro e resiliente (….) e (….) são particularmente propensos a apreciar o potencial para a realização de metas futuras que seu trabalho desafiador cognitivamente atualmente envolve (….) .”
Pidduck et al. (2021)	“ME – O esquema disposicional e baseado em oportunidades que estimula o comportamento empreendedor orientado para metas (….)”

Fonte 11 - Adaptado de Daspit et al. (2023)

Os empreendedores são, por definição, “pessoas comuns que realizam coisas extraordinárias” (Pidduck et al., 2021). Durante os últimos 50 anos, buscou-se explicações únicas para o motivo pelo qual os empreendedores fazem o que fazem. Por 20 desses anos, a ME, vaga e imperfeita como é, tem sido a melhor explicação que a investigação poderia oferecer (Pidduck et al., 2021).

3.4. Ética no Empreendedorismo e Empreendedorismo Social

Atualmente, devido ao apogeu das novas tecnologias, muitos têm aproveitado as novas redes sociais para promover produtos, serviços ou esquemas fraudulentos ou ineficazes, aproveitando-se da vulnerabilidade dos seus alvos para que consigam os extorquir. Muitas vezes, estes indivíduos apresentam-se como “empreendedores”, de modo a branquear os seus atos. Deste modo, é importante distanciar o conceito empreendedorismo destes indivíduos e destacar que o verdadeiro empreendedorismo é fundamentado em valores éticos e práticas responsáveis. O empreendedorismo genuíno envolve a criação de valor legítimo para a sociedade, por meio da inovação, criação de soluções úteis e construção de negócios sustentáveis. Embora o surgimento de pesquisas acadêmicas conectando empreendedorismo e ética seja relativamente recente, o aumento do interesse no tópico tem gerado uma quantidade significativa de estudos ao longo dos anos (Harris et al., 2009; Markman et al., 2016).

O empreendedorismo e o comportamento ético estão intimamente relacionados (Hoogendoorn et al., 2019), sendo um exemplo desta relação as qualidades empreendedoras, tais como a criatividade, novidade e sensibilidade, também consideradas semelhantes às necessárias para tomadas de decisões morais (Buchholz & Rosenthal, 2005). O empreendedor traz algo novo para a sociedade, algo inovador, que atende a uma necessidade dos consumidores, os que são bem-sucedidos necessitam estar ajustados com as necessidades e desejos daqueles que constituem mercados potenciais para os seus produtos e serviços e devem ter imaginação em abundância para vislumbrar um novo produto ou serviço e levá-lo ao mercado (Buchholz & Rosenthal, 2005). Da mesma forma, Dunham et al. (2008) argumentam que o sucesso empreendedor requer imaginação moral, além de um manuseamento eficaz das dimensões estratégicas de iniciar um novo empreendimento. Estudar a ética através de contextos empreendedores pode também oferecer mais clareza em relação às questões éticas (Solymossy & Masters, 2002).

A ética são as regras do jogo que a sociedade impõe (Argandoña, 2004). Quando indivíduos ou empresas violam a ética, estes sofrerão uma perda de legitimidade, sendo esta uma das razões para muitas organizações terem diretores de ética e conformidade (Treviño et al., 2014).

Algumas pesquisas indicam que os empreendedores podem colocar maior destaque no comportamento ético (Bucar & Hisrich, 2001) e exibir níveis mais altos de raciocínio moral (Teal & Carroll, 1999). Outras mostram que a equidade é um elemento importante na gestão da relação entre empreendedores e investidores-chave, levando a um conjunto de resultados desejáveis para o empreendedor (Sapienza & Korsgaard, 1996). Tal foco na ética e equidade por parte do empreendedor pode trazer os seus próprios riscos, no entanto; outros debateram se os empreendedores tendem a confiar demais, tornando-os assim mais vulneráveis ao oportunismo de terceiros (Goel & Karri, 2006; Karri & Goel, 2008; Sarasvathy & Dew, 2008).

Por outro lado, como Kets de Vries (1985) apontou, a presença de certos fatores negativos que podem influenciar os empreendedores e dominar seu comportamento e personalidade pode levá-los a agir como transgressores de regras que desafiam os limites institucionais e morais, sendo essencial os empreendedores estarem consciencializados desta tendência à quebra de regras de modo a aprimorar a tomada de decisões éticas nos seus empreendimentos (Brenkert, 2009; Zhang & Arvey, 2009).

Ao se envolver no processo de destruição criativa identificado por Schumpeter, os empreendedores alteram substancialmente as normas e valores de mercado existentes, colocando assim o empreendedorismo num papel central para lidar com as novas demandas éticas da sociedade (Pittz & Pittz, 2024). Este processo, ao criar riqueza e novos postos de trabalho constantemente, acaba prejudicando aqueles que perdem os seus antigos empregos (Norberg, 2023, p. 293).

O Empreendedorismo Social tem como principal objetivo contribuir para a resolução de problemas sociais e criar valor para a sociedade (Schaltegger & Wagner, 2011), mas, apesar de alguns dos aspetos promissores deste, diversos desafios éticos ainda podem surgir (Muldoon et al., 2022). Alguns indivíduos podem se envolver no empreendedorismo social devido ao egoísmo, desejando ser conhecidos como figuras heroicas, tal como CEOs que buscam responsabilidade social corporativa (Al-Shammari et al., 2019; Gibson et al., 2016).

O empreendedorismo social também pode ser utilizado como um mecanismo para justificar comportamentos questionáveis que alguns indivíduos possam ter, ou seja, o empreendedorismo social pode ser usado como uma justificativa moral para um comportamento inadequado (Muldoon et al., 2022). O empreendedorismo social pode enfrentar problemas com a alocação de recursos quando não há um mecanismo de preço, o que significa que a eficiência pode ser reduzida. Dados os altos riscos de vários problemas, alguns empreendedores podem tentar “cortar caminho” ou justificar comportamentos antiéticos concentrando-se nos fins, em vez dos meios. Além disso, os mecanismos de governança corporativa podem ser fracos, o que poderia limitar a monitoração dos empreendedores sociais (Muldoon et al., 2022).

Existe escassez de investigação académica relacionando empreendedorismo, ética e turismo (Power et al., 2017), deste modo, Power et al. (2017) realizaram um estudo ideográfico, focando na personalidade e ética de empreendedores individuais. Um estudo ideográfico não tem como objetivo desenvolver leis gerais, mas formar descrições significativas de eventos únicos (Power et al., 2017). Através de entrevistas a empreendedores, as autoras identificaram cinco dimensões-chave: intuição; pertença; fluidez; aprendizagem; despertar (Power et al., 2017). Existe também limitações em alguns estudos que relacionam a ética ao empreendedorismo, como a falta de testes em estudos empíricos, sendo essa uma das lacunas identificadas por Pellegrini & Ciappei (2015) no seu estudo.

3.5. Empreendedorismo Sustentável

O Empreendedorismo Sustentável (ES) é, essencialmente, a realização de inovações sustentáveis destinadas ao mercado em massa e que proporcionam benefícios à maior parte da sociedade (Schaltegger, 2013). Dentro da literatura relacionada ao empreendedorismo, o ES é uma linha de investigação emergente (Belz & Binder, 2017; Demirel et al., 2019; Leite, 2023; Sarango-Lalangui et al., 2018).

Os atores económicos ou empresas que contribuem significativamente para o desenvolvimento sustentável por meio de suas atividades principais podem ser chamados de empreendedores sustentáveis (Hoogendoorn et al., 2019; Schaltegger, 2013; Schaltegger & Wagner, 2011). O ES é orientado para oportunidades e visa gerar novos produtos, serviços, processos de produção, técnicas e modos organizacionais que reduzem substancialmente os impactos sociais e ambientais e que aumentam a qualidade de vida (Schaltegger, 2013).

Como referido anteriormente, Schumpeter defendeu que o empreendedorismo pode ser descrito como destruição criativa, desta forma, os empreendedores sustentáveis destroem métodos de produção convencionais existentes, produtos, estruturas de mercado e padrões de consumo, substituindo-os por produtos e serviços ambientais e sociais superiores (Rosário et al., 2022; Schaltegger, 2013; Schaltegger & Wagner, 2011). Estes criam assim a dinâmica de mercado para o progresso ambiental e social, pois as estruturas de mercado convencionais, técnicas de produção, produtos e padrões de consumo associados à insustentabilidade são destruídos em favor de opções mais sustentáveis (Rosário et al., 2022).

Enquanto o empreendedorismo tradicional promove o desenvolvimento económico, o ES concentra-se em alinhar os objetivos sociais, económicos e ecológicos (Belz & Binder, 2017; Rosário et al., 2022). Rodgers (2010) identificou o desenvolvimento de uma tipologia de *ecopreneurs*, a quem ele define como “uma nova geração de agentes de mudança ecologicamente conscientes que podem ser chamados de empreendedores ecológicos”. Eles incluem organizações e indivíduos que popularizam ideias e inovações ecologicamente amigáveis por meio de estratégias de mercado ou não mercadológicas (Hockerts & Wüstenhagen, 2010; Rodgers, 2010; Rosário et al., 2022; York & Venkataraman, 2010). O desenvolvimento sustentável e o futuro dependem destes empreendedores e da sua influência sobre outros investidores e público em geral para adotar práticas sustentáveis (Rosário et al., 2022).

O *framework* para o ES, que até agora abordou abordagens de negócios com uma forte inclusão de questões de sustentabilidade, é aprimorado ao incluir o empreendedorismo social, ou seja, a aplicação da abordagem empreendedora em direção ao objetivo principal de atender às metas sociais (Schaltegger & Wagner, 2011). Nesse contexto, também a noção de empreendedorismo institucional, ou seja, o esforço para mudar instituições como regulamentações de mercado apesar das pressões para a estagnação, desempenha um papel e é considerada (Schaltegger & Wagner, 2011).

A relação entre empreendedorismo e desenvolvimento sustentável tem sido abordada por várias correntes de pensamento e literatura, como o ecoempreendedorismo, empreendedorismo social, ES e, de maneira indireta, também o empreendedorismo institucional (Schaltegger & Wagner, 2011). A tabela 2 mostra os principais objetivos, papéis

e respetiva caracterização dos diferentes tipos de empreendedorismo orientados para a sustentabilidade.

Tabela 3.2 - Caracterização de diferentes tipos de empreendedorismo orientados para a sustentabilidade.

	Ecoempreendedorismo	Emp. Social	Emp. Institucional	ES
Motivação Central	Contribuir para resolver problemas ambientais e criar valor económico.	Contribuir para resolver problemas sociais e criar valor para a sociedade.	Contribuir para mudar instituições regulatórias, sociais e de mercado.	Contribuir para resolver problemas sociais e ambientais por meio da realização de um negócio bem-sucedido.
Principal Objetivo	Ganhar dinheiro ao resolver problemas ambientais.	Alcançar metas sociais e garantir financiamento para alcançá-las.	Mudar instituições como objetivo direto.	Criar desenvolvimento sustentável por meio de atividades empresariais empreendedoras.
Papel Dos Objetivos Económicos	Fins	Meios	Fins ou Meios	Fins e Meios

Papel De Objetivos Não Mercadoló gicos.	Questões ambientais como elemento central integrado.	Metas sociais como fins.	Mudar instituições como elemento central.	Elemento central de uma abordagem integrada para contribuir para o desenvolvime nto sustentável.
Desafio De Desenvolvi mento Organizaci onal.	Da ênfase em questões ambientais para a integração de questões económicas.	Da ênfase em questões sociais para a integração de questões económicas.	Da mudança de instituições para a integração da sustentabilida de.	De uma pequena contribuição para uma grande contribuição para o desenvolvime nto sustentável.

Fonte 12 - Schaltegger & Wagner (2011)

É digno de notar que o papel do ES não pode ser apreciado fora das características contextuais dos ambientes operacionais, nos quais ele inova, incluindo os mercados e outros fatores institucionais/regulatórios (Rosário et al., 2022). Diante de diferentes restrições ambientais, os empreendedores tendem a demonstrar preocupações distintas com a sustentabilidade, devido a níveis também distintos de interação com diferentes atores externos para adquirir ativos tangíveis e intangíveis do ambiente externo, a fim de manter-se competitivos no mercado (Rosário et al., 2022).

Além disso, a noção de ES tem sido cada vez mais objeto de investigação e foi levantada mais recentemente para abordar a contribuição das atividades empreendedoras para o desenvolvimento sustentável de uma maneira mais abrangente (Rosário et al., 2022; Schaltegger & Wagner, 2011). Uma abordagem ambiciosa do empreendedorismo que tenta não apenas contribuir para o desenvolvimento sustentável da própria organização, mas também criar uma contribuição cada vez maior da organização para o desenvolvimento sustentável do mercado e da sociedade como um todo, requer inovações substanciais em sustentabilidade (Schaltegger & Wagner, 2011).

Segundo Belz & Binder (2017), o processo de ES, inclui seis fases: 1) reconhecimento de um problema social ou ecológico; 2) reconhecimento de uma oportunidade social ou ecológica; 3) desenvolvimento de uma solução de duplo impacto (social ou ecológico); 4) desenvolvimento de uma solução de triplo impacto (económico, social e ecológico); 5) financiamento e formação de uma empresa sustentável; 6) criação ou entrada num mercado sustentável.

O ES nos hotéis tem se manifestado através da incorporação de práticas sustentáveis. Muitos estabelecimentos hoteleiros estão adotando diversas práticas inovadoras com o propósito de fortalecer a sustentabilidade das suas operações, procurando diminuir a sua pegada ecológica e responder às crescentes preocupações ambientais dos clientes (Manaktola & Jauhari, 2007; Merli et al., 2019).

O aumento da atenção dos clientes em relação à sustentabilidade ambiental tem incentivado os hoteleiros e empreendedores a transformar os seus negócios por meio da adoção de práticas sustentáveis nas suas operações, o que os auxilia na obtenção de vantagem competitiva e no aumento da participação de mercado, conquistando segmentos de hóspedes preocupados com a sustentabilidade ambiental (Cronin et al., 2011; Dodds & Holmes, 2016).

4. Turismo

O Turismo é um fenómeno que se origina essencialmente do lazer, apesar de muitas viagens ocorrerem num contexto de atividade profissional ou intelectual e que também fazem parte do conceito do turismo sem implicar obrigatoriamente a busca pelo lazer (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1). Nestes termos, o turismo é uma das formas de ocupação que se insere no conceito mais amplo de recreação, o qual engloba todas as atividades realizadas pelas pessoas durante os seus tempos livres (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1). O conceito de lazer costuma ser associado à ideia de inatividade ou de não fazer nada, porém, essa percepção está se tornando cada vez menos comum. As pessoas atualmente buscam preencher seu tempo livre com atividades que proporcionem distração, evasão, diversão ou crescimento pessoal. Deste modo, o lazer é mais adequadamente entendido como um tempo ocupado e nunca verdadeiramente “livre” (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1).

O turismo resulta de como é ocupado o tempo livre, mas distingue-se do recreio na medida em que implica necessariamente uma deslocação enquanto o recreio pode ou não dar origem a uma viagem (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1). Além disso, quando alguém se desloca para fora das suas residências, muitas vezes passa períodos variáveis nos locais visitados, podendo até mesmo ultrapassar 365 dias, o que resulta em períodos livres ocupados por atividades recreativas. Portanto, embora o turismo seja distinto do conceito de recreação, também gera oportunidades para a prática de atividades recreativas (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1).

Tal como a recreação, o turismo causa uma variedade de atividades produtivas voltadas para satisfazer as necessidades dos viajantes, criando assim um mercado específico. Essas atividades, embora compartilhem semelhanças com as do recreio em muitos aspetos, assumem dimensões e naturezas diferentes daquelas geradas pelo recreio. Por exemplo, o turismo requer a disponibilidade de alojamento apropriado, enquanto o recreio não necessariamente (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1).

Devido às semelhanças entre o turismo e recreio, bem como às mudanças nos estilos de vida contemporâneos, os conceitos de lazer, recreação e certas atividades turísticas podem gerar alguma confusão, tornando-se necessário estabelecer distinções claras entre estes (Cunha & Abrantes, 2013, p. 1).

O turismo é uma atividade humana dependente dos recursos naturais, contribuindo ao mesmo tempo para o esgotamento destes, sendo também um fator relevante no consumo de energia, emissão de gases com efeito de estufa, utilização de água doce, degradação ambiental, consumo insustentável de alimentos, entre outros (Moutinho et al., 2023, p. 7). Como o turismo é transversal a inúmeros setores, as mais pequenas melhorias podem ter impactos enormes, sendo por isto que o turismo pode desempenhar um papel fulcral na transição para baixo carbono e uma economia eficiente de recursos (Moutinho et al., 2023, p. 7).

O turismo é também uma das principais fontes para a garantia da sustentabilidade social e económica de muitas regiões ou localidades, impactando fortemente diversos segmentos da sociedade e a sua importância económica e natureza sociocultural são “evidências incontestáveis nas sociedades onde o turismo se desenvolve” (Marujo, 2013).

No setor do turismo, a indústria hoteleira é a que mais emprega e exerce o maior impacto no desenvolvimento das regiões onde opera (Segarra-Oña et al., 2012), sendo também caracterizado pelo alto consumo de recursos e geração de resíduos (Bohdanowicz, 2005; Erdogan & Baris, 2007). A hospitalidade, sendo o maior subsector da indústria do turismo, inegavelmente possui os impactos mais amplos no meio ambiente (Graci, 2009). Assim, a sustentabilidade torna-se um fator importante e necessário, não apenas para melhorar o ambiente natural, mas também para manter o desempenho competitivo deste setor (V. Pereira et al., 2021).

