

FUCAP – Faculdade Capivari

Organizadores
Diego Passoni
Emillie Michels

EMPREENDEDORISMO
ESTADO DA ARTE

Capivari de Baixo / SC
Ed. FUCAP – Faculdade FUCAP
2018

Copyright © 2018 by editora FUCAP

Título:

Empreendedorismo: o estado da arte

Organizadores

Diego Passoni

Emillie Michels

Orientadores

Alessandro Ramos Costa

Aline Raugust Uflacker

Diego Passoni

Emillie Michels

Fernanda Kempner Moreira

Halyson Antunes de Oliveira

Rafael Bianchini Glavam

Colaboração: Andreza dos Santos

Capa: Cleyton Rosa Goulart

Impressão/Acabamento: Gráfica Editora Humaitá

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

E71e

Empreendedorismo: o estado da arte / Organizado por Diego Passoni e Emillie Michels.

Capivari de Baixo: FUCAP, 2018.

125 p.: il. Color.; 21 cm.

ISBN: 978-85-66962-09-3

1. Empreendedorismo. 2. Administração. I. Michels, Emillie. II. Passoni, Diego. III. Empreendedorismo: o estado da arte.

658.4

(Catalogação na fonte por Andreza dos Santos CRB 14/866)

Índice para catálogo sistemático:

1. Administração: 658

2. Administração: Empreendedorismo: 658.4

Todos os direitos reservados proibidos a produção total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos de autor (Lei n° 9.610/98) é crime estabelecido pelo art. 184 do Código Penal.

Depósito legal na Biblioteca Nacional conforme Decreto n° 1.825, de 20 de dezembro de 1907.

Impresso no Brasil

2018

PREFÁCIO

Empreendedorismo: O Estado da Arte

O livro “Empreendedorismo: O Estado da Arte”, organizado pelo Prof. Dr. Diego Passoni e Professora Msc. Emillie Michéls e integrado no projeto do Núcleo de Empreendedorismo e Inovação (NEI), tem como principal finalidade fomentar o estudo do tema do empreendedorismo pela comunidade académica da FUCAP e estimular os docentes a terem um primeiro contato com a pesquisa científica.

Este livro oferece diferentes perspetivas sobre um dos mais complexos e apaixonantes fenómenos dentro da área da gestão - o empreendedorismo. O empreendedorismo é um tema que tem tanto de atual como crucial para uma sociedade de hoje que se apresenta cada vez mais diversa, plural, global e empreendedora. A literatura internacional reconhece a relevância do empreendedorismo, nas diferentes facetas e perspetivas de atuação, para promover a criação de negócios, o seu crescimento e inovação. O presente livro integra esse tipo de conhecimento, fornecendo vários capítulos que ilustram em detalhe diferentes modalidades de empreendedorismo.

O livro, Empreendedorismo: O Estado da Arte, é composto por nove capítulos escritos por alunos da FUCAP e se centram nas diversas vertentes e/ou manifestações do empreendedorismo, como a história e evolução do empreendedorismo, empreendedorismo no Brasil, empreendedorismo feminino, empreendedorismo corporativo, empreendedorismo de terceira idade, educação empreendedora, intenção empreendedora, competências empreendedoras e novas linhas de investigação dentro de empreendedorismo. É assim uma obra despretensiosa e que visa fundamentalmente ser um estímulo para os estudantes enveredarem pela pesquisa científica sobre o empreendedorismo e ao mesmo tempo potenciar o interesse em desenvolver e explorar novas investigações científicas sobre o tema.

Em suma, este livro é uma fonte valiosa e facilmente legível de informação e conhecimento para vários públicos. Os investigadores podem obter inspiração das várias abordagens relatadas no livro para conceber, desenvolver e planear novos projetos de pesquisa. Estudantes em programas de graduação e pós-graduação podem através deste livro, conhecer as novas tendências deste tão interessante tema. Os profissionais (como os gestores e empresários) podem entender melhor as diferentes concetualizações deste fenómeno, refletidas neste manual, e criar possíveis estratégias inovadoras efetivas baseadas nas diferentes vertentes do empreendedorismo aqui refletidas. Finalmente, os decisores políticos podem também beneficiar de ler este livro para conceber novas abordagens de como promover o empreendedorismo nos diferentes contextos institucionais.

João J. Ferreira, *Universidade da Beira Interior & NECE,
Covilhã, Portugal.*

A evolução histórica do conceito de Empreendedorismo	09
Educação Empreendedora	25
Competências Empreendedoras	37
Empreendedorismo no Brasil e no mundo.....	51
Intenção Empreenderora	71
Empreendedorismo Cinza: o estado da arte.....	83
Empreendedorismo feminino: conceitos, desafios e perspectivas...	101
Intraempreendedorismo	111
O futuro das pesquisas sobre Empreendedorismo	123

A evolução histórica do conceito de empreendedorismo

**Larissa Teixeira da Rosa
Prof. Dr. Diego Passoni**

RESUMO

O empreendedorismo é um fenômeno socioeconômico que tem sido valorizado em virtude da sua influência no crescimento e desenvolvimento para a vida econômica e social de países e regiões. O atual artigo incide na fundamentação teórica da revisão da literatura e busca identificar e discutir diferentes apropriações sobre a ideia de empreendedorismo ao longo da história. A pesquisa tem como resultado a reprodução de acontecimentos históricos que envolvem o empreendedorismo e conceitos sobre o mesmo. Os resultados revelam grande influência do empreendedorismo no crescimento econômico dos países desde o século XV até o século XXI.

Palavras-chave: empreendedorismo, evolução conceitual, conceito de empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um tema que vem sendo explorado em diversas pesquisas devido ao papel que exerce na economia e no desenvolvimento de regiões e países (GARTNER, 1985; CUNNINGHAM e LISCHERON, 1991; FILION, 1999; DOLABELA, 1999; SHANE e VENKATARAMAN, 2000; KURATKO e HODGETS, 2001; DORNELAS, 2001; UCBASARAN, WESTHEAD e WRIGHT, 2001; ALBAGLI e MACIEL, 2002; ABRAMOVAY, 2003; DAVIDSSON, 2005; BARON, 2007; SOUZA e GUIMARÃES, 2005; GARCIA e GIMENEZ, 2008; HISRICH et al., 2014; LEITE, 2015; OLIVEIRA, 2016; GRZYBOVSKI, 2016; OSWALD, 2017). Este papel está adjunto a uma característica peculiar desse fenômeno, que se trata da criação de novos negócios por sujeitos empreendedores. Os empregos e a geração de renda criados a partir da abertura de novas empresas tornam o empreendedorismo um destacado fenômeno socioeconômico, o que desperta o interesse de governos e sociedades que buscam alternativas de políticas públicas com vistas a combater o desemprego e gerar crescimento econômico (SCHMITZ e BERNARDES, 2008; SILVA ET AL., 2017; RAPOSO e SILVA, 2000; LÓPEZ RUIZ, 2007; SARASVATHY, 2001; ALVAREZ et al.,

2014).

Requerendo ao incremento de possíveis contribuições acadêmicas da perspectiva histórica ao campo de estudos organizacionais vem sendo assente há pelo menos duas décadas (GOLDMAN, 1994; KIESER, 1994; ZALD, 1993), tendo sido recentemente enfatizado (BOOTH & ROWLINSON, 2006; CLARK & ROWLINSON, 2004; COSTEA, CRUMP, & HOLM, 2006). Seifert e Vizeu (2015) declaram que a incorporação da perspectiva histórica pode facilitar para o avanço na análise do fenômeno administrativo por meio da progressão e da extensão das pesquisas, tanto em função da legitimação de um quadro teórico conceitual, constituído a partir da análise histórica, quanto pela sobreposição da pesquisa histórica como didática da análise. E s t e trabalho tem por objetivo identificar e discutir diferentes propósitos da ideia de empreendedorismo ao longo da história por meio da preponderância na sociedade capitalista.

EMPREENDEDORISMO

No campo do empreendedorismo há uma ausência de conformidade a respeito das fronteiras sobre o tema, pois se deve ao fato do empreendedorismo ter se caracterizado ao longo de sua história, como multidisciplinar, multinacional, extenso e de difícil compreensão. Entre as contribuições teóricas que procuraram traçar direções para esse conceito, destacam-se as de Gartner (1985), Gartner (1990), Cunningham e Lischeron (1991), Filion (1999), Shane e Venkataraman (2000), Bruyat e Julien (2000), Kuratko e Hodgets (2001), Ucbasaran, Westhead e Wright (2001) e Davidsson (2005), Hisrih (2006), Baron (2007), dentre outros. No Brasil, observam-se iniciativas de Dolabela (1999), Dornelas (2001), Davel e Machado (2001), Albagli e Maciel (2002), Abramovay (2003), Paiva Jr (2005), Souza e Guimarães (2005), Garcia e Gimenez (2008), Hisrich et al., (2014), Leite (2015), Oliveira (2016), Oswald (2017), De Jesus Santos (2017) De Castro Krakauer (2017), Grzybovski (2016), dentre outros.

Qual a definição de empreendedorismo? Questão como essa tem sido abordada há tempos em todo lugar do mundo, apesar de não haver uma definição coincidente entre a economia, psicologia e administração – três escolas de pensamento. Assim, tem-se uma afluência conceitual suficiente para referenciar o tema (NAKASHIMA, 2002). Segundo Cunha (2004), a palavra empreender tem origem no latim medieval, antes do século XV e significa tentar “empresa laboriosa e difícil”, ou ainda, “pôr em execução”. Rimoli et al., (2004) apresentam em relação aos estudos sobre empreendedorismo: a falta de consenso sobre a definição do tema. Nakashima (2002) relata que o

primeiro empreendimento da história foi Marco Polo, que tentou estabelecer rotas comerciais entre a Europa e a Ásia. Também relembra que a conexão do risco com o empreendedorismo teve grande destaque no século XVII, onde os empreendedores eram as pessoas que se apropriavam de contratos com o governo para abastecimento de determinados produtos ou serviços a um preço fixo, sendo que o resultado, lucro ou prejuízo, refletiam os esforços do empreendedor.

Os primeiros a contemplar sobre o empreendedorismo foram os economistas Richard Cantillon em 1755 e Adam Smith em 1776, cujos trabalhos eram voltados a descrever e entender o mercado econômico convergindo com a figura do empreendedor (LANDSTRÖM et al., 2012). No período de 1797 Beaudou conceituava empreendedorismo como negócios que geravam riscos, que houvesse planejamento, organização e supervisão (FILION, 1999).

Em seus escritos dos anos 1910 e 1920, o empreendedorismo é assimilado, acima de tudo, como algo inovador que instiga o desenvolvimento econômico; Schumpeter (1911) afirma que tal desenvolvimento não pode ser conhecido como mero crescimento da economia, mas deve ser visto como um fenômeno diferente na tendência para o equilíbrio social por intermédio da reforma ou da revolução nos padrões de produção.

Castanhar (2007) argumenta que foi Schumpeter que sustentou o caminho para uma linha de investigação sobre a relação entre empreendedorismo e o desenvolvimento econômico. A visão do economista tornou-se preponderante, onde o empreendedorismo funciona como motor da economia, o intermediário de inovação e mudanças, capaz de suscitar o crescimento econômico. Assim acreditase ser possível modificar a curva de monotonia econômica e social através da inferência de atividades inovadoras, capazes de agregar valores econômicos e sociais. Barros e Pereira (2008) relatam que no período de 1911, Schumpeter publicou a sua Teoria do Desenvolvimento Econômico, e foram nessas primeiras décadas do século XX que houve uma acentuada atividade empreendedora de pequenos negócios no capitalismo europeu e norte-americano.

Landström & Benner (2010) continuam a evolução cronológica seguindo sua divisão com a era das ciências sociais (1940-1970), a qual vê o empreendedorismo com traços e personalidades distintas, sendo visto como um fenômeno empírico. Diante disso, Landström & Benner (2010) propõem a era econômica, no período de 1940, na qual o empreendedorismo é fonte, ou resultado, de mudanças estruturais no mercado. No período de 1970 relacionam o empreendedorismo com os pequenos negócios e demonstrando a gestão nos negócios, cujo objetivo era o de colidir modelos de empreendedores e pequenos

negócios aplicáveis às outras organizações. E por último a era dos estudos gerenciais, que ocorreu a partir do ano de 1970, nesse período o empreendedorismo começa a ganhar espaço nos currículos dos cursos de gestão ao redor do mundo, Costa et al., (2011) chamando a atenção e sendo explorado por diversos especialistas.

Filion (1997) relata que nos anos 80 houve um interesse suntuoso pelo tema empreendedorismo. Drucker (1985) define que o empreendedorismo não é um estado de ser nem é determinado pela elaboração de planos que não são seguidos. Para ele todo o empreender começa com uma ação, e toda ação é a criação de uma nova empresa. Gartner (1988) também salienta suas ideias quando afirma que o empreendedorismo é a criação de organizações. Para esse autor, o que diferencia os empreendedores dos não empreendedores é que os primeiros criam organizações, enquanto os últimos não o fazem.

Filion (1999) conceitua Jean-Baptiste Say como o pai do empreendedorismo, ele explicava que empreendedorismo era todo e qualquer tipo de empresa que soubesse separar claramente o lucro pessoal e o lucro capital. Costa et al. (2011) conta que Jean Baptiste era um economista liberal e também apresentava o empreendedorismo como algo interligado ao posicionamento no centro do processo econômico de forma a mantê-lo equilibrado, tendo a função de ser o intermediador entre as classes de produtores, e entre os produtores e os consumidores. Enfatizava que o empreendedorismo também estava atrelado ao conhecimento dos homens e das coisas, avaliando adequadamente a relevância de determinado produto e os seus meios de produção; muitas vezes sendo necessário colocar em jogo grande número de indivíduos.

Falcon e Moura (1989) enfatizam que o capitalismo está associado a um composto de comportamentos individuais e coletivos em relação à produção, à distribuição e ao consumo dos bens. Hobsbawn (1995) informa que o período de formação do capitalismo compatibiliza com o fenômeno da Revolução Industrial, marcando-se presente nos séculos XVIII e XIX em diversos países. Tal momento histórico pode ser definido por grande expansão nas atividades comerciais, empresariais e manufatureiras.

Nos Estados Unidos a partir de 1989, o desemprego tornou-se algo comum no ambiente de trabalho, esse fator começou a ser frequente por motivos econômicos e pela evolução tecnológica. O diploma, que antes garantia um bom cargo na organização, virou uma exigência mínima em uma economia globalizada que estava em uma busca constante de profissionais atualizados, fluência em idiomas e capacidade de inovação contínua. Todavia foram criadas rotas alternativas, Paim (2001) onde as pessoas buscavam realizar seus sonhos através do

negócio próprio, assim para essa nova exigência do mercado de trabalho surgiu uma nova cultura: o empreendedorismo (FILION, 1997).

Uma palavra que pode significar tudo e nada, uma palavra que não tem um significado peculiar e nenhuma relação com os objetos com as quais é normalmente associada, também é capaz de remeter a vários pontos sem chegar efetivamente a nenhum deles (WALKER, 1989). O termo empreendedorismo surge através de dois meios, por oportunidade ou por necessidade. No primeiro caso, o empreendedorismo se encontra efetivamente em uma oportunidade de negócio, já no segundo caso o envolvimento no negócio aconteceu por falta de alternativa de trabalho ou renda. (BARROS; PEREIRA, 2008).

O empreendedorismo é considerado um impulsionador da máquina capitalista, ao abastecer novos bens de consumo, além de meios e procedimentos inovadores de produção e transporte, com a nítida função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos. Assim o empreendedorismo mostra-se como fundamental para o desenvolvimento econômico, fomentando lucros por intermédio de uma “visão” ou um “espírito” muitas vezes mais pessoal do que coletivo (COSTA et al., 2011).

Boltanski e Chiapello (2009) alegam que o empreendedorismo é uma ideologia do novo espírito do atual capitalismo, onde um conjunto de doutrinas lidera, justifica e certifica o comprometimento dos indivíduos com o sistema. Burns e DeVille (2006, p. 24), em seu período, lembram que “o capitalismo não é um empreendimento puramente econômico, mas também cultural e político”.