O turismo sustentável deve utilizar de maneira otimizada os recursos ambientais, garantir operações económicas viáveis e de longo prazo, respeitar as comunidades locais e distribuir os benefícios de maneira justa entre todas as partes interessadas (Abdou et al., 2020). Para alcançar o desenvolvimento sustentável do turismo, três elementos básicos precisam estar alinhados: crescimento económico, inclusão social e proteção ambiental. Esses elementos são inter-relacionados e todos são essenciais para o bem-estar de indivíduos e sociedades. No geral, o desenvolvimento sustentável do turismo pode ser reconhecido como um meio para alcançar os princípios do desenvolvimento sustentável (Chan, 2010; Hoppstadius & Sandell, 2018).

O setor da hospitalidade e turismo, que inclui hotéis, restaurantes, cafés, casinos, agências de viagens e organizações semelhantes, é o setor que mais cresceu nos últimos anos, sendo

assim conhecido por ser um importante catalisador na criação de novos empregos, em 2019, 1 em cada 10 trabalhadores era deste setor e um quarto dos novos postos de emprego criados também eram deste setor (Aksoy et al., 2022; Bux & Amicarelli, 2022; Dogru & Bulut, 2018; Langvinienė & Daunoravičiūtė, 2015).

Este é um setor bastante vulnerável a ameaças, tais como crises financeiras, epidemias, desastres naturais, ataques terroristas ou acidentes (Chen et al., 2007; Gómez et al., 2016; Jiang & Wen, 2020; Tsai et al., 2020). As alterações climáticas, destruição de ecossistemas, perdas descomunais na biodiversidade, aquecimento dos oceanos, degradação dos solos, e a poluição estão a causar estragos no nosso planeta e tornaram assim a Sustentabilidade um dos grandes desafios atuais (Martin et al., 2016).

A pesquisa no campo do turismo tradicionalmente destaca a perspetiva histórica influenciada pela vivência cultural ocidental. Inicialmente, o turismo foi associado às elites, envolvendo visitas luxuosas a spas, resorts, Grand Tours e atividades organizadas por empreendedores como Thomas Cook, antes de se democratizar e se tornar acessível a outras camadas sociais (Towner, 1995).

Towner considera que a história do turismo, tal como descrita em grande parte da literatura, pode ser resumida de forma sucinta. Concentra-se maioritariamente nas atividades das classes mais abastadas, ocorrendo em ambientes turísticos específicos, como resorts ou em longos tours (1995). Essas formas de turismo são eventos prestigiosos que aconteciam periodicamente na vida das pessoas, e a sua importância geralmente é medida em termos quantificáveis, como a duração da visita e os gastos económicos. No entanto essa narrativa representa a história da vivência cultural ocidental, começando com as elites intelectuais da Grécia e Roma clássicas, o renascimento do turismo no Renascimento e a evolução de spas e Grand Tours nos séculos XVII e XVIII (Towner, 1995).

Esta narrativa prossegue com os resorts à beira-mar do século XIX e a propagação do turismo internacional por intermédio de Thomas Cook e seus sucessores. A partir da metade do século XX, todo o movimento é catalisado pela introdução do avião a jato e dos voos charter. Neste processo, o turismo é percebido como uma expansão geográfica a partir das suas origens na Grã-Bretanha e na Europa Ocidental, formando várias “periferias de prazer” e difundindo-se socialmente, começando nas classes mais altas, percorrendo as camadas intermediárias e, por fim, alcançando as massas trabalhadoras. Elementos cruciais nesse

movimento incluem a imitação social, avanços tecnológicos (especialmente no transporte) e o papel desempenhado por inovadores e empreendedores (Towner, 1995).

O setor da hospitalidade e turismo é o principal setor de atividade económica na RAM, representando cerca de 29% do PIB anual da região e nos primeiros 11 meses de 2023 registrou-se mais de 10 milhões de dormidas, batendo assim o recorde do ano anterior e estabelecendo um novo máximo anual de dormidas (DREM, 2022; 2023). Na RAM, o turismo, devido à sua importância económica e social, é um importante catalisador para a economia e desenvolvimento da região, evidenciando os produtos locais a novos clientes e tornando assim a região num mercado de excelência (Marujo, 2013).

O empreendedorismo neste setor é um tema de investigação cada vez mais popular devido à sua capacidade de incorporar diversos conteúdos, tais como a inovação tecnológica, geografia económica e mudanças culturais (Ratten, 2020).

4.1. Desenvolvimento e Turismo Sustentável

Em 1990, o consultor de negócios John Elkington desenvolveu o modelo *triple bottom line* (TBL), oferecendo uma medição mais abrangente dos impactos não financeiros por diversas partes interessadas tendo em consideração os seus impactos económicos, sociais e ambientais (ESG) (Hammer & Pivo, 2016; Henry et al., 2019; Ho & Taylor, 2007; Singh & Dutt, 2023).

As Nações Unidas desenvolveram ainda mais o modelo TBL para abranger os 5 Ps do desenvolvimento sustentável, incluindo pessoas (sociedade), planeta (meio ambiente), prosperidade (económica), paz e parcerias (Singh & Dutt, 2023). As duas adições ao modelo TBL, Paz e Parcerias, são essenciais para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 das Nações Unidas (Singh & Dutt, 2023).

O desenvolvimento sustentável foi introduzido pela primeira vez na Comissão Brundtland das Nações Unidas em 1987, conhecida como “*Our Common Future*” (Abdou et al., 2020). De acordo com o relatório Brundtland publicado pela World Commission on Environment and Development (WCED), o desenvolvimento sustentável é definido como “o desenvolvimento que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p. 41). De acordo com este conceito, o desenvolvimento sustentável do turismo é definido como “uma atividade que leva em consideração os seus impactos económicos, sociais e ambientais atuais

e futuros, abordando de maneira apropriada as necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs” (UNWTO, 2005, p. 12).

Alonso-Muñoz et al. (2023) consideram que, apesar de existir cada vez mais literatura relacionada ao desenvolvimento sustentável, ainda existe uma dispersão conceitual e nenhuma teoria específica de relevância além do paradigma do desenvolvimento sustentável. Consideram também que novas correntes de outras áreas, como a filosofia, facilitariam o desenvolvimento da consciência ou de novos hábitos sustentáveis.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), apresentados pelas Nações Unidas em 2017, constituem um conjunto de 17 metas (ver Tabela 4) para incentivar o desenvolvimento sustentável (Leal Filho et al., 2018) e abordar os desafios económicos e sociais globais atuais (Pomare, 2018) em grande parte das áreas de atividade humana, incluindo pobreza, exclusão social e degradação ambiental (P. Jones et al., 2016; Pineda-Escobar, 2019). No entanto, os ODS são frequentemente utilizados de maneira inadequada devido à falta de clareza sobre como podem ser aplicados de maneira mais apropriada (Pineda-Escobar, 2019). Estas metas foram desenvolvidas para auxiliar os Estados-membros na consecução de suas metas de sustentabilidade até 2030.

Tabela 4.1 - Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e Relação com os 5 P's

ODS	Descrição da ODS	Relação com os 5P'S
1. Erradicar a Pobreza	Pôr fim a todas as formas de pobreza.	Pessoas
2. Erradicar a fome	Acabar com todas as formas de fome e desnutrição.	Pessoas
3. Saúde e Qualidade	Fornecer acesso universal à saúde.	Pessoas
4. Educação de Qualidade	Fornecer educação primária e secundária gratuita para todas as crianças.	Pessoas
5. Igualdade de Género	Acabar com todas as formas de discriminação de género.	Pessoas
6. Água Potável e Saneamento	Acesso universal a água potável segura e acessível.	Planeta
7. Energias Renováveis e Acessíveis	Expandir o acesso a energia limpa e eficiente.	Planeta
8. Trabalho digno e Crescimento Económico	Fornecer crescimento económico sustentável e pôr fim ao trabalho forçado, à escravidão e ao tráfico de seres humanos.	Prosperidade

9. Indústria, Inovação e Infraestruturas	Desenvolver infraestrutura e indústria para promover inovação, emprego e uso sustentável de energia.	Prosperidade
10. Reduzir as Desigualdades	Reduzir todas as formas de desigualdade, incluindo desigualdade de renda e mobilidade.	Prosperidade
11. Cidades e Comunidades Sustentáveis	Criar cidades mais sustentáveis.	Prosperidade
12. Produção e Consumo Sustentáveis	Incentivar produtores e consumidores a reduzir, reutilizar e reciclar.	Planeta
13. Ação Climática	Tomar medidas para reduzir as causas e os efeitos das mudanças climáticas.	Planeta
14. Proteger a Vida Marinha	Gerir de forma sustentável e proteger os ambientes marinhos e costeiros.	Planeta
15. Proteger a Vida Terrestre	Reduzir a perda de habitats naturais e biodiversidade.	Planeta
16. Paz, Justiça e Instituições Eficazes.	Fornecer desenvolvimento sustentável por meio da promoção da paz e governança eficaz.	Paz
17. Parcerias para a Implementação dos Objetivos.	Fornecer parcerias globais sólidas para trabalhar na consecução dos ODS's.	Parcerias

Fonte 13 - United Nations Development Programme (2022)

O setor da hospitalidade e turismo tem potencial para atingir, direta ou indiretamente, todos os objetivos de desenvolvimento sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas, especialmente os objetivos 8, 12 e 14, sobre crescimento económico inclusivo e sustentável, consumo e produção sustentáveis e o uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos, respetivamente.

A nível europeu, os países da UE estão dedicados em alcançar a neutralidade climática até 2050, através do Pacto Ecológico Europeu, um conjunto de iniciativas estratégicas que pretendem colocar a UE na via rumo a uma transição ecológica, este plano salienta a importância e envolvimento de todos os setores de atividade económica, incluindo o turismo (CE, 2019); já a nível nacional, a visão da Estratégia Turismo 2027 pretende tornar e posicionar Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo, sendo definidas neste plano metas concretas em cada um dos três pilares de sustentabilidade (Turismo de Portugal, 2017).

Apesar de tanto o desenvolvimento sustentável como o turismo sustentável estarem a receber cada vez mais atenção, quer da academia ou das organizações, estes ainda não são implementados completamente nem pelos fornecedores de serviços turísticos, nem pelos próprios turistas (Moscardo & Murphy, 2014; Streimikiene et al., 2021). Para que o turismo sustentável e responsável se torne uma norma social, é necessário educar tanto as organizações quanto os consumidores, bem como as restantes partes interessadas, de forma sistemática (Streimikiene et al., 2021).

O Global Sustainable Tourism Council (GSTC, s.d.) define turismo sustentável como aquele que considera práticas sustentáveis no setor e tem como objetivo reconhecer tanto os impactos positivos quanto os negativos, procurando maximizar os primeiros e minimizar os segundos. Já a UN World Tourism Organization (UNWTO, s.d.) define-o como aquele que considera os impactos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, indústria, meio ambiente e comunidades anfitriãs.

Embora o setor do turismo seja uma das principais atividades económicas globais atuais, um crescimento rápido e não planeado pode resultar em impactos negativos, tais como a sobrelotação (*overtourism*) (Atzori, 2020; Diaz-Parra & Jover, 2021; Pasquinelli & Trunfio, 2020), deterioração da cultura local (Alamineh et al., 2023; Daly et al., 2020), aumento do jogo (Bonny-Noach & Sagiv-Alayoff, 2021; Carvalho et al., 2023; Lim & To, 2022), tráfico de droga (Pereira, 2020; Pereira & de Paula, 2016; Veilleux, 2024), prostituição (de Matos et al., 2013; Lu et al., 2020; Yan et al., 2018), entre outros, trazendo assim uma desconstrução de valor dos destinos turísticos.

Algumas práticas, como o *slow tourism*, têm ganho cada vez mais atenção e popularidade por parte de destinos que querem se tornar mais ecológicos e sustentáveis. O *slow travel* consiste numa maneira mais lenta de viajar, o que resulta em menos viagens, mas mais longas, usando meios alternativos de transporte, e, devido a orçamentos mais limitados, costuma ser aplicada por jovens e estudantes (Ferreira et al., 2023). Apesar de ser uma estratégia de alguns destinos para combater fenómenos como o *overtourism* e uma redução evidente na sustentabilidade, ou até quando destinos emergentes decidem se desenvolver dessa maneira, Valls et al. (2019) consideram o caso da RAM diferente; em várias décadas de desenvolvimento turístico sem pressão excessiva ou *overtourism*, e no planeamento para o futuro, deseja continuar a sustentar estas condições. Deste modo, a região não necessita de destruir ou reabilitar costumes, mas sim de continuar os processos de desenvolvimento

sustentável, mostrando assim que o *slow tourism* pode nem sempre surgir através de uma reação a um fenómeno adverso, mas o resultado de um impulso endógeno.

Deste modo, a adoção de práticas sustentáveis, quer a nível económico, social ou ambiental, tornou-se um aspeto relevante tanto para as organizações, academia e política (Aall, 2014), de forma a diminuir os impactos negativos causados, especialmente no turismo, devido ao enorme impacto económico, social e ambiental deste setor, particularmente nas regiões ultraperiféricas onde se tem procurado mitigar esses efeitos através de sistemas de indicadores de sustentabilidade (Leite et al., 2022; Streimikiene et al., 2021).

5. Empreendedorismo e Turismo Sustentável: Uma Revisão Sistemática da Literatura

A metodologia utilizada neste capítulo foi a RSL, pois permite uma abordagem rigorosa e abrangente na identificação e seleção de artigos relevantes para uma determinada área de pesquisa (Snyder, 2019).

Como referido anteriormente nesta dissertação, o empreendedorismo é considerado pela UE como uma competências-chave essenciais para o desenvolvimento de uma sociedade baseada no conhecimento. Em 2015, as Nações Unidas apresentaram a Agenda 2030, que estabelece 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A sustentabilidade já representava um grande desafio antes da apresentação desta agenda, especialmente devido à escassez de recursos e às mudanças climáticas.

Neste contexto, o turismo sempre foi considerado como um dos principais setores que podem ajudar a atingir estes objetivos, tal como o objetivo 5, pois este setor facilita a oferta de emprego e oportunidades de empreendedorismo para as mulheres (Abou-Shouk et al., 2021; McCall & Mearns, 2021). O empreendedorismo no turismo é assim crucial para o desenvolvimento do setor e para as direções sustentáveis ou não sustentáveis do desenvolvimento nos destinos (Sørensen & Grindsted, 2021).

Apesar da abundância de pesquisas nesta área, o desenvolvimento sustentável do turismo é um processo dinâmico que enfrenta constantemente novos desafios, à medida que ocorrem mudanças nas tecnologias aplicadas e nos aspetos de consumo do turismo (Streimikiene et al., 2021). Deste modo, esta pesquisa baseia-se numa RSL para avaliar o estado atual das investigações e fornecer diretrizes para estudos futuros nos campos de empreendedorismo, turismo e sustentabilidade. A questão científica: quais são as perspectivas atuais para o desenvolvimento do turismo sustentável em conjunto com práticas empreendedoras no setor? O objetivo principal desta RSL é indicar as perspectivas de consolidação entre sustentabilidade e empreendedorismo no desenvolvimento turístico, considerando as tendências recentes do setor.

Revisão de Literatura

O empreendedorismo sustentável tem se tornando cada vez mais proeminente na promoção do desenvolvimento do turismo sustentável. Assim, surgiu a necessidade de explorar mais

profundamente as formas de alcançar um desempenho empreendedor sustentável no turismo (Zeng et al., 2024). Zeng et al. (2024) consideram que, apesar de existir estudos que enfatizam o papel importante das empresas e das comunidades, pouco se sabe da relação entre ambas e como trabalham juntas.

O empreendedorismo é também importante na mudança da cultura organizacional, especialmente durante crises, como a causada pela pandemia Covid-19, através de uma abordagem empreendedora na estratégia da empresa (Shipway et al., 2023). A adoção digital em resposta à pandemia incentivou a implementação de novas formas de agregar valor ao cliente, combinando estes novos serviços com os benefícios da personalização do atendimento ao cliente, o que traz lealdade desses mesmos clientes (Shipway et al., 2023).

O empreendedorismo no turismo possibilita, além da revitalização de locais históricos (Lindvert et al., 2024), também a conservação de edifícios históricos, como fortificações e edifícios dedicados à defesa, através da oferta de modelos de turismo sustentável e inovador (Pamić et al., 2021). Ao integrar práticas turísticas que respeitam e valorizam o património cultural e histórico, como o *indoor camping* em edifícios fortificados, por exemplo, é possível garantir que esses locais sejam mantidos e preservados para as futuras gerações (Pamić et al., 2021). Esses modelos de turismo não apenas incentivam o interesse e a educação sobre a história local, mas também oferecem novas fontes de financiamento para a manutenção dessas estruturas, muitas vezes sem a necessidade de grandes intervenções construtivas, preservando a sua integridade arquitetónica e histórica (Pamić et al., 2021).

5.1. Empreendedorismo e Turismo

O empreendedorismo e o turismo têm sido objeto de extensa pesquisa em diversas áreas (Andrade-Valbuena et al., 2022), dada a sua natureza ampla e multifacetada, sendo o empreendedorismo identificado como uma tendência num estudo de empresas familiares no turismo (Forés et al., 2021). O estudo do empreendedorismo no setor turístico não é uma abordagem recente, remontando à década de 1940, com o conceito evoluindo e ganhando diferentes focos de estudo ao longo do tempo (Antunes et al., 2023).

Ambas as áreas envolvem dinâmicas complexas que impactam economicamente, socialmente e culturalmente as comunidades locais, enquanto refletem tendências globais e locais. A interseção entre empreendedorismo e turismo tem sido explorada por meio de várias perspetivas, tais como o turismo desportivo (Forradellas et al., 2021; González-

Serrano et al., 2020), o empreendedorismo feminino no turismo (Abou-Shouk et al., 2021; Dan & Shimizu, 2022; Karatas-Ozkan et al., 2024; Lindvert et al., 2024; Maliva et al., 2024; McCall & Mearns, 2021), o turismo rural (Cheteni & Umejese, 2023; Dos Santos et al., 2021; Ramaano, 2022; Utami et al., 2023) e o turismo de comunidade (Mahato et al., 2021; Maldonado-Eraza et al., 2022; Sarabia-Molina et al., 2022; Thananusak & Suriyankietkaew, 2023).

Um exemplo da relação entre o empreendedorismo e o turismo surge do estudo de Li et al. (2022), pois este analisa o impacto do turismo cultural e do empreendedorismo social na criação de valor social e na sustentabilidade ambiental. Quando o turismo cultural e o empreendedorismo social são mais elevados, o destino turístico cria mais valor social, assim, esta criação de valor fortalece significativamente a sustentabilidade ambiental do destino (Li et al., 2022). Além disso, a interação entre empreendedorismo social e turismo sustentável tem sido explorada em estudos que destacam o impacto positivo dessas iniciativas na geração de valor social e na sustentabilidade ambiental. Por exemplo, as organizações Kabani e Mangalajodi, na Índia, ilustram como o empreendedorismo social no turismo pode criar oportunidades económicas e sociais para comunidades locais (Kummitha et al., 2021).

Os destinos turísticos inteligentes, que atraem tanto pessoas de áreas rurais próximas como também turistas, identicamente se beneficiam desta relação entre empreendedorismo e o turismo. Através de um estudo de caso de uma cidade inteligente – Innsbruck (Áustria)-, Eichelberger et al. (2020) mostram que a abordagem do ecossistema empreendedor permite a avaliação de destinos turísticos inteligentes, pois promove um desenvolvimento mais sustentável das cidades. Esta abordagem amplia o foco exclusivo nas TIC (tecnologias de informação e comunicação), incluindo pessoas e lógicas institucionais junto com os atributos empreendedores do desenvolvimento urbano inteligente (Eichelberger et al., 2020). Os resultados deste estudo confirmam que ecossistemas empreendedores e a indústria do turismo beneficiam-se mutuamente, pois o turismo contribuiu para uma melhoria dos elementos dos ecossistemas empreendedores, e essa melhoria exponencia a atividade empreendedora (Eichelberger et al., 2020).

Hajarramah et al. (2024) abordam o turismo regenerativo, que, enquanto conceito, ainda se encontra numa fase inicial, pelo que a sua avaliação e análise são difíceis. A determinação definitiva do que constitui uma empresa de turismo regenerativo está a melhorar, mas ainda longe de ser exata (Hajarramah et al., 2024). Como este conceito ainda é grande parte

inexplorado, as percepções divergentes entre as partes interessadas acabam por representar um grande obstáculo para impulsionar a ação e a adoção do mesmo (Hajarrahmah et al., 2024).

Ruiz-Ortega et al. (2021) exploram no seu estudo a relação controversa entre a orientação empreendedora e a orientação para a sustentabilidade, através de um estudo empírico realizado no setor de turismo do Peru. Identifica-se uma relação curvilínea em formato de U entre estas duas orientações estratégicas, ou seja, quando uma empresa de destino turístico com orientações empreendedoras reduzidas, tendem a diminuir a orientação para a sustentabilidade, considerando-a assim como um custo ou obrigação (Ruiz-Ortega et al., 2021). Por outro lado, à medida que a orientação empreendedora aumenta, através de um conjunto de processos, estruturas e comportamentos da empresa para aproveitar as oportunidades do ambiente, tendem a incorporar a orientação para a sustentabilidade de modo mais intenso, abrangendo os três pilares: económico, social e ambiental (Ruiz-Ortega et al., 2021). Verifica-se também que a cultura, valores e objetivos compartilhados com os principais contactos destas empresas reforçam o processo de deteção e aproveitamento de oportunidades empreendedoras no mercado, passando assim a ser um sólido compromisso estratégico das empresas de turismo com a sustentabilidade social e ambiental (Ruiz-Ortega et al., 2021).

Os exemplos apresentados no estudo de Kummitha et al. (2021) reforçam a importância de parcerias entre empresas de turismo e comunidades, conforme defendido por Zeng et al. (2024), que identificam o potencial que as empresas de turismo e as comunidades têm para formar uma parceria estável por meio da imersão mútua, ou seja, através desta parceria reduz-se as desconfianças mútuas, o que cria um ambiente em que é possível construir oportunidades empreendedoras sustentáveis em conjunto. Estas oportunidades podem melhorar o desempenho sustentável no turismo, através da redução de conflitos de interesse e aumentando tanto a propriedade das empresas de turismo como o poder da comunidade, obrigando a que ambas se concentrem tanto nos benefícios sociais como nos impactos ambientais do desenvolvimento.

5.2. Inovação e Sustentabilidade no Turismo

A inovação e desenvolvimento do turismo são importantes para o crescimento económico, pois impulsiona o crescimento e o valor nas novas empresas de T&H (Sharma et al., 2024), e também para a diminuição da poluição, o que é fundamental para o desenvolvimento

sustentável, especialmente para o G7 - os sete países mais industrializados no globo (Ahmad et al., 2022). O estudo de Ahmad et al. (2022) analisa este grupo de países relativamente à inovação e desenvolvimento do setor do turismo, além de incluir como variáveis o seguinte – refugiados em asilo, educação primária de meninas e o número de médicos – que são aspetos igualmente relevantes para a sustentabilidade.

Os resultados do estudo de Ahmad et al. (2022) revelam que a inovação tem um impacto positivo no crescimento económico, por exemplo, um aumento de 1% nas chegadas de turistas aumenta em 0.07% o crescimento económico a longo prazo. Relativamente à poluição ambiental, um aumento de 1% no número de patentes registadas reduz a poluição ambiental em 0.28%; já um aumento de 1% nas publicações científicas resulta numa melhoria de 0.60% no meio ambiente (Ahmad et al., 2022). Os autores observaram também que um aumento de 1% nas chegadas de turistas no G7 contribuía para a redução da poluição em 0.37%.

Relativamente às outras três variáveis em estudo, os resultados mostram que um aumento de refugiados em asilo prejudica o crescimento económico a longo prazo e que estes não aderem às agendas de redução da poluição (Ahmad et al., 2022). A matrícula de meninas no ensino primário não tem um impacto significativo no crescimento económico, mas desempenha um papel de apoio na redução da poluição, através da consciencialização para este problema (Ahmad et al., 2022). Por último, os médicos contribuem positivamente para o crescimento económico e estão ativamente envolvidos na redução da poluição (Ahmad et al., 2022).

O empreendedor e a sua empresa influenciam o ambiente em direção ao desenvolvimento sustentável, podendo o empreendedorismo sustentável concebido como um processo co-evolutivo eficaz e reconhecido como virtuoso pelos empreendedores e *stakeholders*, tanto internos como externos à empresa (Baiocco et al., 2023). Apesar dos empreendedores desempenharem este papel crucial no desenvolvimento sustentável, não podem agir isoladamente de acordo com o estudo de Baiocco et al. (2023), que ao estudar fatores que atuam como facilitadores ou inibidores do empreendedorismo sustentável no setor do turismo e como estes interagem, descobriram que os empreendedores influenciam e são influenciados por 20 fatores internos e externos.

A estratégia empreendedora estimula a exploração da inovação nos serviços das empresas de T&H (Tajeddini et al., 2024). Em contraste, a exploração da inovação nos serviços ajuda

as empresas de T&H a criar ofertas de serviços únicas, criando uma vantagem competitiva sustentável e um desempenho corporativo superior a longo prazo (Tajeddini et al., 2024). Além disso, a disponibilidade de recursos abundantes dentro das empresas de T&H impulsiona tanto a exploração quanto o aproveitamento da inovação nos serviços (Tajeddini et al., 2024).

A inovação e o empreendedorismo são cruciais para o futuro da indústria do T&H, apesar da existência de muitos desafios e oportunidades que exigem medidas políticas governamentais de apoio, habilidades empreendedoras e empreendedorismo social e sustentável, o futuro da indústria hoteleira depende do planeamento estratégico e de colaboração para enfrentar as dificuldades que surgem (Sharma et al., 2024). Deste modo, Sharma et al. (2024) consideram ser necessário estudar novas formas de empreendedorismo, como o empreendedorismo digital e social, ao se inspirar em várias áreas do saber de modo a identificar temas promissores de investigação.

5.3. Turismo Sustentável e Desenvolvimento Regional

Um dos desafios que os destinos turísticos afetam relativamente ao desenvolvimento regional é a capacidade de se tornarem únicos, através de uma aposta na identidade cultural, tendo em conta valores éticos e sustentáveis, mas também com o objetivo de ter sucesso a longo prazo (Crespi-Vallbona & Noguer-Juncà, 2024). Uma estratégia relacionada a este desafio é a aposta no património culinário único destes destinos turísticos, pois a gastronomia é um elemento importante na experiência turística (Niedbala et al., 2020). A produção alimentar local combina tanto as propriedades únicas do destino, o conhecimento da comunidade local e os recursos históricos e culturais criados por eventos históricos e culturais que conferem assim um carácter distinto ao local (Niedbala et al., 2020). Este património permite a oferta de novos produtos turísticos, como rotas gastronómicas (Niedbala et al., 2020), mercados recreativos e culturais (Crespi-Vallbona & Noguer-Juncà, 2024) e vendedores de comida de rua (Gaffar et al., 2022).

Como o setor do turismo é suscetível a crises, a pandemia do Covid-19 impactou gravemente o setor, obrigando os agentes económicos a aprenderem a melhor forma de lidar com os impactos de restrições prolongadas (Gaffar et al., 2022). Ao estudar vendedores de comida de rua, Gaffar et al. (2022) identificam a aprendizagem empreendedora como um fator essencial para micro e pequenas empresas, destacando que esta aprendizagem pode ocorrer

em cada etapa do desenvolvimento do negócio. A pandemia causou também uma crise financeira, pelo que afetou especialmente as start-ups (García-Gallo et al., 2021).

Uma forma de lidar com as crises financeiras é através do investimento em ativos intangíveis, que se traduz em inovação, e permite a sobrevivência e aumento de valor (García-Gallo et al., 2021). O estudo de García-Gallo et al. (2021) mostra que os investimentos em ativos intangíveis nas start-ups na Espanha são muito baixos, além disso, nem sempre são incorporados pelos melhores hotéis nos seus balanços, apesar de existir uma relação entre intangíveis e rentabilidade (García-Gallo et al., 2021).

Nos mercados emergentes, como é o caso do Irão, o desenvolvimento de abordagens sustentáveis pode dar-se através de *ecolodges*, devido à existência de incentivos governamentais para este tipo de alojamento (Varmazyari et al., 2022). Os empreendedores de *ecolodge*, no Irão, foram motivados por diversas razões, desde o ganho financeiro, criação de emprego, autossuficiência e domínio, interação social, preservação do estilo de vida rural, proteção do património cultural e proteção do meio ambiente (Varmazyari et al., 2022).

O estudo de Scheyvens et al. (2021) mostra que as empresas de turismo operadas por indígenas, nas ilhas Fiji, Austrália e Aotearoa (Nova Zelândia), operam alinhadas com o espírito da maioria dos ODS, mesmo quando a consciencialização da existência destes objetivos por parte dos indígenas era pouca ou nenhuma. Os valores e modo de vida destes povos indígenas, que valorizam uma conexão intrínseca entre natureza e cultura, podem servir para promover a agenda tanto a povos indígenas como a povos não indígenas (Scheyvens et al., 2021).

O desenvolvimento regional é igualmente crucial nas comunidades insulares e ultraperiféricas, devido aos diversos desafios que enfrentam. Ao estudar o caso da Região Autónoma dos Açores (RAA), Castanho et al. (2023) sugerem que: deve ser incentivado o empreendedorismo, associado a pequenas e médias empresas, de forma a diversificar a oferta turística; elaborar diretrizes que sigam modelos de desenvolvimento sustentável e os ODS; investir significativamente na conservação e proteção do património cultural, bem como dos recursos endógenos açorianos; promover relações entre as sociedades e os ativos regionais, além de negócios inovadores; priorizar o turismo rural em relação ao turismo de massa; facilitar a colaboração entre o setor público, o setor privado e a sociedade em geral, promovendo a participação ativa de todos (Castanho et al., 2023).

5.4. Empreendedorismo Feminino no Turismo

Apesar de as mulheres no turismo serem usualmente subvalorizadas, sub-educadas e sub-representadas, o turismo, em comparação com outros setores económicos, oferece caminhos potenciais para enfrentar as desigualdades referidas anteriormente, quer através da possibilidade de participação ativa no mercado de trabalho, mas também a oportunidade de liderança e empreendedorismo do setor (Maliva et al., 2024; McCall & Mearns, 2021). É assim crucial explorar práticas de turismo sustentável e empreendedorismo através de uma perspetiva de género para desenvolver uma consciência crítica e compreensão das relações socioeconómicas de género, com implicações políticas e práticas (Karatas-Ozkan et al., 2024).

As mulheres empreendedoras fazem contribuições significativas para inovações, emprego e criação de riqueza em todo o mundo, no entanto, as contribuições do empreendedorismo ainda são pouco estudadas, e os estudos existentes acabam por focar-se num contexto ocidental e estadunidense, o que negligencia assim as condições específicas e as contribuições das mulheres empreendedoras em contextos não ocidentais, como em regiões da Ásia, África e América Latina (Lindvert et al., 2024).

Com base em evidências empíricas, Karatas-Ozkan et al. (2024) demonstram a importância de desenvolver, utilizar e transformar diversas formas de capital para buscar a sustentabilidade no empreendedorismo turístico, partindo da premissa de que os três pilares da sustentabilidade (económico, social e ambiental) exigem atenção igual e equilibrada no processo. Os depoimentos das participantes do estudo de Karatas-Ozkan et al. (2024) mostram que as mulheres tendem a ter uma maior interação do que os homens em termos de relações culturais e patrimoniais com a terra, a sua utilização e o apoio à preservação dos recursos naturais que fundamentam as atividades turísticas sustentáveis. Além disso, as relações das mulheres com as pessoas e comunidades estão mais alinhadas com a verdadeira missão de sustentabilidade que sustenta a maioria dos ODS.

Maliva et al. (2024) abordam o impacto de uma crise no setor do turismo, especificamente, a causada pela pandemia do vírus Covid-19. Os autores realizaram um estudo através de entrevista a 52 mulheres na Tanzânia, que, ao contrário de muitos países no hemisfério norte, não forneceu nenhum apoio financeiro aos seus cidadãos de forma a compensar a perda de rendimento, o que fez com que estas pessoas tivessem de depender das suas próprias reservas monetárias, familiares e membros da comunidade, de modo a superar estes desafios difíceis.

Estes desafios são ampliados para as mulheres, devido às normas patriarcais na Tanzânia, o que as torna assim responsáveis por outras pessoas, sejam crianças, parentes idosos ou membros mais amplos da família e comunidade (Maliva et al., 2024). Os autores apontam que, durante esse momento de crise, a resiliência empreendedora das mulheres foi impressionante, e quase todas as participantes expressaram planos de mudar de atividade ou aumentar o que já estavam fazendo. Através de entrevistas, os autores identificaram três estratégias adotadas por estas mulheres - continuar no setor de turismo; diversificar em torno do turismo; ou afastar-se completamente do turismo, sendo que esta última é um risco para a sustentabilidade do setor (Maliva et al., 2024).

O desenvolvimento do turismo numa região rural permite sustentar e capacitar as atividades económicas e comunidades locais, como o caso da Ilha Tioman (Malásia), em que este avanço permitiu passar de atividades piscatórias para o empreendimento turístico (Dan & Shimizu, 2022). As mulheres desta ilha são essenciais na operação e gestão de negócios turísticos de propriedade familiar, ao receber os turistas e participar em tarefas como limpeza, atendimento na receção, lavandaria, restaurante, atendimento ao cliente, com a ajuda dos outros membros da família para aspetos técnicos e de passeios pela ilha (Dan & Shimizu, 2022). Além disso, várias mulheres auxiliam as donas de casa ocupadas na gestão dos negócios turísticos familiares durante a época alta. O comportamento empreendedor das mulheres e a sua atuação nos negócios turísticos familiares têm contribuído assim para o desenvolvimento económico local sustentável e o crescimento do turismo nesta região (Dan & Shimizu, 2022). De modo a continuar com esta contribuição, os autores sugerem que deve existir um aprimoramento do conhecimento profissional destas mulheres empreendedoras de modo a sustentar os seus negócios familiares, quer através da atuação de autoridades locais ou de organizações não governamentais com a organização de cursos de gestão do turismo, assim, o acesso das empreendedoras locais aos mercados turísticos nacionais e internacionais seria melhorado.

No estudo de Abou-Shouk et al. (2021), ao analisar as respostas de questionário de 784 estudantes universitárias em três países incluídos neste estudo: Egito (266 respostas), Emirados Árabes Unidos (265 respostas) e Omã (253 respostas), os autores mostram que o setor do turismo permite o empoderamento das mulheres através do trabalho, quer seja a nível social, político, económico ou psicológico. Desta forma, é possível realçar o impacto do turismo nos ODS, especialmente o quinto (McCall & Mearns, 2021). Conclui-se que as

percepções sobre o trabalho das mulheres e o empreendedorismo feminino são antecedentes do empoderamento das mulheres (Abou-Shouk et al., 2021). Além disso, a ampla adoção de medidas políticas relacionadas ao empoderamento feminino tem um impacto significativo nestas sociedades, sendo que os EAU ocupam o primeiro lugar entre os três países investigados neste estudo, seguidos pelo Egito e, por último, Omã (Abou-Shouk et al., 2021). O empoderamento feminino permitirá que países alcancem os ODS da ONU relacionados à redução da pobreza, diminuição da desigualdade de género, fortalecimento desse mesmo empoderamento e crescimento económico e social (Abou-Shouk et al., 2021; McCall & Mearns, 2021). O estudo de McCall & Mearns (2021) reforça as conclusões de Abou-Shouk (2021), pois revela que o empoderamento das mulheres não se manifesta apenas na elevação das mulheres, mas também na influência que estas exercem sobre a comunidade local respetiva.