O empreendedorismo tem se tornado objeto de estudo para ciências como a Psicologia e a Sociologia, os pesquisadores estão em uma constante busca por características e traços que definam esse tema (LANDSTRÖM et al., 2012). Assim como vem sendo valorizado por governos, entidades de classe e organizações como a essencial base para o crescimento econômico e para a geração de emprego e renda na atualidade (BARROS & PASSOS, 2000; Barros & Pereira, 2008). O estudo do empreendedorismo tem atraído maior interesse nos últimos anos, devido ao apoio de governos, instituições de ensino e afins; investindo esforços e grandes quantidades de recursos financeiros. São oferecidos mecanismos de suporte para quem deseja implantar o empreendedorismo. Estes mecanismos contêm desde linhas de crédito e incubadoras tecnológicas, até consultorias para ajudar no desenvolvimento e controle do empreendimento e eventos para a promoção de redes de negócios. (SCHMIDT; BOHNENBERGER, 2009). Segundo Timmons (1994) o empreendedorismo está obtendo um crescimento repentino em todas as suas dimensões. Onde haverá

uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX. É um fenômeno no qual tem sido classificado como ferramenta de transformação na economia de um país.

O empreendedorismo é um tema que ainda está em uma constante adaptação e vem ocupando diversas pautas de pesquisas (NASSIF, SILVA, ONO, BONTEMPO, & TINOCO, 2010), sendo uma área de estudo que houve um crescimento vertiginoso no Academy of Management na primeira década dos anos 2000 (WIKLUND, DAVIDSSON, AUDRETSCH, & KARLSSON, 2011).

Barreto (1998) entende empreendedorismo como sendo a aptidão de transformar uma situação problemática e equipada de poucos recursos em uma atividade provida de certo êxito. O empreendedorismo conduz a criação de instrumentos e estratégias que geram a superação das precariedades existentes, passando a contribuir para o crescimento econômico, tendo domínio sobre a visibilidade no mercado. Silva et al., (2017) complementam expondo que o empreendedorismo nasce de circunstâncias fora do comum e cercado por diferentes adversidades, mas a execução de estratégias e técnicas leva à mudança de uma situação imóvel e problemática a um negócio produtivo e de bons resultados.

Bhidé (2002) considera que o empreendedorismo possibilita a localização e o aproveitamento de uma oportunidade de mercado, Nakashima (2002) acredita que empreendedorismo é o decurso de criação de algo diferente que possui ou gera valor e pode gerar riscos financeiros, físicos e sociais, em troca de retribuição monetária e satisfação pessoal. Teixeira et al. (2011) associa o empreendedorismo à iniciativa, habilidade, inovação, oportunidades de fazer coisas novas ou de maneira diferente e com propensão a assumir riscos.

Delinear e conceituar empreendedorismo é uma tarefa de grande complexidade, dada a característica multifacetada do tema. Para Bosma e Levie (2009), empreendedorismo envolve três componentes básicos: atitudes, atividades e aspirações, pois se compreende empreendedorismo como a condução de forças e estratégias para auferir um determinado fim. Dolabela (1999) apresenta empreendedorismo como o método utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Audretsch et al., (2006) ao oficializar a Teoria do Empreendedorismo pelo Transbordamento do Conhecimento (Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship), entende-se que o novo conhecimento e as novas ideias formuladas, mas não aproveitadas

comercialmente por quem a desenvolveu, geram oportunidades empreendedoras, GEM (2016) informa que essas oportunidades estão associadas a qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento. Assim, o empreendedorismo serve como aparato facilitador do transbordamento e da comercialização do conhecimento. As crises, principalmente a crise de 2008, posicionou a figura do empreendedor em ênfase, mostrando a relevância destes atores sociais no mercado, tendo em vista que o empreendedor é um identificador de oportunidades que o possibilita a criar novos negócios (SHANE & VENKATARAMAN, 2000) e apresenta habilidades para melhorar processos que potencialize seus supostos benefícios (COSTA et al., 2011). O processo de empreendedorismo concentra-se nas relações entre as ideias de inovação, risco calculado e desenvolvimento. O destaque para o tópico do caráter inovador continua em definições mais atuais, que privilegiam novas oportunidades de investimento, de produto ou de negócios (BYGRAVE & HOFER, 1991; KRUEGER & BRAZEL, 1994) ou a criação de novas organizações (GARTNER, 1989).

Alvarez et al., (2014) ressaltam que a oportunidade (cocriação) é dependente do quanto o empreendedorismo influencia ou é influenciado, em suas percepções ou ações para almejar sucesso. Além disso, o empreender é um processo de aprendizado contínuo e flexível, em que as tomadas de decisões do empreendedor são realizadas conforme as suas experiências gerencia e conhecimento do negócio (SARASVATHY, 2001) e requer a mobilização de diversos recursos, criando novas formas de utilização dos mesmos (BAKER & NELSON, 2005).

Nas últimas duas décadas López Ruiz (2007) alegam que o empreendedorismo tem conquistado maior visibilidade, todavia esse processo de ascensão não é algo novo, apenas está havendo um resgate de importância e elevação desse conceito, devido à reformulação neoliberal da economia política contemporânea. Um dos aprimoramentos do conceito empreendedorismo está associado ao que realmente o sistema econômico necessita uma nova ética empresarial do trabalho, onde um composto de valores e normas seja distribuído entre a sociedade.

A palavra empreendedorismo trouxe novos rumos para a prática comercial, o que exigiu das empresas uma nova postura para competir no mercado de atuação. Atualmente os consumidores estão mais exigentes, fazendo com que a criatividade seja instrumento indispensável para se destacar no mercado. Ideias inovadoras tem se tornado comum no cotidiano das pessoas e das empresas, pois a mesma independe da quantidade de recursos e bens disponíveis. Empreender

nos dias atuais implica modernizar o processo de gestão, superando as perspectivas e fortalecendo a criatividade e a autonomia dos profissionais, principalmente no que tange à criação e à apresentação de novos produtos (SILVA et al., 2017). O empreendedorismo lida com diferentes situações, onde é necessária a articulação de competências necessárias do empreendedor a fim de lidar com cenários existentes e que estão em constante transformação. Assim o tema abordado é visto como uma fonte de criação de novas empresas, despertando nas pessoas o desejo de criação de novos negócios e tornando-se responsável em desenvolver e proporcionar riqueza à nação devido a sua capacidade de produzir bens e serviços necessários ao bem estar e sustento da população, ou seja, o empreendedorismo foi e continua sendo essencial para o progresso econômico (OSWALD, 2017). O empreendedorismo tem função importante no desenvolvimento econômico de um país, pois envolve muito mais que gerar produção e renda. Está relacionado a mudanças na estrutura dos negócios e na sociedade, consentindo que a riqueza seja distribuída a partir da criação de mais empresas, produtos e serviços ao mercado. O empreendedorismo tem sido visto como uma solução para o desenvolvimento de todas as sociedades como gerador de emprego e renda (OLIVEIRA, VASCONCELOS e JEUNON, 2015).

Segundo Silva et al. (2017) o empreendedorismo tem a capacidade de abrir novos caminhos e novas soluções para as mais diversas situações e problemas, tem como objetivo atender as necessidades das corporações ou da sociedade. O tema abordado tem a capacidade de tornar pessoas audaciosas, criativas, versátil e com pensamento aberto, autônomas e ousadas que buscam fomentar a própria motivação, o desejo, a mobilização para criar. O empreendedorismo atual segundo Caussi e Scholz (2017) está relacionado a identificação de oportunidades, utilização da criatividade para agregar valor a algo existente, aplicação a motivação para superar obstáculos e propensão ao risco.

Com a intensificação do empreendedorismo, as médias e pequenas empresas, e também empreendimentos, estão auferindo espaço, se tornando as grandes fornecedoras de empregos e passando a concorrer também em mercado internacional (SCHMIDT, 2006) com diferentes estratégias e formas de atuação.

Silva et al., (2017) revelam que empreendedorismo do século XXI é um processo altamente obscuro, que requer constante estudo de possibilidades e aprendizagem, principalmente no que está relacionado a gerencia dos recursos e dos processos de modernização de serviços e produtos que podem ser ofertados ao mercado. Quando se menciona a palavra empreendedorismo logo se destaca os termos organização e

planejamento, pois todo bom empreendimento requer uma forma racionalizada de destinação de recursos, estratégias e técnicas para atingir um determinado fim. No cotidiano das organizações e colaboradores com espírito empreendedor as formas de gestão empresarial hierarquizada ou verticalizada, estão perdendo gradativamente espaços no campo econômico e social. Por isso, na atualidade a empresa que projeta ter êxito e trilhar um caminho empreendedor deve, segundo Schmitz e Bernardes (2008), redefinir suas formas de organização e comercialização, pois as mudanças no gerenciamento estão passadiças na colocação de modernos métodos de técnicas de gestão.