Abou-Shouk et al. (2021) apontam como limitações ao seu estudo o facto de que se focaram em estudantes universitárias, o que pode não refletir completamente as percepções de mulheres de outras faixas etárias, habilitações académicas ou até mesmo com experiências profissionais diferentes. Outra limitação apontada pelos autores foi que não consideraram o impacto da idade, do curso de graduação e do estágio educacional de quem respondeu aos questionários, o que poderia ser um fator relevante na formação de percepções acerca do empoderamento feminino. Deste modo, Abou-Shouk et al. (2021) consideram que futuras pesquisas poderiam explorar contextos distintos, como através da comparação de mulheres que trabalham ou não no setor do turismo, além disso, para uma compreensão mais profunda das variáveis culturais e sociais, sugerem a realização de pesquisas qualitativas de modo a aferir as diferenças culturais nos países estudados e como estas influenciam o empoderamento feminino no setor do turismo.

McCall & Mearns (2021) apresentaram como limitação a recusa de participação no seu estudo por parte de algumas empresas que já estavam fechadas, apesar de inicialmente os autores terem tentado incluir estes negócios no escopo da pesquisa. Além disso, algumas empresas eram de propriedade de homens, o que também impossibilitou a inclusão de mais mulheres no seu estudo. McCall & Mearns (2021) sugerem que, no futuro, pesquisas podem ser realizadas através de estudos de caso ao redor do globo, utilizando a abordagem empregue pelos autores e complementada pelo uso de indicadores económicos e sociais propostos. Desta forma, poderia ser possível agregar valor ao conceito de mulheres

transformando socialmente os ambientes de maneira sustentável e oferecer uma compreensão dos esforços de empoderamento feminino no turismo comunitário local (CBT) e do ODS 5, no contexto global.

O empreendedorismo feminino também possibilita a revitalização de locais históricos, como é o caso da antiga cidade de Nazaré, em que as mulheres são impulsionadoras do processo no qual lojas, cafés e restaurantes estão (re)abrindo, trazendo vida de volta ao mercado de uma maneira que era inimaginável há 15 anos (Lindvert et al., 2024).

5.5. Empreendedorismo no Turismo Rural e no Turismo Baseado na Comunidade

Tradicionalmente, o meio rural era observado como um espaço de produção agropecuária, mas também um espaço com dinâmicas limitadas e muito pouca diversificação nas tecnologias e produtos, quando comparado com os centros urbanos (Dos Santos et al., 2021). Apesar deste contexto, que poderia levar alguém a crer que o empreendedorismo na área rural seria menos desenvolvido e pouco inovativo, as constantes mudanças no mercado obrigaram os produtores rurais a se adaptar a novas dinâmicas e hábitos de consumo (Dos Santos et al., 2021). Estas mudanças geraram impactos como a necessidade de proteção ambiental, preocupação com os efeitos socioeconômicos causados pela atividade rural e a gestão da cadeia de produção, entre outros fatores estratégicos para a sustentabilidade dos negócios (Dos Santos et al., 2021). Como resultado, o desenvolvimento de atividades não agrícolas nas propriedades rurais tem se destacado, com o turismo rural sendo a mais relevante (Dos Santos et al., 2021).

Outra resposta à escassez e fragilidade dos agentes econômicos no ecossistema de inovação rural, em comparação com os meios urbanos, é a adoção da abordagem da hélice quádrupla, que envolve a academia, o governo, a indústria e a comunidade. Esta abordagem pode ser fundamental para impulsionar o desenvolvimento rural, promover a sustentabilidade e fomentar um crescimento baseado no conhecimento (Irungu et al., 2023).

Diversos estudos mostram a importância do empreendedorismo no desenvolvimento rural, sendo um desses o estudo de caso realizado por Utami et al. (2023), em que, ao estudar seis vilas turísticas na Indonésia que foram premiadas como vilas de turismo sustentável (o que pode servir como exemplo para outras vilas turísticas semelhantes), os resultados revelaram 10 fatores para criar uma vila de turismo sustentável através do empreendedorismo no turismo rural. Os fatores são os seguintes – gestão dos rendimentos; desenvolvimento das

unidades de negócios; crescimento económico; cooperação mútua; colaboração; inovação; criatividade; consciencialização ambiental; gestão de recursos; e gestão de visitantes (Utami et al., 2023). Liu et al. (2023) exploram a incorporação social e institucional do empreendedorismo rural de *Bed and Breakfast* (B&B), através de um estudo de caso de duas vilas com contextos semelhantes na China. Os autores concluem que a incorporação social e a incorporação institucional têm impactos diferentes no empreendedorismo.

A incorporação institucional é fundamental para a interação eficaz entre o empreendedorismo em acomodações B&B e o contexto rural. A colaboração institucional, com base nas responsabilidades claras de cada papel social, pode resultar num apoio institucional local eficaz e em relacionamentos sociais sustentáveis (Liu et al., 2023). Quando não existe uma incorporação institucional adequada, a tendência é que a incorporação social irá ter um impacto negativo tanto no empreendedorismo como nas comunidades locais, através de riscos nos relacionamentos sociais na comunidade, gerando assim desconfiança e conflitos internos, o que afeta o aproveitamento dos recursos da comunidade para alcançar resultados mais sustentáveis (Liu et al., 2023). Os autores concluem também que os governos locais devem oferecer apoio eficaz para a incorporação do empreendedorismo no turismo rural, com o objetivo deste ser sustentável.

A incorporação social também é crucial para iniciativas bem-sucedidas de empreendedorismo reverso, pois permite a compreensão dos desafios locais e desenvolvimento de uma nova visão para meios de vida sustentáveis, visto que o empreendedorismo reverso é o processo de empreendedorismo iniciado por retornados e/ou novos migrantes de áreas urbanas que se estabelecem e começam negócios nas áreas rurais (Wu et al., 2022). Wu et al. (2022), ao estudar este tipo de empreendedorismo na China, concluem que a integração empreendedora é um processo de construção de uma plataforma de inovação que permite o desenvolvimento do capital social, envolvendo a comunidade local interessada, mas também elementos externos a esta. Os autores identificam nos seus objetos de estudo cinco caminhos do empreendedorismo no setor de turismo - Inovação social para participação comunitária (Caso 1); Centro étnico para o desenvolvimento do turismo (Caso 2); Narrativa da ruralidade para inovação no turismo (Caso 3); Empreendedorismo social para meios de vida alternativos (Caso 4); Parcerias para a melhoria de serviços (Caso 5) (Wu et al., 2022).

Ramaano (2022) estudou o Município de Musina (África do Sul), concluindo que o mesmo apresenta abundantes possibilidades turísticas e recursos naturais, mas necessita de um plano turístico focado no mercado de ecoturismo de forma a beneficiar os habitantes locais além de promover a sustentabilidade ambiental. Também na África do Sul, Cheteni & Umejese (2023) através de entrevistas semiestruturadas a 15 empresários e 68 residentes locais na Costa Selvagem, concluíram que o agroturismo é extremamente importante na discussão da sustentabilidade e nos processos impulsionados por empreendedores.

Apesar de, inicialmente, o turismo comunitário ou turismo baseado na comunidade (TBC) e o turismo rural terem surgido como conceitos interligados, o TBC evoluiu e distinguiu-se por diferir através de uma gestão por e para a comunidade local de modo a responder aos impactos negativos do turismo (Maldonado-Erazo et al., 2022; Sarabia-Molina et al., 2022). O Equador destaca-se como um país líder neste tipo de turismo, muito devido à grande variedade de empreendimentos turísticos que resultaram de processos de insurgência e reivindicação dos direitos das comunidades locais, quer através de povos indígenas, afro-equatorianos e montúbios, que consolidaram assim num sistema organizacional sólido com base na Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE) (Maldonado-Erazo et al., 2022; Sarabia-Molina et al., 2022). O TBC neste país é considerado por Sarabia-Molina et al. (2022) socialmente responsável, pois alcançou o reconhecimento legal para promover o turismo sustentável nas comunidades que o praticam. Maldonado-Erazo et al. (2022) defendem que, apesar do mercado de TBC esteja a crescer, é necessária a consolidação de um processo de marketing que identifique nichos de mercado e estratégias de investimento sólidas que permitem aumentar a demanda e volumes de venda.

O Equador destaca-se no TBC e tem sido investigado nesse sentido (Maldonado-Erazo et al., 2022; Sarabia-Molina et al., 2022), contudo, os autores identificam futuras linhas de investigação nas suas pesquisas – Maldonado-Erazo et al. (2022) consideram interessante aprofundar o estudo do turismo voluntário no contexto do turismo comunitário para a reativação económica das comunidades; já Sarabia-Molina et al. (2022) recomendam a aplicação dos indicadores identificados no seu estudo para a realização de estudos quantitativos em Centros de Turismo Comunitários, de modo que os resultados possam ser contrastados e as conclusões da pesquisa generalizadas. Além disso, consideram que pode ser estudado o perfil do empreendedor do TBC, através de uma amostra de empreendedores

turísticos do Equador, pois essas informações ainda não foram estudadas na academia, que tende a ser mais generalista nas suas conclusões (Sarabia-Molina et al., 2022).

Thananusak & Suriyankietkaew (2023) também destacam o TBC, através de um estudo a um vencedor do Prémio de Melhor Turismo Responsável da Tailândia, identificando dois dos principais fatores de sustentabilidade, a liderança e o envolvimento local, para empresas sociais sustentáveis. Este estudo indica que o papel dos líderes permite a criação valor, revalorização dos recursos locais e a transformação das atividades empreendedoras de TBC (Thananusak & Suriyankietkaew, 2023). Os resultados também destacam o papel do envolvimento local na sustentabilidade e no sucesso do TBC em Sapphaya, pois foi através deste que os líderes comunitários descobriram oportunidades na receita do turismo e no potencial dos seus recursos locais, além disso, este envolvimento resulta dos esforços dos líderes em comunicarem a sua visão, meta, património e benefício do TBC aos membros da sua comunidade, quer através de reuniões formais ou informais (Thananusak & Suriyankietkaew, 2023). Esta partilha de informação e abertura na comunicação aumenta o sentimento de comunidade e propriedade local dos residentes, pois estes começam a sentir orgulho do seu património cultural e acreditam beneficiar-se da preservação dos seus recursos locais, como a identidade cultural, e este sentimento aumenta a disposição de participar ativamente no TBC (Thananusak & Suriyankietkaew, 2023).

Outro estudo, também na Tailândia, reforça o papel da liderança como o fator de sucesso mais crítico no contexto das empresas sociais baseadas na comunidade (ESBC), pois apoia a identificação de oportunidades e riscos, além de que uma forte presença de qualidades de liderança visionária e participativa pode beneficiar a sustentabilidade e a resiliência como um todo (Suriyankietkaew et al., 2022).

Em particular, as evidências deste estudo corroboram os achados da literatura, indicando que uma presença sólida de liderança e uma abordagem contemporânea de liderança participativa, baseada em um modelo ascendente (*bottom-up*), tornam-se essenciais para o progresso das ESBC rumo à sustentabilidade.

O estudo de Mahato et al. (2021) mostra que, apesar da falta de formação específica, os empreendedores sociais de uma empresa de TBC no Vietname foram capazes de desenvolver uma habilidade intuitiva de aplicar o *design thinking* à inovação social. No entanto, o foco no treino em *design thinking* e nas habilidades empreendedoras relacionadas pode

potencializar as intenções empreendedoras sociais, transformando-as em intervenções bem-sucedidas (Mahato et al., 2021).

O turismo responsável nas áreas rurais reduz os efeitos negativos do turismo em massa, pois considera a fragilidade do meio ambiente e as necessidades da população local (Cheteni & Umejese, 2023).

5.6. Modelos de Negócios Sustentáveis e Responsabilidade Social

Os desafios da sustentabilidade impulsionaram a evolução dos modelos de negócio, de forma a incluir os fatores ESG (ambientais, sociais e de governança), resultando assim no surgimento dos modelos de negócios sustentáveis. Relativamente ao turismo, esta relação entre o modelo de negócio e a sustentabilidade já estava na agenda tanto da academia como de empresas do setor, especialmente os impactos socioeconómicos (Baiocco & Paniccia, 2023).

Dias et al. (2023) realizaram um estudo no qual investigaram o papel dos Empreendedores de Estilo de Vida no Turismo no desenvolvimento de modelos de negócios sustentáveis. Este tipo de empreendedor adquire conhecimento através de mecanismos formais e estratégias centradas numa comunidade, sendo o objetivo deste tipo de empreendedor alcançar um determinado estilo de vida, melhorar a sua qualidade de vida e contribuir para o desenvolvimento local (Antunes et al., 2023; Dias et al., 2023). A transformação desse conhecimento dá-se através da capacidade de o assimilar e também de comunicar as atividades empreendedoras. A inovação e a autoeficácia são efeitos importantes do modelo de negócios sustentável dos Empreendedores de Estilo de Vida no Turismo (Dias et al., 2023).

Através da preocupação com o meio ambiente, utilização de recursos locais e oferta de experiências genuínas associadas ao envolvimento com a comunidade local e consumo de produtos locais, este tipo de empreendedores podem assim se diferenciar de outras empresas através do conhecimento que têm da sua comunidade, além disso, ao compreender necessidades dos turistas e o que estes valorizam, conseguem mudar a forma de como atendem os seus clientes (Antunes et al., 2023).

Dias et al. (2023) consideram que é necessário promover uma melhor gestão do conhecimento de modo a incrementar a sustentabilidade dos pequenos negócios nos destinos, além disso, a realização de encontros informais com partes interessadas, festivais

e outros eventos que envolvam a comunidade são outras estratégias importantes. Também é fundamental melhorar as habilidades de assimilação de conhecimento por meio da capacitação, quer através do desenvolvimento de novos produtos, comunicação interpessoal e marketing (Dias et al., 2023). Por último, os destinos ao estimularem a formação de clusters, irão não apenas impulsionar o desenvolvimento das habilidades referidas anteriormente, mas também atuar como gatilho para a inovação no turismo do destino (Dias et al., 2023).

Ao estudar empresas de agroturismo na Itália durante a pandemia Covid-19, Baiocco & Paniccia (2023) identificaram três novos fatores que influenciam o modelo de negócios sustentável: a cultura de turismo sustentável, a lealdade dos turistas e a configuração dos recursos naturais locais. Relativamente ao primeiro, quando empreendedores e funcionários compartilham a crença de que a fragilidade ambiental e necessidades sociais são fatores fundamentais a considerar para a competitividade tanto da empresa quanto da região onde ela está localizada, tornam-se assim cientes dos resultados positivos que advieram da criação de valor social, ecológico e económico (Baiocco & Paniccia, 2023). Esta consciencialização permite alcançar um equilíbrio entre as dimensões da sustentabilidade, através da adoção de comportamentos que atendem às necessidades dos turistas e comunidades locais, como as referentes à segurança; estimula a abordagem de questões sociais, como as relacionadas a grupos vulneráveis durante a pandemia; e permite o surgimento de novas fontes de receita (Baiocco & Paniccia, 2023). O segundo fator afeta os modelos de negócios sustentáveis pois os turistas valorizam a capacidade do agroturismo de melhorar a qualidade da sua oferta e construção de confiança, ou seja, as empresas deste segmento são capazes de identificar as preocupações e demandas dos turistas (Baiocco & Paniccia, 2023). O terceiro e último fator é também pertinente, pois, como este segmento depende fortemente dos recursos naturais locais, esses mesmos recursos surgem como o principal elemento da proposta de valor nos modelos de negócios de agroturismo, surgindo nos processos de produção, mas também no produto final oferecido, sendo então o principal recurso na produção, distribuição e criação de receita (Baiocco & Paniccia, 2023).

A sustentabilidade é amplamente vista como uma responsabilidade social, mas, para a maioria das empresas hoteleiras, as questões ambientais surgem não como uma resposta a desafios sociais, mas sim como resposta às preocupações dos proprietários de hotéis, pois, muitas redes hoteleiras acabam por desenvolver práticas de sustentabilidade ambiental

apenas por razões de redução de custos, e, deste modo, não existe muito interesse em comunicar essas práticas (Calisto et al., 2021). A principal preocupação nestas situações acaba por ser a satisfação das demandas dos proprietários referentes à eficiência no imediato, não tendo em conta que a sustentabilidade atua como um fator diferenciador no mercado (Calisto et al., 2021).