Ao longo do tempo surgiram diversos conceitos sobre empreendedorismo e juntamente com essas concepções também surgiram empreendedores que marcaram esses períodos, permitindo que ao longo do tempo houvesse um envolvimento dinâmico. A tabela a seguir demonstra os dados em uma exposição cronológica da história do tema empreendedorismo.

PERÍODO	AUTOR	CONCEITO EMPREENDEDOR
Idade Média	-----	Responsável por projetos grandiosos.
Século XVII	-----	Assumir riscos de contratos com o governo a preços fixos.
1755	Richard Cantillon	Tomador de riscos.
1797	Beaudeau	Propício a assumir riscos, planejador e organizado.
1803	Jean Baptiste Say	Separação clara entre o lucro empreendedor e o lucro do capital.
1893	Richard Ely e Ralph Hess	Simplificação econômica da produção em quatro agentes: trabalho, terra, capital e empreendedor.
1934	Joseph Schumpeter	Empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologias novas.
1961	David McClelland	Tomador de risco e medidor de seus resultados financeiros.
1964	Peter Drucker	Empreendedor maximiza oportunidades.
1991	Fillon	Empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.
2008	Barros e Pereira	O termo empreendedorismo surge por oportunidade ou necessidade.
2010	Landström & Benner	Empreendedorismo é um fenômeno empírico.
2011	Costa et al.	Empreendedorismo é um impulsionador da máquina capitalista.
2017	Silva et al.	O empreendedorismo nasce de circunstâncias fora do comum e cercado por adversidades.

Elaboração Própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procurou-se argumentar em favor do aprofundamento da utilização da concepção histórica nos estudos organizacionais com o objetivo de cooperar para uma melhor assimilação acerca da história e do conceito de empreendedorismo e de seu atual papel na sociedade. O empreendedorismo foi mencionado pelos economistas, em primeiro momento, como um elemento benéfico a compreensão do desenvolvimento. Subsequente, os comportamentalistas tentaram assimilar o empreendedor como pessoa. Atualmente, o campo está em um constante processo de expansão (FILLION, 1999).

A área de empreendedorismo está em uma constante busca de crescimento e legitimação, com a ponto de vista de solidificar-se enquanto área do conhecimento. Segundo Beauclair (2004), para conhecer é preciso vivenciar, perceber, estar com a atenção voltada aos movimentos, às possibilidades para observar e descobrir, mas para conhecer é relevante chegar aos significados, ter acesso ao mundo conceitual dos indivíduos e às redes de significados compartilhados pelos grupos, comunidades e culturas.

Este artigo teve por objetivo levantar e analisar a produção científica dos últimos anos em Empreendedorismo. Para tal, aplicou-se de critérios adotados por estudos anteriores para reproduzir as principais características no campo em termos de normas adotadas, metodologia e perfil metodológico utilizado, qualidade e quantidade da produção e temáticas mais abordadas.

Desta forma o presente trabalho abre o leque para futuras pesquisas e análises nas mais diversas áreas do empreendedorismo, desde educação empreendedora, intenção empreendedora, empreendedorismo corporativo, empreendedorismo feminino e tudo que fomenta o ato de empreender como foco de desenvolvimento e crescimento econômico.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, R. Mercados do empreendedorismo de pequeno porte no Brasil. In: **Pobreza e mercados no Brasil: uma análise de iniciativas de políticas públicas**, 2003, Brasília. CEPAL/DFID, Brasília, 2003 p. 233-311.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M.L. **Capital social e empreendedorismo local**. 2002
- ALVAREZ, S.A. et al. Realism in the study of entrepreneurship. *Academy of Management Review*, v. 39, n. 2, p. 227-231, 2014.
- AUDRETSCH, D.B.; KEILBACH, M.C.; LEHMANN, E.E., 2006. *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.
- BAKER, T.; NELSON, R.E. Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative science quarterly*, 50(3), p.329-366, 2005.
- BARON, R.A.; Shane, S.A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Cengage Learning. 2007.
- BARRETO, L.P. Educação para o empreendedorismo. *Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador*, 1998.
- BARROS, M.J.F.D.; PASSOS, E.S. Remando a favor da maré: racionalidade instrumental no curso de administração de empresas. *Organizações & Sociedade*, 7(19), p.161-174, 2000.
- BEAUCLAIR, J., 2004. Compreendendo o fio, a rede e o equilibrista em busca de uma teoria. *Revista Psicologia Brasil*.
- BHIDE, A. As perguntas que todo empreendedor deve responder. *Harvard Business Review*. Empreendedorismo e estratégia. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 9-34, 2002.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. *O novo espírito do capitalismo*. WMF Martins Fontes, 2009
- BOOTH, C.; ROWLINSON, M. Management and organizational history: Prospects. *Management & organizational history*, 1(1), p.5-30, 2006.
- BOSMA, N.S.; LEVIE, J. Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report, 2010.
- BRUYAT, C.; Julien, P.A. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(2), p.165-180, 2000.
- BURNS, T.R.; DEVILLE, P. Teorias dos sistemas dinâmicos: teorizações sobre o capitalismo e a sua evolução, 2006.
- BYGRAVE, W.D.; HOFER, C.W. Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, 16(2), p.13-22, 1996.
- CASTANHAR, J.C. Empreendedorismo e desenvolvimento regional

no Brasil. Uma análise da relação entre a criação de empresas e o desenvolvimento regional ao longo do tempo e de estratégias de empreendedores selecionados, 2007.

CLARK, P.; ROWLINSON, M. The treatment of history in organization studies: towards an 'historic turn'?. *Business history*, 46(3), p.331-352, 2004.

COSTA, A.M.D.; BARROS, D.F.; CARVALHO, J.L.F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 2011.

COSTEA, B.; CRUMP, N.; HOLM, J. Conceptual history and the interpretation of managerial ideologies. *Management & Organizational History*, 1(2), p.159-175, 2006.

CRESWELL, J.W. Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto. In *Projeto de pesquisa métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Artmed, 2007.

CUNHA, R.D.A.N. A universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, 2004.

CUNNINGHAM, J.B.; LISCHERON, J. Defining entrepreneurship. *Journal of small business management*, 29(1), p.45. 1991.

SILVA, A.L. et al. **Empreendedorismo e empresas que dão suporte ao empreendedor**. Maiêutica: Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional, 5(1).

DAVEL, E.; Machado, H.V. Leadership and Identification Dynamic: Integrating Cognition, Emotion and Power in the Study of Influence in Contemporary Organizations, 2001.

DAVIDSSON, P., *Researching entrepreneurship*. New York: Springer, 2005.

GONÇALVES, H A. *Manual de metodologia da pesquisa científica*. Avercamp, 2014.

BARROS, A.A. de; PEREIRA, C.M. Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), 2008.

KRAKAUER, P.V. Castro; SANTOS, S.A. dos; ALMEIDA, M.I.R. Teoria da Aprendizagem Experiencial no Ensino de Empreendedorismo: Um Estudo Exploratório. *Revista ReGePe*, 6(1), p.101-127, 2017.

SANTOS, G. de Jesus; et al. Empreendedorismo feminino no mercado de trabalho: uma análise de seu crescimento/Female entrepreneurship in the labor market: an analysis of its growth. *Brazilian Journal of Development*, 3(3), p.450-464, 2017.

PAIVA JR, F.G. de. O empreendedor e sua identidade cultural: em busca do desenvolvimento local, 2005.

SOUZA, E.C.L.de; GUIMARÃES, T. Aquino eds. *Empreendedorismo além do plano de negócio*. Atlas, 2005.

VRIES, M.F.K.; BALAZS, K. The downside of downsizing. *Human relations*, 50(1), p.11-50. 2005.

DOLABELA, F. 1999. O empreendedorismo no Brasil: panorama do ensino. In *Conferência proferida no evento*.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Cultura, 2005.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**, 1999.

DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. **Innovation and Entrepreneurship**. New York: Harper & Row Published, 1985.

FALCON, F.; MOURA, G. **A formação do mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

FILION, L.J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. *Revista de Administração de Empresas*, 31(3), p.63-71, 1991.

FILION, L.J. From entrepreneurship to entrepreneurship. In *WORLD CONFERENCE: ENTREPRENEURSHIP THE ENGINE OF GLOBAL ECONOMIC DEVELOPMENT*, 1991.

FILION, L.J. Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances. *Revue internationale PME: Économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 10(2), p.129-172, 1997.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de administração*, 34(2), p.5-28, 1999.