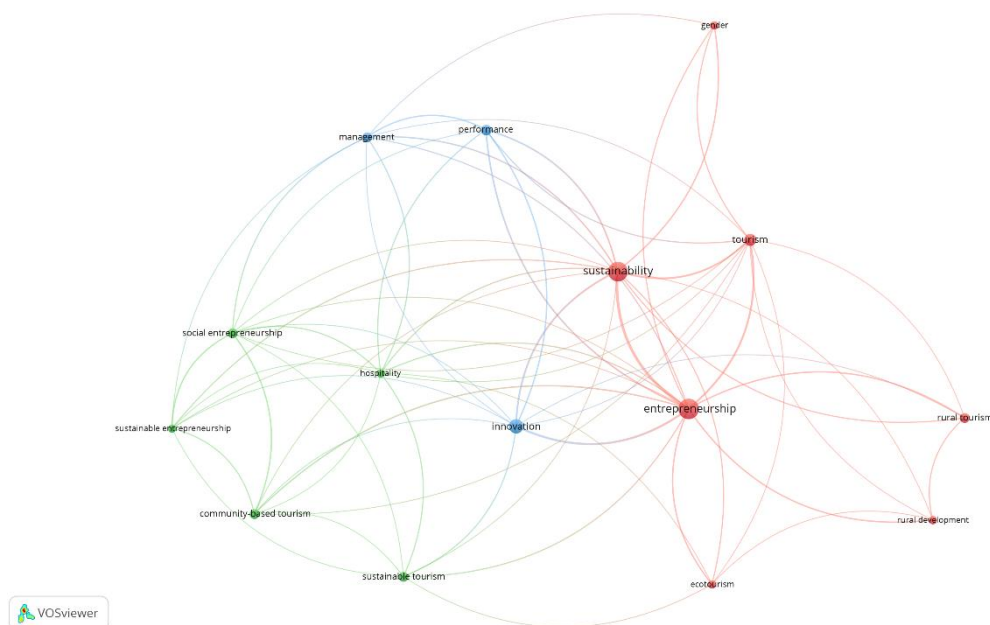
As empresas que não adaptam as suas operações para se tornarem mais sustentáveis e não incorporam práticas que vão além das oportunidades de negócio imediatas podem enfrentar desvantagens competitivas num futuro próximo (Calisto et al., 2021). Isso pode ocorrer devido a regulamentações ambientais mais rigorosas, ao aumento da consciencialização dos turistas, que tendem a priorizar opções mais sustentáveis antes de realizar uma compra, e à crescente oferta de alternativas sustentáveis. À medida que mais opções sustentáveis se tornam disponíveis a preços acessíveis, os consumidores terão maior liberdade de escolha, deixando de associar a sustentabilidade a um fator diferenciador vinculado a custos mais elevados (Calisto et al., 2021).

5.7. Resultados

A análise de coocorrência de pelo menos quatro palavras-chave identificou três clusters principais, apresentados na figura 5.1. Este tipo de análise permite mapear o estado de uma certa área do conhecimento através do estabelecimento de índices estatísticos que representam a força de associação entre pares de *keywords* (Robredo & Cunha, 1998).

- **Primeiro cluster (vermelho):** Este cluster possui 7 itens, sendo “Sustentabilidade” e “Empreendedorismo” as palavras-chave mais relevantes. Ele abrange conceitos relacionados ao turismo sustentável e empreendedorismo rural, com conexões importantes entre os temas de “Tourism”, “Ecotourism” e “Rural Development”.
- **Segundo cluster (verde):** Composto por 5 itens, este cluster destaca “Hospitalidade” como a palavra-chave principal, além de temas como “Turismo Sustentável” e “Turismo Baseado na Comunidade”. Ele reflete o papel das práticas sustentáveis no setor de hospitalidade e o impacto social do turismo comunitário.
- **Terceiro cluster (azul):** Este cluster é menor, com apenas três palavras-chave principais: “Gestão”, “Inovação” e “Performance”. Ele aborda temas relacionados à eficiência organizacional e ao impacto da inovação no setor turístico.

Figura 5.1- Mapa de Coocorrência de Palavras-Chave dos artigos selecionados para a RSL

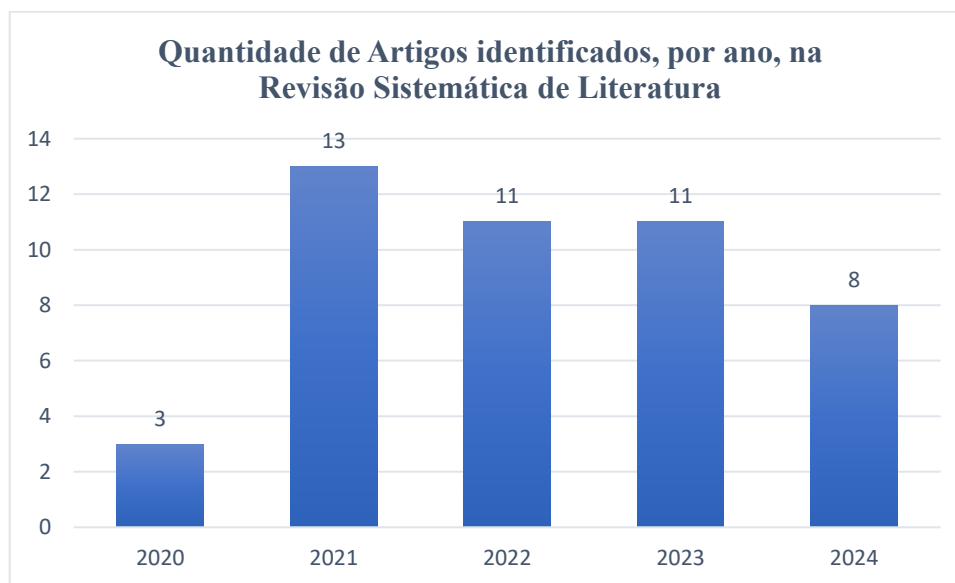


Fonte 14 - Autor (2025)

A análise no VOSviewer também identificou as palavras-chave mais recentes utilizadas nos estudos: “*Entrepreneurship*” (2024) e “*Innovation*” (2023), o que reflete tendências emergentes na pesquisa acadêmica, especialmente relacionadas ao empreendedorismo e à transformação do setor. Este direcionamento é consistente com o movimento global em prol do desenvolvimento sustentável, como destacado pela Agenda 2030 da ONU. Com base nesses resultados, observa-se uma convergência entre as dimensões econômica, social e ambiental no setor turístico, destacando tanto as oportunidades quanto os desafios para implementar modelos de negócios sustentáveis.

A figura 5.2 apresenta a evolução do número de artigos identificados na revisão de literatura, destacando o ano de 2020, que registou o menor número de publicações. Isso poderá refletir o impacto da pandemia de Covid-19 na produção e adiamento de estudos, sendo este adiamento uma explicação plausível para o aumento de publicações no ano seguinte.

Figura 5.2 - Quantidade de Artigos identificados, por ano, na Revisão Sistemática de Literatura



Fonte - Autor (2025)

Relativamente aos restantes anos, observa-se uma estabilidade na produção de artigos, o que demonstra um contínuo interesse na área de pesquisa, com uma produção consistente mesmo após o aumento registado em 2021.

6. Conclusões

6.1. Discussão e contribuições para a teoria

Este estudo contribui para o campo ao não apenas sintetizar o conhecimento existente, mas também ao propor uma agenda de pesquisa que explore a integração do empreendedorismo e da sustentabilidade como vetores-chave para o futuro do turismo global. As implicações práticas incluem o incentivo ao uso de políticas públicas que apoiem modelos de negócios sustentáveis e o fortalecimento de redes de colaboração entre os agentes do setor turístico.

Destaca-se também a relevância da interseção entre empreendedorismo, turismo e sustentabilidade, evidenciando como esses pilares podem ser integrados para promover o desenvolvimento sustentável nos destinos turísticos. Através de uma RSL, foram identificadas tendências emergentes, lacunas no conhecimento e oportunidades para práticas inovadoras que conciliem o crescimento económico, preservação ambiental e a responsabilidade social. Os principais resultados da RSL indicam que:

1. **Empreendedorismo e Sustentabilidade são complementares:**

- A aplicação de modelos de negócios inovadores, baseados em práticas sustentáveis, tem o potencial de fortalecer as comunidades locais, preservando os seus recursos naturais e culturais.
- Estudos destacam que os empreendimentos turísticos sustentáveis podem promover não apenas benefícios económicos, mas também impactos sociais positivos, como o empoderamento de grupos marginalizados, especialmente mulheres.

2. **O Papel da Inovação no Setor Turístico:**

- A inovação surge como um motor essencial para enfrentar desafios como a pandemia de Covid-19, permitindo a adaptação das empresas a cenários de crise.
- O turismo regenerativo e o empreendedorismo digital são tendências emergentes que merecem atenção em futuros estudos.

3. **Importância das Parcerias Locais:**

- A colaboração entre empresas, comunidades e governos é fundamental para garantir o sucesso de iniciativas sustentáveis. Modelos como o turismo comunitário e o agroturismo têm demonstrado ser eficazes em criar valor compartilhado.

As conclusões deste estudo evidenciam que a integração de práticas empreendedoras sustentáveis no setor do turismo pode ser um importante motor para a promoção do desenvolvimento sustentável, respondendo simultaneamente aos desafios ambientais, sociais e económicos identificados nas hipóteses formuladas.

Em primeiro lugar, os resultados indicam que o ES contribui significativamente para a valorização e preservação dos recursos naturais locais (Q1). Vários estudos, como o de Pamić et al. (2021) e Karatas-Ozkan et al. (2024) reforçam a ideia de que a implementação de modelos de turismo inovadores e baseados na conservação tanto do património ambiental como do cultural, não só protege os recursos naturais, mas também agrega valor às comunidades locais.

Em segundo lugar, a análise sugere que a implementação de políticas de incentivo ao ES potencializa um desenvolvimento turístico equilibrado, onde o crescimento económico anda de mãos dadas com a proteção ambiental (Q2). Trabalhos como os de Abou-Shouk et al. (2021) e Karatas-Ozkan et al., 2024 evidenciam que medidas públicas e estratégias integradas conseguem reduzir os impactos negativos e melhorar o desempenho sustentável dos destinos turísticos, através da valorização do contributo de mulheres empreendedoras neste setor.

Em terceiro e último lugar, a integração de estratégias de gestão sustentável nas organizações turísticas (Q3) revela-se fundamental para a criação de valor e para o fortalecimento das economias regionais, bem como para o aumento da satisfação dos consumidores e das comunidades. Estudos empíricos, como o de Ruiz-Ortega et al. (2021), demonstram que quando as empresas adotam abordagens que conciliam a orientação empreendedora com práticas sustentáveis, os seus resultados positivos tendem a se refletir em benefícios duradouros para a sociedade. O estudo de Calisto et al (2021) alerta que as organizações que não adaptam as suas operações com o objetivo de serem mais sustentáveis podem enfrentar desvantagens competitivas a longo prazo, quer devido a novas regulamentações ou a um

novo perfil de turista, que tende a priorizar opções mais sustentáveis e informadas antes de realizar uma compra.

Além disso, a análise de coocorrência de palavras-chave reforçou a centralidade dos temas de **sustentabilidade** e **empreendedorismo** no discurso acadêmico recente, destacando assim a relevância destes conceitos no setor hoteleiro.

6.2. Implicações para a gestão

Apesar deste estudo não se tratar de uma análise empírica, pode fornecer orientação para profissionais e gestores do setor hoteleiro por salientar o papel que o empreendedorismo e a sustentabilidade têm desempenhado nos últimos anos recentes, através da criação de valor gerada por ambos. A identificação de tendências emergentes, como o turismo baseado na comunidade ou o turismo rural, entre outras apontadas anteriormente, revela novas oportunidades de negócio que podem ser exploradas. Dessa forma, as empresas e outros agentes económicos do setor hoteleiro podem aproveitar estas tendências para inovar, diversificar os seus serviços e adaptar-se às mudanças nas preferências dos consumidores, promovendo, ao mesmo tempo, práticas mais sustentáveis e responsáveis.

6.3. Limitações e futuras investigações

A RSL realizada apresentou algumas limitações que devem ser consideradas ao interpretar os resultados. Em primeiro lugar, a análise poderia ter incorporado um conjunto mais amplo de palavras-chave e expressões relacionadas à indústria do turismo e aos temas estudados. Por exemplo, termos como “hospitalidade”, “restaurante”, “agência de turismo” e outros tópicos diretamente ligados ao setor poderiam ter ampliado a abrangência da pesquisa e potencialmente revelado estudos adicionais relevantes para o tema em questão. Outra limitação está relacionada ao uso das bases de dados WoS e ScienceDirect, uma vez que pesquisas relevantes sobre os temas abordados nesta RSL podem ter sido publicadas noutras bases, como a Scopus. A barreira linguística também foi uma limitação, sendo a maioria dos estudos escolhidos escritos em inglês, apesar de terem sido encontrados estudos em espanhol e malaio, que foram descartados.

Outra limitação importante refere-se ao uso de software para a análise de coocorrência. Embora ferramentas como o VOSviewer auxiliem na organização e visualização dos dados, reduzindo a subjetividade nas análises, é importante reconhecer que ainda pode haver a influência de vieses interpretativos na seleção e interpretação dos resultados. Esses vieses

podem ocorrer na análise do núcleo intelectual ou das raízes teóricas dos estudos, particularmente no momento de identificar conexões entre os clusters e as palavras-chave.

Relativamente a futuras investigações relacionadas ao tripé Empreendedorismo, Turismo e Sustentabilidade, estas podem beneficiar de abordagens empíricas, como os estudos de caso, devido à capacidade de explorar profundamente as interações complexas entre essas áreas. Os estudos de caso têm sido utilizados extensivamente na pesquisa no turismo, sendo uma das razões o facto permitirem uma melhor compreensão de certos fenómenos que não poderiam ser compreendidos através de outros métodos de investigação (Beeton et al., 2005; Marujo, 2016). Alguns estudos de caso podem estudar a forma de como a ME afeta a consciencialização sustentável nos gestores e profissionais do setor. Estudos empíricos sobre a ME podem ser enriquecidos pelo uso de questionários uniformizados, como o *Entrepreneurial Mindset Profile* (EMP), conforme destacado por Daspit et al. (2023).

7. Bibliografia

- +Liberdade. (2022). Portugal entre os melhores países | 10 análises, 10 indicadores - Mulheres empresárias — Instituto +Liberdade. <https://maisliberdade.pt/maisfactos/portugal-entre-os-melhores-paises-10-analises-10-indicadores-mulheres-empresarias/>
- +Liberdade. (2023). Dia Mundial da Propriedade Intelectual | Registo internacional de patentes — Instituto +Liberdade. <https://maisliberdade.pt/maisfactos/dia-mundial-da-propriedade-intelectual-registo-internacional-de-patentes/>
- Aall, C. (2014). Sustainable Tourism in Practice: Promoting or Perverting the Quest for a Sustainable Development? *Sustainability 2014, Vol. 6*, Pages 2562-2583, 6(5), 2562–2583. <https://doi.org/10.3390/SU6052562>
- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & Dief, M. M. el. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability 2020, Vol. 12*, 9624. <https://doi.org/10.3390/SU12229624>
- Abou-Shouk, M. A., Mannaa, M. T., & Elbaz, A. M. (2021). Women’s empowerment and tourism development: A cross-country study. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100782. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2020.100782>
- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2015). The Rise and Decline of General Laws of Capitalism. *Journal of Economic Perspectives*, 29(1), 3–28. <https://doi.org/10.1257/JEP.29.1.3>
- Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2010). *Handbook of Entrepreneurship Research* (2nd ed.). Springer New York. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9>
- Ahmad, N., Youjin, L., & Hdia, M. (2022). The role of innovation and tourism in sustainability: why is environment-friendly tourism necessary for entrepreneurship? *Journal of Cleaner Production*, 379, 134799. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2022.134799>
- Aksoy, L., Choi, S., Dogru, T., Keiningham, T., Lorenz, M., Rubin, D., & Bruce Tracey, J. (2022). *Global trends in hospitality*. *Journal of Business Research*, 142, 957–973. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.12.068>
- Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Mulu, Y. E., & Tadesse, B. (2023). The negative cultural impact of tourism and its implication on sustainable development in Amhara Regional State. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2224597>
- Alchian, A. (1950). *Uncertainty, Evolution, and Economic Theory*. https://www.jstor.org/stable/1827159?read-now=1#page_scan_tab_contents
- Alonso-Muñoz, S., Torrejón-Ramos, M., Medina-Salgado, M. S., & González-Sánchez, R. (2023). Sustainability as a building block for tourism – future research: Tourism Agenda 2030. *Tourism Review*, 78(2), 461–474. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-12-2021-0568>

- Al-Shammari, M., Rasheed, A., & Al-Shammari, H. A. (2019). CEO narcissism and corporate social responsibility: Does CEO narcissism affect CSR focus? *Journal of Business Research*, 104, 106–117. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2019.07.005>
- Andrade-Valbuena, N., Baier-Fuentes, H., & Gaviria-Marin, M. (2022). An Overview of Sustainable Entrepreneurship in Tourism, Destination, and Hospitality Research Based on the Web of Science. *Sustainability* 2022, Vol. 14, Page 14944, 14(22), 14944. <https://doi.org/10.3390/SU142214944>
- Antunes, M., Dias, Á., Gonçalves, F., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Measuring Sustainable Tourism Lifestyle Entrepreneurship Orientation to Improve Tourist Experience. *Sustainability* 2023, Vol. 15, Page 1201, 15(2), 1201. <https://doi.org/10.3390/SU15021201>
- Argandoña, A. (2004). Economic Ethics and Institutional Change. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 191–201.
- Arnott, R., Bernstein, W., & Wu, L. (2015). The Myth of Dynastic Wealth: The Rich Get Poorer. *Cato Journal*, 35(3), 447–485. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2599827>
- Atzori, R. (2020). Destination stakeholders' perceptions of overtourism impacts, causes, and responses: The case of Big Sur, California. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100440. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2020.100440>
- Audretsch, D. B. (2003). Entrepreneurship: a survey of the literature. Office for Official Publ. of the Europ. Communities. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/2977/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- Audretsch, D. B., & Moog, P. (2022). Democracy and Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 46(2), 368–392. <https://doi.org/10.1177/1042258720943307>
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., & Link, A. N. (2015). Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 45(4), 703–712. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9663-z>
- Baiocco, S., & Panicia, P. M. A. (2023). Integrating the natural environment into tourism firms' business model for sustainability. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(30), 75015–75028. <https://doi.org/10.1007/S11356-023-27730-7>
- Baiocco, S., Leoni, L., & Panicia, P. M. A. (2023). Entrepreneurship for sustainable development: co-evolutionary evidence from the tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(7), 1521–1546. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2023-0003>
- Banco de Portugal. (2024). Viagens e turismo por país de contraparte | BPstat. <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/quadros/1587>
- Barreto, H. (1989). *The entrepreneur in microeconomic theory: disappearance and explanation*. Routledge.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 95(5), 893–921. <https://www.jstor.org/stable/2937617>