GARCIA, U.L.; GIMENEZ, F.A.P.; TOLEDO, A. Ações e comportamento intraempreendedores: uma escala de mensuração. *São Paulo: Anais do EGEPE*, 2008.

GARTNER, W.B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), p. 696-706, 1985.

GARTNER, W.B. Entrepreneur?" Is the Wrong Question, 1988.

GARTNER, W.B. What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business venturing*, 5(1), p.15-28, 1990.

GOLDMAN, P. 1994. Searching for history in organizational theory: Comment on Kieser. *Organization Science*, 5(4), pp.621-623.

GRZYBOVSKI, D. Empreendedorismo e gestão de pequenas empresas: uma contribuição do egepe 2016. *Gestão & Planejamento-G&P*, 17(2), 2016.

HISRICH, R.D.; PETERS, M.P.; SHEPHERD, D.A. **Empreendedorismo-9**. AMGH, 2014.

HOBSBAWN, E. **A era das revoluções: 1789-1848**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1982.

HOBSBAWN, E. **A era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**, 1995.

HODGETTS, R.M.; KURATKO, D.F. *Entrepreneurship: a contemporary approach*. South-Western/Thomson Learning, 2001.

NASSIF, V.M. et al. Empreendedorismo: área em evolução? Uma revisão dos estudos e artigos publicados entre 2000 e 2008. *RAI-Revista de Administração e Inovação*, 7(1), 2010.

KIESER, A. Why organization theory needs historical analyses—and how this should be performed. *Organization Science*, 5(4), p.608-620, 1994.

KRUEGER, N.F.; BRAZEAL, D.V. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18, p. 91-91, 1994.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ÅSTRÖM, F. 2012. Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41(7), p.1154-1181, 1994.

LEITE, E.F. **Empreendedorismo, Inovação, Incubação de Empresas e Startups**. Recife: Bagaço, p.551, 2015.

LÓPEZ-RUIZ, O. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo**: capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Azougue, 2007.

MARCONI, M.D.A.; LAKATOS, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

McCLELLAND, D.C. **A sociedade competitiva realização e progresso social**. Expressão e Cultura, 1972.

MONITOR, G.E. Empreendedorismo no Brasil. *Relatório Executivo*, 2012.

NAKASHIMA, N. *Gestão do empreendedorismo como fonte de vantagem competitiva* (Doctoral dissertation), 2002.

NICKELL, S.; NICOLITSAS, D.; DRYDEN, N. What makes firms perform well?. *European economic review*, 41(3), p.783-796, 1997.

OLIVEIRA, E.M. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios—notas introdutórias. *Revista da FAE*, 7(2), 2016.

OSWALD, R. Empreendedorismo: uma revisão bibliométrica sobre o perfil empreendedor na base de dados spell. *Revista Conexão*, (4), p.1-19, 2017.

PAIM, L.R.C. Estratégias metodológicas na formação de empreendedores em cursos de graduação: cultura empreendedora,

2001.

PORTER, M.E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

RAPOSO, M.; SILVA, M.J. Entrepreneurship: uma nova área do pensamento científico. *Revista de Gestão e Economia*, 1, p. 57-64, 2000.

RIMOLI, C.A. et al. Reflexões sobre empreendedorismo: estudo de casos de empresas de sucesso e insucesso. *Revista de Práticas Administrativas*, 1(3), p.17-30, 2004.

SARASVATHY, S.D. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), p.243-263, 2001.

SCHMIDT, C.M. Cultura empreendedora: contribuição para o arranjo produtivo local de turismo sustentável da nova Rússia. Blumenau, SC. *Santa Catarina, Universidade Regional de Blumenau*, 2006.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M.C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 13(3), 2009.

SCHMITZ, A.L.F.; BERNARDES, J.F. Atitudes Empreendedoras e Desafios da Gestão Universitária: Enterprising Attitudes and Challenges of the Management University, 2008.

SCHUMPETER, J.A. **The theory of economic development**. Cambridge: MA: Harvard, 1934.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. Fundo de Cultura: 1961.

SCHUMPETER, J.A. The Theory of Economic Development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934). *Transaction Publishers. January 1*, p.244, 1982.

SCHUMPETER, J.A. **Impérialisme et classes sociales**. Flammarion, 1984.

SEIFERT, R.E.; VIZEU, F. Crescimento Organizacional: uma ideologia gerencial? *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 19(1), 2015.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), p. 217-226, 2000.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), p. 217-226, 2000.

TEIXEIRA, R.M. et al.²³ Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. *REGE-Revista de Gestão*, 18(1), p. 3-18, 2011.

Timmons, J.A., Spinelli, S. and Tan, Y., 1994. *New venture creation*:

Entrepreneurship for the 21st century (Vol. 4). Burr Ridge, IL: Irwin.

Ucbasaran, D., Westhead, P. and Wright, M., 2001. The focus of entrepreneurial research: contextual and process issues. *Entrepreneurship theory and practice*, 25(4), pp.57-80.

Walker, R., 1989. Marxism–Leninism as discourse: The politics of the empty signifier and the double bind. *British Journal of Political Science*, 19(2), pp.161-189.

Wennekers, S. and Thurik, R., 1999. Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, 13(1), pp.27-56.

Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D.B. and Karlsson, C., 2011. The future of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), pp.1-9.

Zald, M.N., 1993. Organization studies as a scientific and humanistic enterprise: Toward a reconceptualization of the foundations of the field. *Organization Science*, 4(4), pp.513-528.

Educação empreendedora

Prof. Esp. Antônio da Silva Torres
Prof^a. Esp. Aline Raugust Uflacker

RESUMO

O presente estudo está voltado a uma pesquisa sobre a educação empreendedora, que irá contribuir na construção do primeiro livro de empreendedorismo da FUCAP, onde sua ênfase está direcionada para o processo de aprendizagem do aluno, com foco na ação “Aprender a Aprender” e que o mesmo deve ocorrer de forma integrada, interdisciplinar e transversal as demais disciplinas e ao longo das demais etapas de ensino.

PALAVRAS-CHAVE: Educação, Empreendedor, Professor.

1. A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A escola tradicional vem sendo modificada pela necessidade de seus clientes (alunos), seu foco principal está transformando-se em educar para a vida, objetivando o futuro profissional desses. Historicamente, os sistemas educacionais foram idealizados e modelados para formarem pessoas que venham a ocupar vagas em grandes organizações ou postos de trabalho em profissões técnicas específicas, ou atuar como profissionais liberais. A consequência é que o atual sistema educacional, em vez de estimular o lado empreendedor dos alunos, acaba investindo na formação de profissionais que tenham o objetivo de buscar uma colocação em uma empresa ou profissão como especialista. “As pessoas costumam ser educadas para serem empregadas, e estimular o empreendedorismo neste contexto é enfrentar resistências e conflitos neste processo de mudanças, o que gera impactos para a instituição, para os docentes e para os discentes” (MALACARNE et al. 2014, p. 29).

Com essa visão, entende-se que é extrema a necessidade de formar um trabalhador diferenciado, ciente de estar apto em enfrentar os desafios do atual mercado de trabalho, vendendo sua força de trabalho sob diversos moldes conforme descrito por Coan (2011): “nesse contexto, o espaço escolar é disputado como lócus para formar um trabalhador de novo tipo, convencido de estar apto a enfrentar os desafios do atual mercado de trabalho vendendo sua força de trabalho sob diversos moldes, quer seja prestando serviços, fazendo consultorias, realizando trabalho terceirizado, temporário, a domicílio,

subcontratado, quer seja com bolsas de estudo, estágio ou arranjos flexíveis e precários similares.”

O conceito de remuneração deixa de ser o salário passando para arranjos mais flexíveis, valor/hora, contrato fixo, bolsas de estudo, estágio, remunerações variáveis e por competência do trabalho executado. O diploma, segundo Coan (2011), não é, a mais de vinte anos, garantia de uma boa colocação profissional, seja ele de ensino médio regular, profissional, graduação, especialização, etc. Os formados percebem que concorrem com um imenso contingente de desempregados, e quando encontram uma oferta são frustrados pelo fato de não possuírem experiência profissional. Desta forma, o que se constata é que as universidades que buscam promover o empreendedorismo focado exclusivamente na administração de negócios e tecnologia, isolando-o das demais disciplinas, como a psicologia, a sociologia, a educação, e demais áreas que se preocupam com o entendimento do comportamento humano.