- Beaver, G., & Jennings, P. (2005). Competitive advantage and entrepreneurial power: The dark side of entrepreneurship. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(1), 9–23. <https://doi.org/10.1108/14626000510579617>
- Beeton, S. (2005). The case study in tourism research: A multi-method case study approach. *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice*, 37–48. <https://doi.org/10.1079/9780851999968.0037>
- Belz, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable Entrepreneurship: A Convergent Process Model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1–17. <https://doi.org/10.1002/BSE.1887>
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. *International Studies in Entrepreneurship*, 24, 327–358. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_15
- Blume, L. E., & Durlauf, S. N. (2015). Capital in the Twenty-First century: A review essay. *Journal of Political Economy*, 123(4), 749–777. <https://doi.org/10.1086/682367>
- Bögenhold, D. (2016). Schumpeter, Joseph A. (1883–1950). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.WBEOSS034.PUB2>
- Bohdanowicz, P. (2005). European Hoteliers' Environmental Attitudes. *Cornell Hospitality Quarterly*, 46(2), 188–204. <https://doi.org/10.1177/0010880404273891>
- Boianovsky, M. (2018). Hawley, Frederick Barnard (1843–1929). *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 5661–5664. https://doi.org/10.1057/978-1-349-95189-5_2261
- Bonny-Noach, H., & Sagiv-Alayoff, M. (2021). Casino tourism destinations: health risk for travellers with gambling disorder and related medical conditions. *Journal of Travel Medicine*, 28(1), 1–3. <https://doi.org/10.1093/JTM/TAAA147>
- Brenkert, G. G. (2009). Innovation, rule breaking and the ethics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 448–464. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2008.04.004>
- Brieger, S. A., Hechavarría, D. M., & Newman, A. (2024). Entrepreneurship and Democracy: A Complex Relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/10422587231221797>
- Bucar, B., Hisrich, R.D., 2001. Ethics of business managers vs. entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 6 (1), 59–83.
- Buchholz, R. A., & Rosenthal, S. B. (2005). The spirit of entrepreneurship and the qualities of moral decision making: Toward a unifying framework. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 307–315. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-0137-0>
- Bueno, J. L. C. (2023). Plato, Aristotle and Locke on economic growth and natural law. *The Journal Of Philosophical Economics: Reflections on Economic and Social Issues*. <https://hal.science/hal-04149419>
- Bux, C., & Amicarelli, V. (2022). Circular economy and sustainable strategies in the hospitality industry: Current trends and empirical implications. *Tourism and Hospitality Research*, 2022(0), 1–13. <https://doi.org/10.1177/14673584221119581>

- Caggese, A. (2012). Entrepreneurial risk, investment, and innovation . *Journal of Financial Economics*, 106, 287–307. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.05.009>
- Calás, M. B., Smircich, L., & Bourne, K. A. (2009). Extending the boundaries: Reframing “entrepreneurship as social change” through feminist perspectives. *Academy of Management Review*, 34(3), 552–569. <https://doi.org/10.5465/AMR.2009.40633597>
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. (2010). The impact of risk attitudes on entrepreneurial survival. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 45–63. <https://doi.org/10.1016/J.JEBO.2010.02.012>
- Calisto, M. de L., Umbelino, J., Gonçalves, A., & Viegas, C. (2021). Environmental sustainability strategies for smaller companies in the hotel industry: Doing the right thing or doing things right? *Sustainability (Switzerland)*, 13(18). <https://doi.org/10.3390/SU131810380>
- Campagnolo, G. & Vivel, C. (2014). The foundations of the theory of entrepreneurship in austrian economics – Menger and Böhm-Bawerk on the entrepreneur. *Revue de philosophie économique*, 15, 49-97. <https://doi.org/10.3917/rpec.151.0049>
- Campagnolo, G. (2022). Carl Menger on time and entrepreneurship. *The European Journal of the History of Economic Thought*, 29(5), 817–835. <https://doi.org/10.1080/09672567.2022.2111451>
- Campagnolo, G., & Vivel, C. (2020). Kirzner and Rothbard on an Austrian theory of entrepreneurship: the heirs of both Menger and Mises discuss action and the role of institutions. <https://shs.hal.science/halshs-03107316>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. www.institutcoppet.org
- Carvalho, N., Rodrigues, H., & Brochado, A. (2023). Double or nothing: push and pull factors of casinos in Europe. *GeoJournal*, 88(2), 2233. <https://doi.org/10.1007/S10708-022-10749-7>
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: an economic theory*. <https://ssrn.com/abstract=1496173>
- Casson, M., & Casson, C. (2014). The history of entrepreneurship: Medieval origins of a modern phenomenon. *Business History*, 56(8), 1223–1242. <https://doi.org/10.1080/00076791.2013.867330>
- Castanho, R. A., Santos, C., & Couto, G. (2023). Creative Tourism in Islands and Regional Sustainable Development: What Can We Learn from the Pilot Projects Implemented in the Azores Territory? *Land*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/LAND12020498>
- Castoro, A. A. (2015). Wealth transition and entitlement: Shedding light on the dark side of a charmed life. *Journal of Wealth Management*, 18(2), 9–12. <https://doi.org/10.3905/JWM.2015.18.2.009>
- CE. (2019). Pacto Ecológico Europeu - Consilium. <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/green-deal/>
- Chan, J. K. (2010). Building sustainable tourism destination and developing responsible tourism: conceptual framework, key issues, and challenges. *Tourism Development Journal- An International Research Journal*, 24-32.

- Chen, M.H., Shawn Jang, S.C., Kim, W.G. (2007). The impact of the SARS outbreak on Taiwanese hotel stock performance: an event-study approach. *Int. J. Hosp. Manag.* 26 (1), 200–212. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.11.004>.
- Cheteni, P., & Umejese, I. (2023). Evaluating the sustainability of agritourism in the wild coast region of South Africa. *Cogent Economics and Finance*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2163542>
- Coats, A. W. (1969). The Economics of Francis Amasa Walker: American Economics in Transition. By Bernard Newton. With an Introduction by Joseph Dorfman. New York,: Augustus M. Kelley, 1968. Pp. x, 208. *The Journal of Economic History*, 29(2), 378–379. <https://doi.org/10.1017/S0022050700068091>
- Crespi-Vallbona, M., & Noguer-Juncà, E. (2024). The role of summer markets in promoting authenticity and social sustainability of the regions: The case of La Santa market (Catalonia, Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 36, 100924. <https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2024.100924>
- Croitoru, A. (2012). Schumpeter, J.A., 1934 (2008), The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 137–148. https://www.researchgate.net/publication/272398717_Schumpeter_JA_1934_2008_The_Theory_of_Economic_Development_An_Inquiry_into_Profits_Capital_Credit_Interest_and_the_Business_Cycle_New_Brunswick_USA_and_London_UK_Transaction_Publishers
- Cronin, J. J., Smith, J. S., Gleim, M. R., Ramirez, E., & Martinez, J. D. (2011). Green marketing strategies: An examination of stakeholders and the opportunities they present. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 158–174. <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0227-0>
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5th ed.). Lidel.
- Daly, P., Dias, Á., & Patuleia, M. (2020). The Impacts of Tourism on Cultural Identity on Lisbon Historic Neighbourhoods. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 8(1), 1–25. <https://doi.org/10.29333/EJECS/516>
- Dan, N., & Shimizu, T. (2022). Effective Resources to Mobilize Women Entrepreneurship: A Success Case Study of Family Tourism Businesses in Tioman Island, Malaysia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/SU14159133>
- Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12–44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal*, 68(1), 21–48. <https://doi.org/10.1037/CPB0000045>
- de Matos, M. A., Caetano, K. A. A., França, D. D. da S., Pinheiro, R. S., de Moraes, L. C., & Teles, S. A. (2013). Vulnerability to Sexually Transmitted Infections in women who sell sex on the route of prostitution and sex tourism in Central Brazil. *Revista*

Latino-Americana de Enfermagem, 21(4), 906–912. <https://doi.org/10.1590/S0104-11692013000400011>

- de Mol, E., Ho, V. T., & Pollack, J. M. (2018). Predicting Entrepreneurial Burnout in a Moderated Mediated Model of Job Fit. *Journal of Small Business Management*, 56(3), 392–411. <https://doi.org/10.1111/JSBM.12275>
- Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F., & Tamvada, J. P. (2019). Born to be green: new insights into the economics and management of green entrepreneurship. *Small Business Economics*, 52(4), 759–771. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9933-z>.
- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2023). Developing sustainable business models: local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(4), 931–950. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931>
- Diaz-Parra, I., & Jover, J. (2021). Overtourism, place alienation and the right to the city: insights from the historic centre of Seville, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 158–175. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504>
- Dodds, R., & Holmes, M. (2016). Is there a Benefit from being Green? Assessing Benefits from Marketing Sustainability by North American Hotels. *Journal of Hotel Business Management*, 5(5), 1-9. <https://doi.org/10.4172/2169-0286.1000145>
- Dogru, T., & Bulut, U. (2018). Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence. *Tourism Management*, 67, 425–434. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2017.06.014>
- dos Santos, I. S., Alves, C. E. D. S., & Dewes, H. (2021). Scientific production on tourism-related rural entrepreneurship. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 15(3). <https://doi.org/10.7784/RBTUR.V15I3.2037>
- Douhan, R., Eliasson, G., & Henrekson, M. (2007). Israel M. Kirzner: An outstanding Austrian contributor to the economics of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 29(1–2), 213–223. <https://doi.org/10.1007/S11187-006-9041-Y>
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: Becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132. <https://doi.org/10.2307/41166136>
- DREM. (2022). Nos primeiros onze meses de 2022, as dormidas ultrapassaram os 8,9 milhões, garantindo novo máximo anual. DREM. <https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/economica/turismo-pt/turismo-noticias-pt/noticias-turismo-correntes-pt/3775-13-01-2023-nos-primeiros-onze-meses-de-2022-as-dormidas-ultrapassaram-os-8-9-milhoes-garantindo-novo-maximo-anual.html>
- DREM. (2023). *Estimativa rápida - Em novembro de 2023, o alojamento turístico na Região Autónoma da Madeira registou um crescimento homólogo de 9,7% nas dormidas*. 2023. Retrieved January 9, 2024, from <https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/economica/administracao-publica/2016-02-17-11-17-09/75-noticias/turismo/4319-29-12-2023-estimativa-rapida-em-novembro-de-2023-o-alojamento-turistico-na-regiao-autonoma-da-madeira-registou-um-crescimento-homologo-de-9-7-nas-dormidas.html>

- Drucker, P. F. (1946). *Concept of the Corporation*. In *Concept of the Corporation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315080734>
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. HarperCollins Publishers.
- Drucker, P. F., & Maciariello, J. A. (2008). *Management: Revised Edition*. HarperCollins
- Dunham, L., McVea, J., & Freeman, R. E. (2008). Entrepreneurial wisdom: Incorporating the ethical and strategic dimensions of entrepreneurial decision-making. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 6(1), 8–19. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2008.017386>
- Edgeworth, F. Y. (1904). *The Theory of Distribution*.
- Eichelberger, S., Peters, M., Pikkemaat, B., & Chan, C. S. (2020). Entrepreneurial ecosystems in smart cities for tourism development: From stakeholder perceptions to regional tourism policy implications. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 319–329. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2020.06.011>
- Emami-Langroodi, F. (2021). Schumpeter's Theory of Economic Development: A Study of the Creative Destruction and Entrepreneurship Effects on the Economic Growth. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3153744>
- Erdogan, N., & Baris, E. (2007). Environmental protection programs and conservation practices of hotels in Ankara, Turkey. *Tourism Management*, 28(2), 604–614. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2006.07.003>
- Farè, L., Audretsch, D. B., Dejardin, M., Farè, L., Dejardin, M., Dejardin, M., & Audretsch, D. B. (2023). Does democracy foster entrepreneurship? *Small Business Economics* 2023 61:4, 61(4), 1461–1495. <https://doi.org/10.1007/S11187-023-00737-7>
- Fernandes, A. J. (2011). *Introdução à Ciência Política* (3rd ed.). Porto Editora.
- Ferreira, F. A., Liberato, D., Lima, A. S., & Fernandes, P. O. (2023). Sustainable practices in daily life and in the context of tourism. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 40, 23–34. <https://doi.org/10.34624/RTD.V40I0.31414>
- Forés, B., Janssen, Z. B., Kato, H. T., Janssen, Z., ; T., & Kato, H. A. (2021). A Bibliometric Overview of Tourism Family Business. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 12822, 13(22), 12822. <https://doi.org/10.3390/SU132212822>
- Forradellas, R. R., Alonso, S. N., Vázquez, J. J., Fernández, M. Á. E., & Miró, N. V. (2021). Entrepreneurship, sport, sustainability and integration: A business model in the low-season tourism sector. *Social Sciences*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/SOCSCI10040117>
- Frantz, R. (2018). Harvey Leibenstein, and an anomaly called X-Efficiency Allocative and X-efficiency. *Journal of Behavioral Economics for Policy*, 2(1), 25–31.
- Frantz, R. (2020). X-efficiency. An intervening variable. *The Beginnings of Behavioral Economics*, 95–116. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-815289-8.00006-X>
- Gaffar, V., Tjahjono, B., Abdullah, T., Sari, M., & Rofaida, R. (2022). Unfolding the Impacts of a Prolonged COVID-19 Pandemic on the Sustainability of Culinary Tourism: Some Insights from Micro and Small Street Food Vendors. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/SU14010497>

- García-Gallo, M. D., Jiménez-Naharro, F., Torres-García, M., Guadix-Martín, J., & Giesecke, S. L. (2021). Sustainability of Spanish Tourism Start-Ups in the Face of an Economic Crisis. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 2026, 13(4), 2026. <https://doi.org/10.3390/SU13042026>
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report
- Gerrard, B. (2022). The Road Less Travelled: Keynes and Knight on Probability and Uncertainty. *Review of Political Economy*. <https://doi.org/10.1080/09538259.2022.2114291>
- Gibson, S. G., Harris, M. L., Aaron, J. R., & McDowell, W. C. (2016). The Halo of Social Entrepreneurship. *Journal of Ethics & Entrepreneurship*, 75(2), 85–103.
- Goel, S., & Karri, R. (2006). Entrepreneurs, Effectual Logic, and Over-Trust. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), 477–493. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2006.00131.X>
- Gómez, M., Medina, F. X., & Puyuelo, J. (2016). New Trends In Tourism? From Globalization To Postmodernism. *International Journal of Scientific Management Tourism* (Vol. 2).
- González-Serrano, M. H., Sanz, V. A., & González-García, R. J. (2020). Sustainable sport entrepreneurship and innovation: A bibliometric analysis of this emerging field of research. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/SU12125209>
- Graci, S. (2009). Examining the Factors That Impede Sustainability in China's Tourism Accommodation Industry: A Case Study of Sanya, Hainan, China. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(1), 38–55. <https://doi.org/10.1080/19368620903327683>
- Grebel, T. (2004). Entrepreneurship: A new perspective. *Entrepreneurship: A New Perspective*, 1–178. <https://doi.org/10.4324/9780203478745>
- GSTC. (s.d.). What is Sustainable Tourism? Here's the Definition | GSTC. Retrieved May 3, 2024, from <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>
- Hajarramah, D., McGehee, N. G., & Soulard, J. (2024). The road to success: Tourism social entrepreneurs' quest for regenerative tourism. *Annals of Tourism Research*, 108, 103818. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2024.103818>
- Hammer, J., & Pivo, G. (2016). The Triple Bottom Line and Sustainable Economic Development Theory and Practice. *Economic Development Quarterly*, 31(1), 25–36. <https://doi.org/10.1177/0891242416674808>
- Harris, J. D., Sapienza, H. J., & Bowie, N. E. (2009). Ethics and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 407–418. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2009.06.001>
- Harrison, R. T., Leitch, C. M., & McAdam, M. (2024). Margins of intervention? Gender, Bourdieu and women's regional entrepreneurial networks. *Entrepreneurship & Regional Development*. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2298981>

- Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, 60(5), 1041–1079. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2024216>
- Haynes, K. T., Hitt, M. A., & Campbell, J. T. (2015). The Dark Side of Leadership: Towards a Mid-Range Theory of Hubris and Greed in Entrepreneurial Contexts. *Journal of Management Studies*, 52(4), 479–505. <https://doi.org/10.1111/joms.12127>
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2009). A History of Entrepreneurship. In *A History of Entrepreneurship*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203877326>
- Hébert, R. F., & Link, A.N. (2006a). Historical Perspectives on the Entrepreneur. In *Foundations and Trends R in Entrepreneurship* (Vol. 2, Issue 4). <https://doi.org/10.1561/03000000008>
- Hébert, R.F., & Link, A.N. (1989). In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39–49. <https://doi.org/10.1007/BF00389915>
- Hébert, R.F., & Link, AN. (2006b). The entrepreneur as innovator. *Journal of Technology Transfer*, 31(5), 589–597. <https://doi.org/10.1007/S10961-006-9060-5>
- Henry, L. A., Buyl, T., & Jansen, R. J. G. (2019). Leading corporate sustainability: The role of top management team composition for triple bottom line performance. *Business Strategy and the Environment*, 28(1), 173–184. <https://doi.org/10.1002/BSE.2247>
- Ho, L. C. J., & Taylor, M. E. (2007). An Empirical Analysis of Triple Bottom-Line Reporting and its Determinants: Evidence from the United States and Japan. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 18(2), 123–150. <https://doi.org/10.1111/J.1467-646X.2007.01010.X>
- Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 481–492. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2009.07.005>
- Hogarth, R. M., & Karelaia, N. (2012). Entrepreneurial success and failure: Confidence and fallible judgment. *Organization Science*, 23(6), 1733–1747. <https://doi.org/10.1287/ORSC.1110.0702>
- Hoogendoorn, B., van der Zwan, P., & Thurik, R. (2019). Sustainable Entrepreneurship: The Role of Perceived Barriers and Risk. *Journal of Business Ethics*, 157(4), 1133–1154. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3646-8>
- Hoppstadius, F., & Sandell, K. (2018). Tourism – as exploration and demonstration of which sustainable development? The case of a biosphere reserve. *Tourism 2018*, Vol. 66, 161–176.
- IAPMEI (20 fevereiro, 2024). Empreendedorismo. [https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-\(1\).aspx](https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo-(1).aspx)
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00086-2](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00086-2)