Diferentes autores apontam que o ensino de empreendedorismo deve seguir uma metodologia própria, diferente da utilizada no ensino tradicional. Lorentz (2015) Dolabela e Fillion (2013) defendem uma mudança radical frente aos métodos tradicionais de ensino, que tendem a se concentrar na transferência de conhecimento, buscando uma aprendizagem centrada em pensar de forma independente e proativa.

Ao acrescentar o “aprender a empreender” como pilar da política educacional, a UNESCO (1998 apud COAN, 2013) procura estabelecê-lo como eixo da educação, atrelando-o à missão de gerar alternativas para o desemprego de modo a assegurar que mesmo em tempos de crise a humanidade mantenha a produção coletiva de riquezas, preservando a apropriação privada.

Diversos autores defendem a ideia de que o trabalhador precisa descobrir suas características empreendedoras, quem tem “espírito empreendedor” tem iniciativa, autoconfiança, se arrisca e aceita as consequências desse risco, pois tem o perfil de um destemido e fará tudo para não fracassar. Tornando necessário ao trabalhador estar provido de novas competências e habilidades para que consiga adquirir conhecimentos que gerem valor. Essa postura, permitirá tomar decisões responsáveis.

2. EDUCAÇÃO CENTRADA NO ALUNO

A educação empreendedora tem particularidades próprias. Sua especificidade também é evidenciada e focada em relação ao papel do aluno no processo de ensino e aprendizagem. Resgatando Freire (2002 apud SOHAFFER, et al., 2016) em sua pesquisa, Friedlander (2004 apud

SOHAFER, et al., 2016) considera que a responsabilidade da educação deve estar no próprio estudante, detentor das forças de crescimento e auto avaliação.

Espera-se ressaltar ao empreendedor capacidades como: controlar situações adversas, aproveitá-las, liderar equipe e, com persistência e motivação, sabe obter resultados. Percebe-se nos últimos anos a difusão de propostas e políticas para a formação dos “novos trabalhadores”, em diversos continentes. Na América Latina, a manifestação de maior abrangência em prol do empreendedorismo na educação foi feita pela OFICINA REGIONAL DE EDUCAÇÃO PARA AMÉRICA LATINA E O CARIBE (OREALC) da ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO), anunciada no Projeto Regional de Educação para a América Latina e o Caribe – PRELAC2 que incluiu um quinto pilar, o “aprender a empreender” aos quatro estabelecidos pelo Relatório DELORS (1999 apud COAN, 2013) da Comissão para a Educação no século XXI da UNESCO.

A educação empreendedora deve estar centrada no aluno, em vez de centrar-se no professor ou no ensino, tornando-o senhor da própria aprendizagem. “Deve-se estar atento ao fato de que saber ensinar não é transferir conhecimentos, mas criar as possibilidades para sua própria produção ou construção” Freire (2002, p.52 apud SOHAFER, et al., 2016). Oliveira e Barbosa (2014) ressaltam que o ensino do empreendedorismo requer diferentes abordagens, algumas das quais ainda sequer foram criadas. Porém, entendem que não basta apenas introduzir práticas ou propostas denominadas de “modernas”. Para os autores, o importante é adequá-las às demandas e peculiaridades dos interessados, ou seja, dos próprios estudantes.

Lopes (2010 apud SOHAFER, et al., 2016) também afirma que a educação empreendedora é diferente do ensino tradicional por se calcar mais na atividade do próprio aluno, em uma forma mais experiencial, prática e contextualizada no mundo real, que incentive a imaginação e a análise. Preparando-o para lidar com as situações reais do dia-a-dia, atendendo assim a um consumidor muito mais exigente que o mercado está apresentando, devido a uma demanda retraída e a oferta em evidência neste mundo sem fronteiras chamado de globalização.

A sala de aula se transforma assim em um ambiente em que os estudantes geram os conhecimentos que necessitarão para empreender, diferentemente do ensino convencional, em que o conhecimento é transmitido pelo professor. Cabe ao professor, nesse processo, formular perguntas, pois as respostas constituem o centro da tarefa empreendedora e serão construídas pelos alunos Dolabela (2008 apud SOHAFER, et al., 2016). Na visão de Ribas (2011), o processo de

aprendizado e sua aplicação para o empreendedor não podem ser defasados – aprender primeiro e aplicar depois – mas sim interativo. Tampouco pode ser considerado definitivo – não se alcança o objetivo com um diploma.

No Brasil, o ensino de empreendedorismo iniciou-se na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, em São Paulo, em 1981, a partir daí, estendendo-se a passos lentos, para os outros níveis e modalidades de ensino.

Tavares (2013), afirma que a educação empreendedora fornece a ferramenta ao estudante, para realizar suas escolhas e contribuir para o fortalecimento de seu projeto de vida, intencionando-se que cada estudante tenha meios para identificar suas habilidades relacionadas diretamente aos seus sonhos para a melhor decisão sobre o próprio futuro.

Citam-se algumas razões para disseminar a cultura empreendedora nas escolas: (i). Autorrealização: pesquisas apontam que o empreendedorismo oportuniza elevados graus de realização pessoal, aliando trabalho e prazer; (ii). Formação de líderes: é no exercício da liderança, que se constituirá o processo de desenvolvimento da sua capacidade; (iii). Ampliação da base tecnológica: pesquisadores, professores e estudantes possuem potencial para criação de empreendimentos baseados no conhecimento criado em sala de aula; (iv). Resposta ao desemprego Dolabela (2008 apud SILVA, 2016).

Torna-se indispensável, segundo Tavares (2013), repensar a educação no Brasil, aliando-se a disseminação da cultura empreendedora como uma premissa a novas oportunidades e fomentadora de desenvolvimento.

Deve-se entender que o empreendedorismo não é uma técnica e que, a partir de uma educação empreendedora, o aluno receberá uma formação alicerçada à interdisciplinaridade, que proporcionará uma experiência para sua vida com resultados no âmbito social, econômico e cultural Almeida (2008 apud SILVA, 2016).

Dolabela (2003 apud SILVA, 2016) destaca a necessidade de se praticar os princípios do empreendedorismo na escola como um meio para mudar o paradigma educacional, migrar do modelo positivista e adentrar no meio inclusivo, tendo como meta principal a inserção do empreendedorismo na educação básica, além de procurar articulá-lo com a construção de tecnologias de desenvolvimento social local sustentável. Dessa forma, unindo os diversos pilares do que se considera hoje politicamente correto.

A Educação empreendedora idealiza que a formação do homem empreendedor deve misturar-se com o capitalista nato, competitivo, sendo ao mesmo tempo solidário e preocupado com as questões sociais,

e ambientais. Empreender é algo que deve ser ensinado, não é algo inato, habilidade ou dom, é um instrumento específico dos empreendedores, é o processo pelo qual a mudança torna-se uma oportunidade de negócio Drucker (1985 apud SILVA, 2016).

O empreendedorismo envolve vários agentes, governo, sociedade, futuros empresários, fornecedores, pessoas comuns - clientes e processos, ele é como uma corrente, que necessita ter seus elos corretamente entrelaçados dependentes uns dos outros, sugere a elevação de riscos, a criatividade, e tem como base para a sua perpetuação à inovação.

É comum as pessoas pensarem que basta uma boa ideia para prosperar, mas, para empreender com sucesso é preciso ter motivação e capacidade de identificar e defender as oportunidades produzindo, assim, resultados econômicos positivos e significativos para a organização COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS e Dornelas (2003 e 2005 apud SILVA, 2016)

E, países em desenvolvimento, carentes de (quase) tudo, há que se ater a ideias de crescimento sustentável, visto que de nada adiantam empresas lucrativas que destroem suas próprias fontes de matéria prima, então a comunidade deve vistoriar para assegurar-se no que cada novo projeto consiste, segundo Dolabela (2008 apud SILVA, 2016), o crescimento econômico sustentável é consequência do grau de empreendedorismo de uma comunidade. Deve-se conscientizar os alunos, que eles são os responsáveis pela inovação tecnológica e crescimento econômico do local onde estão inseridos.

De um modo geral, que não basta ter talentos é necessária a existência dos meios para exercê-los. E, que de acordo com Cantillon (2002 apud COAN, 2013) os riscos e incertezas fazem parte da vida de todos os que precisam trabalhar para viver. Nesse sentido, não ter receio de tentar, de pesquisar, de fomentar recursos financeiros para ir adiante com suas ideias de novos negócios.

3. OPORTUNIDADES PARA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Percebe-se que o crescimento de uma atividade econômica gera o crescimento das demais, “a prosperidade de uma espécie de indústria favorece a prosperidade de todas as outras” Say (1983 apud COAN, 2013).

Constata-se que, de acordo com a Receita Federal do Brasil, mais de 85% das micro e pequenas empresas com menos de 2 anos fecham, dado este que fica quase “oculto” à maioria da população, visto que a ideia geral é fomentar o empreendedorismo em nosso país. A Global

Entrepreneurship Monitor (GEM), pesquisando diversos países (em torno de 150) relata que o empreendedorismo leva muita gente à falência, inclusive no Brasil.

Evidencia-se um crescente número de novos tipos de negócios em ambientes virtuais, as chamadas Comunidades de Prática Virtuais (CoPVs) iniciaram-se nas comunidades virtuais da internet, local em que se relacionam publicamente por um período, desenvolvendo, assim, redes de relacionamentos pessoais e profissionais.

Como salienta Farinelli (2008 apud SILVA, 2016), essas redes integram seres humanos que podem se organizar por afinidades, interesses ou problemas em comum, a partir de um sistema de comunicação que não requer sua presença física. A CoPV proporciona a inter-relação de seus participantes (empresários, estudantes, professores, pesquisadores) dentro de um local comum com o acesso de todos, facilitando as discussões sobre os temas, aumentando o nível do aprendizado, e da troca de ideias.

Sob o contexto da educação empreendedora, uma inovação sob a forma de pô-la em prática deve considerar a realidade do Brasil, pois utilizará como base o desenvolvimento social, democrático e sustentável. Neste sentido, percebe-se que a CoPV atende essa perspectiva, pois é uma ferramenta de ação ampla para se integrar pessoas das variadas classes e condições sociais.

Segundo Tavares 2013, para desenvolver o ser empreendedor é imprescindível estar em ambientes que proporcionem aprendizagem, que permita o estímulo de crescimento de suas capacidades e que permita a sua imersão numa nova cultura.

Cita-se que a importância de fomentar a educação empreendedora é tão relevante, que a Associação Americana de Pequenos Negócios e Empreendedorismo (United States Association for Small Business & Entrepreneurship – USASBE), possui categorias de premiação que anualmente valorizam ações de pedagogia inovadora e cursos inovadores Lopes (2010 apud SILVA, 2016)

Segundo o RELATÓRIO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM (2014), a taxa de empreendedores iniciais é de 17,2%, tomando como referência a população brasileira entre 18 e 64 anos, e a taxa total de empreendedores é de 34,5%, envolvendo empreendedores iniciais, nascentes, novos e estabelecidos. Estima-se que 45 milhões de brasileiros estejam envolvidos com atividade empreendedora.

Conforme o GEM (2014), outro dado importante sobre os empreendedores iniciais no Brasil destaca que 58,9% possui faixa de renda menor que três salários mínimos. Nas regiões norte e nordeste, esse percentual alcança 68,7% e 59,7% respectivamente. Esses

números denotam que aproximadamente 60% dos empreendedores no Brasil, são provenientes das classes menos abastadas. Merece destaque também a falta de novidade dos produtos ou serviços ofertados pelos empreendedores iniciais fica acima de 97% em todas as regiões brasileiras. Em relação ao grau de escolaridade 34% dos empreendedores iniciais não possuem o ensino médio completo e 55,4% complementaram esta etapa.

A pesquisa apresentada em GEM (2014) destacou que após uma entrevista com 108 especialistas brasileiros, 61% indicaram a educação e a capacitação como um fator limitante, que afeta diretamente a ação de empreender e, na pesquisa GEM (2013), 60,2% indicaram a falta de educação e capacitação no ensino fundamental e médio como fatores negativos.

O relatório final do GEM recomenda para o Brasil o investimento na qualidade da educação, com o intuito de estabelecer uma política de longo prazo para consolidação da cultura empreendedora no país. O ato de empreender é vital para empreendimentos que buscam inovação e geração de tecnologia. Segundo Gaino e Pamplona (2014, p.178), “tais mecanismos privilegiam as sinergias entre diferentes atores, a criação de ambiente pró-inovação e a implantação de estruturas multi-institucionais de fomento à agregação de valor à produção local/regional”.

4. O NOVO PAPEL DO PROFESSOR

Na educação empreendedora, os professores passam a desempenhar um novo papel, o de catalisador e facilitador, cuja função é auxiliar os alunos a aprenderem um novo modo de pensar. Em vez da simples transferência de conteúdo, eles agora devem estimular os estudantes a aprenderem a aprender, a aprenderem como pensar em termos empreendedores Dolabela e Filion (2013). Henrique e Cunha (2008 apud SOHA FER, et al., 2016) defendem uma nova função do professor, buscando um equilíbrio entre a transmissão do conteúdo teórico e a facilitação do processo de aprendizagem, através de aconselhamentos e orientações das atividades práticas propostas aos estudantes. Para explicitar esse novo papel assumido pelos docentes.

Tschá e Cruz Neto (2014) também descrevem essa nova função, afirmando que, na educação empreendedora, os professores passam a ser vistos como líderes, conselheiros ou mentores. Eles passam a estimular, inspirar, criar ou orientar ideias, ações concretas e colaborativas em torno das realizações dos alunos. Para tanto, devem fazer uso de ambientes de colaboração, capacitações, gamificações e realização de eventos, que possam originar projetos,

empresas, pesquisas, inovações, incubações etc.

Nessa mesma vertente, ao pesquisar centros de empreendedorismo no Brasil, Hashimoto (2004 apud MIRANDA, 2012) atenta para a necessidade de um novo paradigma na educação brasileira em que os professores devem utilizar mais amplamente as abordagens vivenciais e dinâmicas, propondo e oportunizando atividades que desafiem os alunos com o uso de simulações, de práticas, de laboratórios e de testes. Para que isso seja alcançado, o autor ressalta a importância da formação docente a fim de que os professores assumam uma nova postura e adquiram um novo repertório de recursos pedagógicos.

O professor não é dono da verdade, ele deve ser o facilitador do aprendizado, criando alternativas ou meios de desenvolver o interesse e a motivação do aluno a buscar o seu melhor e muitas vezes criando um desafio a ele mesmo e procurar superá-lo.

5. INSTRUMENTOS E PRÁTICAS DIDÁTICO PEDAGÓGICAS

Como mencionado anteriormente, a formação empreendedora tem uma característica inter e multidisciplinar. Para alcançar os seus objetivos, é preciso traçar um plano de ensino ou planos de aula que adaptem a metodologia pedagógica ao contexto da aprendizagem buscada.

Nessa perspectiva, diferentes métodos, técnicas e recursos têm sido estudados e testados como forma de se promover o processo de ensino-aprendizagem da formação empreendedora Rocha e Freitas (2014). A formação empreendedora requer uma abordagem com base teórica associada com atividades práticas. Diferentes opções pedagógicas são apresentadas na literatura com a finalidade de desenvolver a formação empreendedora em instituições de ensino superior, entre elas aulas expositivas sobre o empreendedorismo, elaboração e apresentação de planos de negócios, jogos de empresas e incubadoras Rocha (2012 apud SOHAFFER, et al., 2016).

Ampliando a compreensão sobre métodos e propostas predominantemente baseadas em planos de negócios, devem ser dirigidas a indivíduos com um alto nível de intenção empreendedora já verificada e que tenham identificado uma oportunidade de negócio viável, a fim de que possam realizar os passos certos para iniciar seu empreendimento. Essa constatação, combinada com uma demanda cada vez maior e mais diversificada de estudantes por formação empreendedora, não restrita a abertura de empresas, evidencia uma lacuna considerável na educação empreendedora por novas metodologias, sobretudo no Brasil, onde essa formação sempre foi

concentrada no plano de negócios Lima et al (2014).

Henrique e Cunha (2008 apud SOHAFER, et al., 2016) salientam que as particularidades do ensino de empreendedorismo fogem dos princípios tradicionais de educação e adotam formas diversas no processo de ensino aprendizagem, tais como: solucionar problemas, interagir com os pares e outras pessoas através de trocas com o ambiente, trabalhar sob pressão, copiar outros empreendedores, decidir sob pressão, aproveitar oportunidades, aprender com os próprios erros e pelo feedback de clientes. Além disso, os autores destacam que o empreendedorismo é uma área em que se podem cometer erros (pequenos), pois nela existe liberdade e situações de aprendizagem flexíveis. Desse modo, diversos processos pedagógicos têm sido desenvolvidos e aplicados, resultando na criação de novas atividades educacionais de formação empreendedora.