- Irungu, R. W., Liu, Z., Liu, X., & Wanjiru, A. W. (2023). Role of Networks of Rural Innovation in Advancing the Sustainable Development Goals: A Quadruple Helix Case Study. *Sustainability (Switzerland)*, 15(17). <https://doi.org/10.3390/SU151713221>
- Jiang, Y., Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *Int. J. Contemp. Hosp. Manage.* 32 (8), 2563–2573. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0237>
- Jones, C., & Murtola, A.-M. (2012). Entrepreneurship and expropriation. *Organization*, 19(5), 635–655. <https://doi.org/10.1177/1350508412448694>
- Jones, G., & Wadhvani, R. D. (2006). Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda. https://www.researchgate.net/publication/237402752_Entrepreneurship_and_Business_History_Renewing_the_Research_Agenda
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2016). Sustainability in the hospitality industry: Some personal reflections on corporate challenges and research agendas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 36–67. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2014-0572>
- Kallis, G., Demaria, F., & D’Alisa, G. (2015). Degrowth. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, 24–30. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.91041-9>
- Kapetanakis, P. (2018). *Aristotle on Wealth-Acquisition: Ethical, Economic and Political Issues*.
- Karatas-Ozkan, M., Tunalioglu, R., Ibrahim, S., Ozeren, E., Grinevich, V., & Kimaro, J. (2024). Actioning sustainability through tourism entrepreneurship: Women entrepreneurs as change agents navigating through the field of stakeholders. *Central European Management Journal*, 32(1), 31–56. <https://doi.org/10.1108/CEMJ-12-2021-0159>
- Karayiannis, A. D., & Bitros, G. C. (2004). *The liberating power of entrepreneurship in ancient Athens*.
- Kariv, D. (2008). The Relationship between Stress and Business Performance among Men and Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(4), 449–476. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593435>
- Karri, R., & Goel, S. (2008). Effectuation and Over-Trust: Response to Sarasvathy and Dew. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 739–748. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2008.00251.X>
- Kets de Vries, M. F. R. (1985). The Dark Side of Entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63(6), 160–167. <https://hbr.org/1985/11/the-dark-side-of-entrepreneurship>
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*.

- Kirzner, I. M. (1979), 'Comment: X-inefficiency, error, and the scope for entrepreneurship'. In *Time, Uncertainty and Disequilibrium*, Rizzo, M. (ed.). 140-153. Lexington, MA: D. C. Heath.
- Kirzner, I. M. (1985). *Discovery and the Capitalist Process*. University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (2000). *The Driving Force of the Market: Essays in Austrian Economics*.
- Kirzner, I.M. The entrepreneurial role in Menger's system. *Atlantic Economic Journal* 6, 31–45 (1978). <https://doi.org/10.1007/BF02313307>
- Klein, P. G., & Cook, M. L. (2006). T. W. Schultz and the Human-Capital Approach to Entrepreneurship. *Review of Agricultural Economics*, 344–350. <https://www.jstor.org/stable/3877178>
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty, and Profit*.
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 502–527. <https://doi.org/10.1016/J.JOEP.2006.11.002>
- Kummitha, H. R., Kolloju, N., Jancsik, A., & Szalók, Z. C. (2021). Can Tourism Social Entrepreneurship Organizations Contribute to the Development of Ecotourism and Local Communities: Understanding the Perception of Local Communities. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 11031, 13(19), 11031. <https://doi.org/10.3390/SU131911031>
- Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57(4), 1681–1691. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00372-6>
- Kurzynski, M. (2009). Peter Drucker: Modern day Aristotle for the business community. *Journal of Management History*, 15(4), 357–374. <https://doi.org/10.1108/17511340910987293>
- Landström, H., Harirchi, G., & Åström, F. (2012). Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41(7), 1154–1181. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.009>
- Langvinien, N., & Daunoraviit, I. (2015). Factors influencing the success of business model in the hospitality service industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 902–910. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.503>
- Leal Filho, W., Azeiteiro, U., Alves, F., Pace, P., Mifsud, M., Brandli, L., Caeiro, S. S., & Disterheft, A. (2018). Reinvigorating the sustainable development research agenda: the role of the sustainable development goals (SDG). *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 25(2), 131–142. <https://doi.org/10.1080/13504509.2017.1342103>
- Legrand, M. D. P., & Hagemann, H. (2017). Business Cycles, Growth, and Economic Policy: Schumpeter and the Great Depression. *Journal of the History of Economic Thought*, 39(1), 19–33. <https://doi.org/10.1017/S1053837216001048>
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and Development. *The American Economic Review*, 58(2), 72–83. <https://www.jstor.org/stable/1831799>

- Leibenstein, H. (1979), 'The general X-efficiency paradigm and the role of the entrepreneur'. In *Time, Uncertainty and Disequilibrium*, Rizzo, M. (ed.) 127–140. Lexington, MA: D. C. Heath.
- Leite, E. (2023). EDITORIAL—A CONTRIBUTION TO ACADEMIC RESEARCH: THE ROLE OF SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP. *Journal of Entrepreneurial Researchers*, 1(1), 01-04-01–04. <https://doi.org/10.29073/JER.VIII.1>
- Leite, E. M. de A., Audretsch, D., & Leite, A. (2024). Redefining Entrepreneurship: Philosophical Insights in a Post-individualist Era. *The Journal of Entrepreneurship*, 33(2), 239–267. <https://doi.org/10.1177/09713557241255399>
- Leite, E., Mota, L., Lousada, S., & Leite, A. (2022). Standardized Reading of Sustainable Tourism Indicators for Ultraperipheral Regions. *Sustainability (Switzerland)*, 14(21), 14076. <https://doi.org/10.3390/su142114076>
- LeRoy, S. F., & Singell, L. D. (1987). Knight on Risk and Uncertainty. *Journal of Political Economy*, 95(2), 394–406. <http://www.jstor.org/stable/1832078>
- Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From Cultural Tourism to Social Entrepreneurship: Role of Social Value Creation for Environmental Sustainability. *Frontiers in Psychology*, 13, 925768. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
- Lim, W. M., & To, W. M. (2022). The economic impact of a global pandemic on the tourism economy: the case of COVID-19 and Macao's destination- and gambling-dependent economy. *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1258–1269. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1910218>
- Lindvert, M., Laven, D., & Gelbman, A. (2024). Exploring the role of women entrepreneurs in revitalizing historic Nazareth. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 598–616. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2145291>
- Liu, J., Zhong, D., Liu, J., & Liao, Z. (2023). B&B accommodation entrepreneurship in rural China: How does embeddedness make a difference? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 284–294. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2023.06.021>
- Lu, T. S., Holmes, A., Noone, C., & Flaherty, G. T. (2020). Sun, sea and sex: a review of the sex tourism literature. *Tropical Diseases, Travel Medicine and Vaccines*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.1186/s40794-020-00124-0>
- Mahato, S. S., Phi, G. T., & Prats, L. (2021). Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 396–406. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2021.10.010>
- Maldonado-Eraza, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Miranda-Salazar, S. P., & Tierra-Tierra, N. P. (2022). Strengthening of Community Tourism Enterprises as a Means of Sustainable Development in Rural Areas: A Case Study of Community Tourism Development in Chimborazo. *Sustainability (Switzerland)*, 14(7). <https://doi.org/10.3390/SU14074314>
- Maliva, N., Anderson, W., Buchmann, A., & Dashper, K. (2024). Risky business? Women's entrepreneurial responses to crisis in the tourism industry in Tanzania. *Journal of*

- Manaktola, K., & Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behaviour towards green practices in the lodging industry in India. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 364–377. <https://doi.org/10.1108/09596110710757534>
- Markman, G. D., Russo, M., Lumpkin, G. T., Jennings, P. D. D., & Mair, J. (2016). Entrepreneurship as a Platform for Pursuing Multiple Goals: A Special Issue on Sustainability, Ethics, and Entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(5), 673–694. <https://doi.org/10.1111/joms.12214>
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*.
- Marshall, A. (1920). *Industry and Trade*.
- Martin, K., et al., 2016. Human health and environmental sustainability: the 21st century's grand challenges. *The Lancet Global Health* 4, S1–S2. [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(16\)30001-8](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(16)30001-8)
- Marujo, N. (2013). O Desenvolvimento do Turismo na Ilha da Madeira. *TURyDES*, 6(15). https://www.researchgate.net/publication/259345505_O_Developimento_do_Turismo_na_Ilha_da_Madeira
- Marujo, N. (2015). Turismo, Paisagem e Clima na Ilha da Madeira. <hdl.handle.net/10174/16723>
- McBride, W. (2014). Thomas Piketty's False Depiction of Wealth in America.
- McCall, C. E., & Mearns, K. F. (2021). EMPOWERING WOMEN THROUGH COMMUNITY-BASED TOURISM IN THE WESTERN CAPE, SOUTH AFRICA. *Tourism Review International*, 45(2–3), 157–171. <https://doi.org/10.3727/154427221X16098837279967>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty. Harvard Business Press.
- McLarty, B. D., Hornsby, J. S., & Liguori, E. W. (2022). Advancing entrepreneurial mindset: What do we know and where do we go? *Journal of Small Business Management*, 61(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2140809>
- McMullen, J. S., & Kier, A. S. (2016). Trapped by the entrepreneurial mindset: Opportunity seeking and escalation of commitment in the Mount Everest disaster. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 663–686. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2016.09.003>
- Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., & Ali, F. (2019). Why should hotels go green? Insights from guests experience in green hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 169–179. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2019.04.022>
- Michael, S. C. (2008). Entrepreneurship, growth, and Adam Smith. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3–4), 287–289. <https://doi.org/10.1002/SEJ.31>

- Michaelides, P. G., & Milios, J. G. (2009). Joseph Schumpeter and the German Historical School. *Cambridge Journal of Economics*, 33(3), 495–516. <https://doi.org/10.1093/CJE/BEN052>
- Misaki, K. (2018). Léon Walras on the Worker-Entrepreneur. https://www.researchgate.net/publication/325280585_Leon_Walras_on_the_Worker-Entrepreneur
- Moscardo, G., & Murphy, L. (2014). There is no such thing as sustainable tourism: Re-conceptualizing tourism as a tool for sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 6(5), 2538–2561. <https://doi.org/10.3390/SU6052538>
- Mota, L., Leite, E., & Ghasemi, V. (2024). Exploring the impact of climate change on lodging establishments: a systematic literature review. *Quality and Quantity*, 1–26. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-01834-9>
- Mota, L., Teixeira, S., & Gonçalves, F. (2018). Remarks from tourism planning and sustainable tourism - A bibliometric study. *Enlightening Tourism*, 8(2), 99–127. <https://doi.org/10.33776/ET.V8I2.3591>
- Muldoon, J., Davis, P. E., Bendickson, J. S., McDowell, W. C., & Liguori, E. W. (2022). Paved with good intentions: Moral disengagement and social entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100237. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100237>
- Murphy, P. J., & Coombes, S. M. (2009). A model of social entrepreneurial discovery. *Journal of Business Ethics*, 87(3), 325–336. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9921-y>
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12–35. <https://doi.org/10.2139/SSRN.818604>
- Niedbala, G., Jeczmyk, A., Steppa, R., & Uglis, J. (2020). Linking of traditional food and tourism. The best pork of Wielkopolska-culinary tourist trail: A case study. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/SU12135344>
- Norberg, J. (2023). *The capitalist manifesto: why the global free market will save the world*. Atlantic Books.
- Obschonka, M., Pavez, I., Kautonen, T., Kibler, E., Salmela-Aro, K., & Wincent, J. (2023). Job burnout and work engagement in entrepreneurs: How the psychological utility of entrepreneurship drives healthy engagement. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106272. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2022.106272>
- Ormerod, P. (2015). The economics of radical uncertainty. *Economics*, 9. <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2015-41>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *International Journal of Surgery*, 88, 105906. <https://doi.org/10.1016/J.IJSU.2021.105906>

- Pamić, R. K., Slivar, I., & Floričić, T. (2021). Indoor camping in fortified heritage buildings: A newway of sustainable tourism valorization. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), 1–19. <https://doi.org/10.3390/SU13031215>
- Pasquinelli, C., & Trunfio, M. (2020). Overtouristified cities: an online news media narrative analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1805–1824. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1760871>
- Pellegrini, M. M., & Ciappei, C. (2015). Ethical Judgment and Radical Business Changes: The Role of Entrepreneurial Perspicacity. *Journal of Business Ethics*, 128(4), 769–788. <https://doi.org/10.1007/S10551-013-1988-4>
- Pereira, T. F. P. D. (2020). Reflecting on drug tourism and its future challenges. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 10(1), 83–92. <https://doi.org/10.2478/EJTHR-2020-0007>
- Pereira, T. F. P. D., & de Paula, L. B. (2016). Drug Tourism: General Overview, Case Studies and New Perspectives in the Contemporary World. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(3), 188–202. <https://doi.org/10.1515/EJTHR-2016-0021>
- Pereira, V., Silva, G. M., & Dias, Á. (2021). Sustainability Practices in Hospitality: Case Study of a Luxury Hotel in Arrábida Natural Park. *Sustainability*. 2021; 13(6):3164 <https://doi.org/10.3390/su13063164>
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. T. (2021). Entrepreneurial mindset: Dispositional beliefs, opportunity beliefs, and entrepreneurial behavior. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 45–79. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907582>
- Pigou, A. C. (1923). *Industrial Fluctuations*.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Piketty, T. (2021). Capital and ideology: A global perspective on inequality regimes. *The British Journal of Sociology*, 72(1), 139–150. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12836>
- Pineda-Escobar, M. A. (2019). Moving the 2030 agenda forward: SDG implementation in Colombia. *Corporate Governance (Bingley)*, 19(1), 176–188. <https://doi.org/10.1108/CG-11-2017-0268>
- Pittz, S. F., & Pittz, T. G. (2024). Towards an ethical awareness of entrepreneurs: a Nietzschean perspective on creative destruction. *Entrepreneurship & Regional Development*. <https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2305193>
- Pomare, C. (2018). A multiple framework approach to sustainable development goals (SDGs) and entrepreneurship. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 8, 11–31. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620180000008006>
- Power, S., di Domenico, M. L., & Miller, G. (2017). The nature of ethical entrepreneurship in tourism. *Annals of Tourism Research*, 65, 36–48. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2017.05.001>

- Rahim, A. (1996). Stress, Strain, and Their Moderators: An Empirical Comparison of Entrepreneurs and Managers. *Journal of Small Business Management*.
- Ramaano, A. I. (2022). Musina Municipality tourism management and strategies: a sustainable-eco-tourism inclusive business insights for the town, abutting peri-urban and countryside existences. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 33(3), 718–738. <https://doi.org/10.1108/MEQ-11-2021-0257>
- Ratten, V. (2020). Tourism entrepreneurship research: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 122–125. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-06-2019-0204>
- Ratten, V., & Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100431. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2020.100431>
- Recktenwald, H. C. (1987). Mangoldt, Hans Karl Emil von (1824–1868). *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 1–2. https://doi.org/10.1057/978-1-349-95121-5_1201-1
- Robinson, J. A., & Acemoglu, D. (2012). *Why Nations Fail* (Profile Books Ltd, Ed.).
- Robredo, J., & Cunha, M. B. da. (1998). Aplicação de técnicas infométricas para identificar a abrangência do léxico básico que caracteriza os processos de indexação e recuperação da informação. *Ciência Da Informação*, 27(1), 11–27. <https://doi.org/10.1590/S0100-19651998000100003>
- Rodgers, C. (2010). Sustainable entrepreneurship in SMEs: a case study analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(3), 125–132. <https://doi.org/10.1002/CSR.223>
- Romar, E. J. (2004). Managerial harmony: The Confucian ethics of Peter F. Drucker. *Journal of Business Ethics*, 51(2), 199–210. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000033613.11761.7b>
- Rosário, A. T., Raimundo, R. J., & Cruz, S. P. (2022). Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review. *Sustainability 2022, Vol. 14*, Page 5556, 14(9), 5556. <https://doi.org/10.3390/SU14095556>
- Rothbard, M. N. (1985). Professor Hebert on Entrepreneurship. *Journal of Libertarian Studies*, 281–286.
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., & García-Villaverde, P. M. (2021). From entrepreneurial orientation to sustainability orientation: The role of cognitive proximity in companies in tourist destinations. *Tourism Management*, 84, 104265. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2020.104265>
- Russell, B. (1945). *A History Of Western Philosophy And Its Connection with Political and Social Circumstances from the Earliest Times to the Present Day*.
- Sapienza, H. J., & Korsgaard, M. A. (1996). Procedural justice in entrepreneur-investor relations. *Academy of Management Journal*, 39(3), 544–574. <https://www.jstor.org/stable/256655>
- Sarabia-Molina, M. Y., Soares, J. R. R., & Lois-González, R. C. (2022). Innovations in Community-Based Tourism: Social Responsibility Actions in the Rural Tourism in

- the Province of Santa Elena–Ecuador. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/SU142013589>
- Sarango-Lalangui, P., Santos, J. L. S., & Hormiga, E. (2018). The Development of Sustainable Entrepreneurship Research Field. *Sustainability 2018, Vol. 10*, Page 2005, 10(6), 2005. <https://doi.org/10.3390/SU10062005>
- Sarasvathy, S., & Dew, N. (2008). Effectuation and Over–Trust: Debating Goel and Karri. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 727–737. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2008.00250.X>
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e Inovação (3ª Edição)*. Escolar Editora.
- Say, J.-B. (1803). *Traité d'économie politique ou Simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses*. www.institutcoppet.org
- Schaltegger, S. (2013). Sustainable Entrepreneurship. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 2458–2462. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_742
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20(4), 222–237. <https://doi.org/10.1002/BSE.682>
- Scheyvens, R., Carr, A., Movono, A., Hughes, E., Higgins-Desbiolles, F., & Mika, J. P. (2021). Indigenous tourism and the sustainable development goals. *Annals of Tourism Research*, 90. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2021.103260>
- Schultz, T. W. (1975). The Value of the Ability to Deal with Disequilibria. *Journal of Economic Literature*, 13(3), 827–846.
- Schultz, T. W. (1980). *Investment in Entrepreneurial Ability*.
- Schumpeter, J. (1911). *Teoria do Desenvolvimento Económico*. <https://gulbenkian.pt/publications/teoria-do-desenvolvimento-economico/>
- Schumpeter, J. (1928). The Instability of Capitalism. *The Economic Journal*, 38 (151), 361. <https://doi.org/10.2307/2224315>
- Schumpeter, J. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy*.
- Schumpeter, J. (1955). *History of Economic Analysis*.
- Segarra-Oña, M.-V., Peiró-Signes, Á., Verma, R., & Miret-Pastor, L. (2012). Does Environmental Certification Help the Economic Performance of Hotels?: Evidence from the Spanish Hotel Industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 242-256. <https://doi.org/10.1177/1938965512446417>
- Shackle, G. L. S. (1955). *Uncertainty In Economics And Other Reflections*. Cambridge University Press.
- Shackle, G. L. S. (1966). *The Nature Of Economic Thought*. Cambridge University Press.
- Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S., & Kharbanda, A. (2024). Using innovation and entrepreneurship for creating edge in service firms: A review research of tourism and hospitality industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100572. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2024.100572>

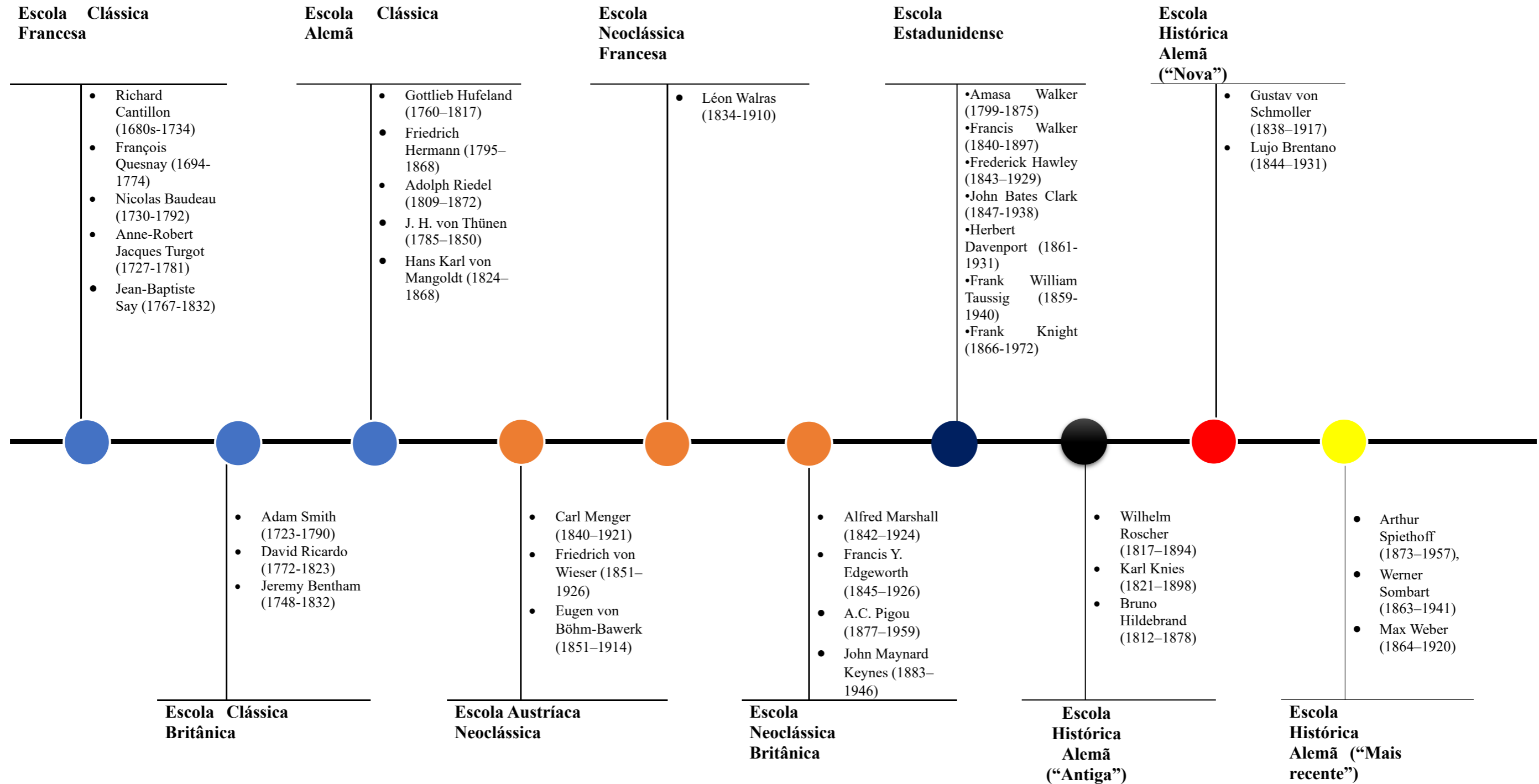
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Haynie, J. M. (2010). Entrepreneurial spirals: Deviation-amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(1), 59–82. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00313.x>
- Shipway, R., Mosey, S., & Symons, C. (2023). Industry insights and post pandemic practices for entrepreneurship and innovation in leisure. *Leisure Studies*, 42(6), 956–970. <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2157467>
- Singh, S., & Dutt, C. S. (2023). The adoption of the UN sustainable development goals in hotels in Dubai. *Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1177/14673584231164941>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2019.07.039>
- Solymossy, E., & Masters, J. K. (2002). Ethics through an entrepreneurial lens: Theory and observation. *Journal of Business Ethics*, 38(3), 227–240. <https://doi.org/10.1023/A:1015832123366>
- Sørensen, F., & Grindsted, T. S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals of Tourism Research*, 91, 103307. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2021.103307>
- Steinbaum, M. (2017). Why Are Economists Giving Piketty the Cold Shoulder? . Boston Review. <https://www.bostonreview.net/articles/marshall-steinbaum-beyond-piketty/>
Acesso no dia 2 de fevereiro de 2024
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/10.1002/SD.2133>
- Suriyankietkaew, S., Krittayaruangroj, K., & Iamsawan, N. (2022). Sustainable Leadership Practices and Competencies of SMEs for Sustainability and Resilience: A Community-Based Social Enterprise Study. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/SU14105762>
- Swedberg, R. (2015). Schumpeter, Joseph A. (1883–1950). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, 141–145. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.61120-0>
- Tajeddini, K., Gamage, T. C., Tajdini, J., Hameed, W. U., & Tajeddini, O. (2024). Exploring the effects of service innovation ambidexterity on service design in the tourism and hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 119, 103730. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2024.103730>
- Tasci, A. D. A., Wei, W. & Milman, A. (2020). Uses and misuses of the case study method. *Annals of Tourism Research*, 82, 102815. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2019.102815>
- Teal, E. J., & Carroll, A. B. (1999). Moral reasoning skills: Are entrepreneurs different? *Journal of Business Ethics*, 19(3), 229–240. <https://doi.org/10.1023/A:1006037510932>

- Thananusak, T., & Suriyankietkaew, S. (2023). Unpacking Key Sustainability Drivers for Sustainable Social Enterprises: A Community-Based Tourism Perspective. *Sustainability* 2023, Vol. 15, Page 3401, 15(4), 3401. <https://doi.org/10.3390/SU15043401>
- Theocharis, R. D. (1993). Hans von Mangoldt on Price Theory. *The Development of Mathematical Economics*, 215–230. https://doi.org/10.1007/978-1-349-12992-8_8
- Towner, J. (1995). What is tourism's history? *Tourism Management*, 16(5), 339–343. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00032-J](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00032-J)
- Tracy, D. (1817). *A Treatise on Political Economy*. https://cdn.mises.org/A%20Treatise%20on%20Political%20Economy_6.pdf
- Treviño, L. K., den Nieuwenboer, N. A., Kreiner, G. E., & Bishop, D. G. (2014). Legitimizing the legitimate: A grounded theory study of legitimacy work among Ethics and Compliance Officers. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 123(2), 186–205. <https://doi.org/10.1016/J.OBHP.2013.10.009>
- Tsai, C. H., Linliu, S. C., Chang, R. C. Y., & Mak, A. H. N. (2020). Disaster prevention management in the hotel industry: Hotel disaster prevention literacy. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 444–455. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2020.09.008>
- Turismo de Portugal. (2017). Estratégia Turismo 2027 (ET2027). [https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo Portugal/Estrategia/Estrategia 2027/Paginas/default.aspx](https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo%20Portugal/Estrategia/Estrategia%202027/Paginas/default.aspx)
- Turismo de Portugal. (2021, May 20). Guias de boas práticas para um turismo mais sustentável publicados pelo Turismo de Portugal. <https://business.turismodeportugal.pt/pt/noticias/Paginas/turismo-de-portugal-lanca-guias-de-boas-praticas-para-turismo-mais-sustentavel.aspx>
- UNWTO. (s.d.). Sustainable development. Retrieved May 3, 2024, from <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UNWTO. (s.d.). *Tourism 4 SDGs* <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Valls, J. F., Mota, L., Vieira, S. C. F., & Santos, R. (2019). Opportunities for Slow Tourism in Madeira. *Sustainability* 2019, Vol. 11, Page 4534, 11(17), 4534. <https://doi.org/10.3390/SU11174534>
- van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923–941. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9971-6>
- van Praag, C. M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *Economist*, 147(3), 311–335. <https://doi.org/10.1023/A:1003749128457>

- Varmazyari, H., Mirhadi, S. H., Joppe, M., Kalantari, K., & Decrop, A. (2022). Ecologie Entrepreneurship in Emerging Markets: A New Typology of Entrepreneurs; The Case of IRAN. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/SU14148479>
- Veblen, T. (1904). *The Theory of Business Enterprise*. In *The Theory of Business Enterprise*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351302487-3>
- Veilleux, A. (2024). Opening Pandora's box: the making of cannabis tourism in Thailand. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325941>
- Velardo, T. (2022). 3. Capitalism without capitalists. Bankers, capitalists & entrepreneurs in Schumpeter's theory. *Cahiers d'économie Politique*, 80(1), 61–89. <https://doi.org/10.3917/CEP1.080.0061>
- von Mises, L. (1949). *Human Action*. <https://mises.org/library/human-action-0>
- von Mises, L. (1951). *Profit and Loss*. <https://mises.org/library/profit-and-loss-0>
- Wadhvani, R. D., & Lubinski, C. (2017). Reinventing Entrepreneurial History. *Business History Review*, 91(4), 767–799. <https://doi.org/10.1017/S0007680517001374>
- Walker, A. (1866). *The science of wealth: a manual of political economy*
- White, J.V. and Gupta, V.K. (2020), "Stress and Well-Being in Entrepreneurship: A Critical Review and Future Research Agenda", Perrewé, P.L., Harms, P.D. and Chang, C.-H. (Ed.) *Entrepreneurial and Small Business Stressors, Experienced Stress, and Well-Being* (Research in Occupational Stress and Well Being, Vol. 18), Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 65-93. <https://doi.org/10.1108/S1479-35552020000018004>
- World Bank (2023); Maddison Project Database 2020 (Bolt and van Zanden, 2020); Maddison Database 2010 (Maddison, 2009) – with major processing by Our World in Data
- World Commission on Environment and Development (WCED). *Our Common Future Report*; Oxford University Press: Oxford, UK, 1987.
- World Tourism Organization. (2005) *Making Tourism More Sustainable— A Guide for Policy Makers*. <https://doi.org/10.18111/9789284408214>
- Wu, B., Geng, B., Wang, Y., Scott McCabe, Liao, L., Zeng, L., & Deng, B. (2022). Reverse entrepreneurship and integration in poor areas of China: Case studies of tourism entrepreneurship in Ganzi Tibetan Region of Sichuan. *Journal of Rural Studies*, 96, 358–368. <https://doi.org/10.1016/J.JRURSTUD.2022.11.012>
- Yan, L., Xu, J. (Bill), & Zhou, (Joe) Yong. (2018). Residents' attitudes toward prostitution in Macau. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 205–220. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1338293>
- York, J. G., & Venkataraman, S. (2010). The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 449–463. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2009.07.007>
- Zahra, S. A., Yavuz, R. I., & Ucbasaran, D. (2006). How much do you trust me? The dark side of relational trust in new business creation in established companies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(4), 541–559. <https://doi.org/10.1111/J.1540-6520.2006.00134.X>

- Zeng, X., Li, Y., Zhang, C., & Yang, X. (2024). Sustainable entrepreneurship in tourism: The interaction between tourism enterprise and community. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60, 429–440. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2024.09.001>
- Zhang, Z., & Arvey, R. D. (2009). Rule breaking in adolescence and entrepreneurial status: An empirical investigation. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 436–447. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2008.04.009>
- Zhu, F., Yu, W., Fan, S. X., & Jonathan, J. G. (2023). Should I stay or should I go? The impact of entrepreneurs' loneliness on business exit intentions through entrepreneurial passion. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00368. <https://doi.org/10.1016/J.JBVI.2022.E00368>
- Zouboulakis MS. (2023) A. G. PAPANDREOU'S ACADEMIC ECONOMIC THOUGHT 1943–1963. *Journal of the History of Economic Thought*. 2023;45(3):486-502. <https://doi.org/10.1017/S1053837222000281>

8. Anexos



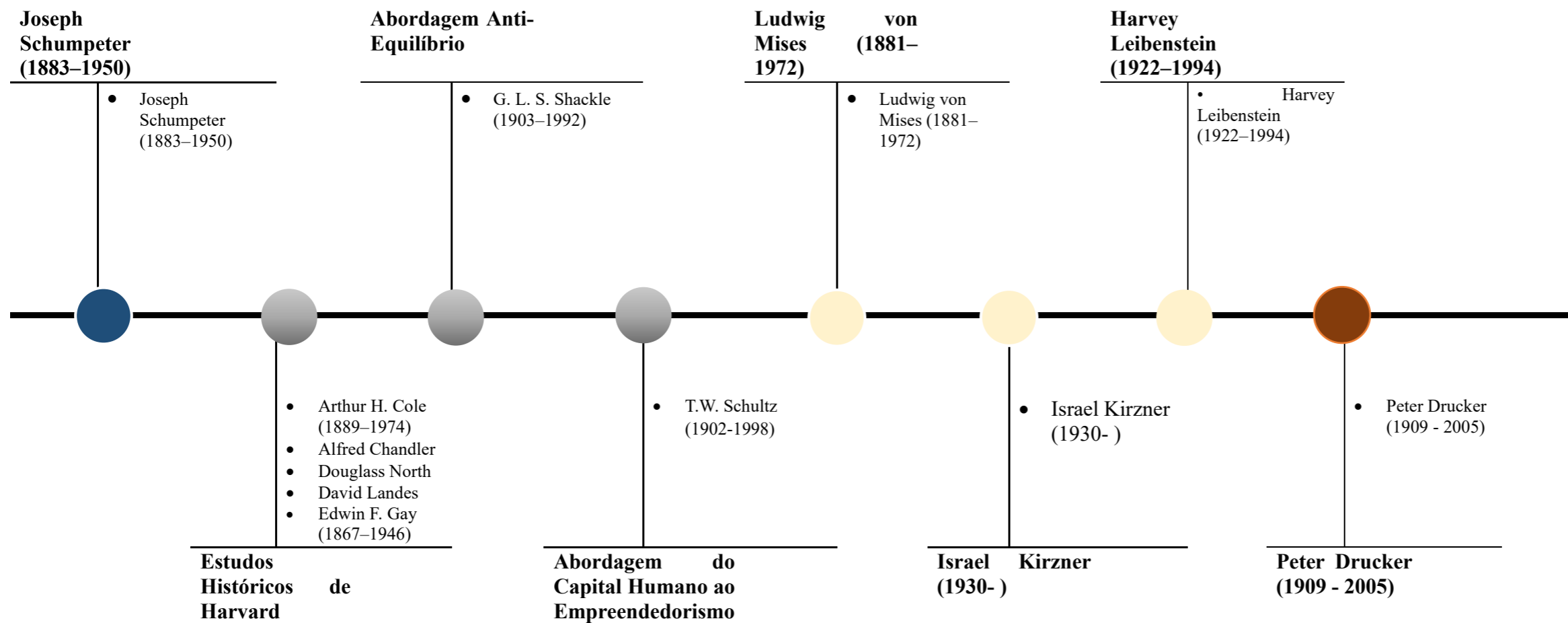


Figura 8.1 - Principais autores e as suas respectivas escolas de pensamento, apresentados na Contextualização Histórica do Empreendedorismo.

Fonte 15 - Autor (2025)