Rocha e Freitas (2014) fazem uma revisão da literatura e destacam práticas que têm sido adotadas: palestras, estudos de caso, recomendações de leituras, visita a empresas, brainstorming, simulações e projetos desenvolvidos em grupos, entrevistas com empreendedores, planos de negócios, uso de filmes e jogos sobre empreendedorismo.

Outra ferramenta para desenvolvimento do comportamento empreendedor é o uso da metodologia de resolução de problemas.

Na visão de Friedlander (2004 apud SOHAFER, et al., 2016), ensinar a resolver problemas permite desenvolver nos estudantes a capacidade de questionar e ir atrás de respostas, de aprender a aprender, de construir com autonomia, de saber selecionar as informações, processá-las e aplicá-las de modo adequado às diversas situações.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A educação empreendedora possui uma natureza e especificidades próprias que a distinguem dos modelos tradicionais de ensino. Sua ênfase está no processo de aprendizagem do aluno, com foco na ação e no aprender a aprender.

Configura-se como experiencial, contextual e cooperativa e deve ocorrer de forma integrada, interdisciplinar e transversal às demais disciplinas e ao longo das diferentes etapas de ensino. O aluno assume o ponto de referência central no processo de aprendizagem, atuando como protagonista e sujeito na busca da autonomia do ser, saber e fazer empreendedor.

O aluno deve buscar também um autodirecionamento da aprendizagem a fim de desenvolver o conhecimento e o conceito de si, reforçando a própria identidade por meio do desenvolvimento de

habilidades e competências próprias do ser empreendedor.

O professor assume a função de catalisador e facilitador do processo, negociando os objetivos do aprendizado com base nos desejos e metas definidas pelos alunos. As características adequadas para esse novo papel do professor compreendem uma formação acadêmica aliada a experiências profissionais e práticas empreendedoras, com perfil visionário e realizador.

Novas metodologias também têm sido estruturadas com instrumentos e práticas didático-pedagógicas voltadas à educação empreendedora. Técnicas pedagógicas que aliam base teórica com atividades práticas têm sido testadas, por meio de abordagens vivenciais, interativas e dinâmicas. Existe também uma ação dialógica e ligação entre o processo de ensino e aprendizagem com o mundo real em que os alunos e professores estão inseridos, e por meio da educação empreendedora buscam-se a melhoria e a inovação do contexto circunstante.

Para além das salas de aula e laboratórios práticos, a educação empreendedora complementa-se por meio de atividades extracurriculares como incubadoras de empresa e parques tecnológicos, empresas juniores, células empreendedoras, clubes e centros de empreendedorismo, competições e eventos relacionados às práticas empreendedoras, parcerias com empreendedores, arranjos produtivos, cooperativas e organizações do terceiro setor, além da ligação com os centros de pesquisa e transferência de tecnologia, envolvendo desse modo as diferentes dimensões de uma instituição de ensino superior definida como universidade empreendedora.

O aprimoramento do espírito empreendedor tem sido colocado como prioritário nas agendas e debates nacionais e internacionais, haja vista a comprovada influência que o mesmo exerce no desenvolvimento social e econômico de uma nação.

Nesse processo, a Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimentos, mas a construção e o desenvolvimento de valores, atitudes, comportamentos, modos de percepção de si mesmo e da realidade circunstante, aspectos relacionados à capacidade de inovar, de correr riscos, de organizar e reorganizar recursos sociais e econômicos a fim de transformar situações para proveito prático, de aprender com os erros e perseverar diante de incertezas, desafios e oportunidades.

Para se desenvolver ou potencializar essas características do indivíduo empreendedor, são necessárias novas formas de ensino e novas formas de relacionamento. É preciso que o aluno assuma o centro do processo de aprendizagem e que o professor passe a atuar como catalisador e facilitador, utilizando novos instrumentos e técnicas didático pedagógicas, voltados à educação empreendedora como descrito ao longo do artigo.

7. REFERÊNCIAL TEÓRICO

ALMEIDA, Kátia de, et al. A influência do ensino do empreendedorismo no potencial empreendedor do aluno. 2016. Revista de Negócios, v. 13, n. 2, p. 67-76, 2008. Disponível em: <goo.gl/LSY0Ht>

COAN, Marival. Educação para o empreendedorismo: implicações epistemológicas, políticas e práticas. Tese (Doutorado em educação) Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/94847>

COAN, Marival. Educação para o empreendedorismo como estratégia para formar um trabalhador de novo tipo. 2013. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/2780/214>.

DOLABELA, F.; FILION, L. J. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v.3, n.2, p. 134-181, 2013.

GAINO, Alexandre A. P.; PAMPLONA, João B. Abordagem teórica dos condicionantes da formação e consolidação dos parques tecnológicos. Production, v. 24, n. 1, p.177-187, 2014. Disponível em: <goo.gl/S4Xwlj>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). Empreendedorismo no Brasil 2013 – Relatório Executivo. 2013. Disponível em: <goo.gl/p8JbDA>

HASHIMOTO, M. (2012). Você passou de ano? Recuperado em 25 fevereiro, 2012. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/você-passou-de-ano/59/>

LIMA, E. et al. Educação superior em empreendedorismo e intenções empreendedoras dos estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014. Grupo APOE – Grupo de Estudo sobre Administração de Pequenas Organizações e Empreendedorismo, PPGA-UNINOVE. Caderno de pesquisa, n. 201403. São Paulo: Grupo APOE, 2014.

LORENTZ, M. H. N. O comportamento empreendedor de diretores da UFSM e sua percepção quanto à universidade empreendedora. 2015. 155 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-graduação em Administração, 2015.

MALACARNE, R.; BRUSTEIN, J.; BRITO, M. D. Formação de técnicos agropecuários empreendedores: o caso do IFES e sua participação na OBAP. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

MIRANDA, Zailton Cardoso de. Uma prática efetiva e estratégica para a educação empreendedora no ensino fundamental II. 2012. Disponível

em:https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/4966/1/msc_zcmiranda.pdf

OLIVEIRA, J.; BARBOSA, M. L. Processo de seleção de pré-incubação: sob a batuta da subjetividade. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

RIBAS, R. O saber empreendedor: diretrizes curriculares para elaboração de programas para formação de empreendedores com base na Escola Progressiva de John Dewey – reflexão e proposta. São Paulo/ Raul Ribas – 2011. 172 f. Tese para obtenção de título de Doutor na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), 2011

ROCHA, E. L. C.; FREITAS, A. A. F. Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. RAC, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, p. 465-486, jul./ago. 2014.

SILVA, Anderson de Paula, SARTON, Viviane, SCHIMIGUEL, Juliano. Comunidade de prática virtual como ferramenta de apoio a educação empreendedora. 2016. Disponível em: <http://www.sied-enped2016.ead.ufscar.br/ojs/index.php/2016/article/view/1896>.

SÓHAEFER, Ricardo, MINELLO, Ítalo Fernando. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. 2016.

D i s p o n í v e l e m : <https://search.proquest.com/openview/d8b2a1bdf24a6119d487d9f2577de56c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032639>

TAVARES, Carlos Eduardo Moreira. et al. Educação empreendedora e a geração de novos negócios. Observatório de la Economía Latinoamericana, n. 188, 2013. Disponível em: <goo.gl/XkYYdC>

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G.G. Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. In: BECKER, A. R. Educação Empreendedora: a formação de futuros líderes. In: GIMENEZ, F. A. P. et. al. (org.) Educação para o empreendedorismo. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR, 2014.

Competências empreendedoras

Glauco Medeiros Borges
Prof.^a Msc. Fernanda Kempner

RESUMO

Entender a relação entre o empreendedor e as competências que permeiam suas ações, bem como conhecer quais são exatamente as competências requeridas dos empreendedores é objeto constante nas pesquisas. Tentando contribuir para este entendimento este artigo teve como objetivo apresentar as competências empreendedoras evidenciadas na literatura. Trata-se de uma pesquisa teórica que buscou na base de dados *Scopus* artigos dos últimos três anos que continham como palavra-chave o termo *Entrepreneurial Skills*. Dos 37 documentos lidos foram extraídas as nove principais competências dos empreendedores: aproveitamento das oportunidades; capacidade de correr riscos; relacionamento e rede de contatos; estratégias, planejamento e metas; competência administrativa e busca de informações; *know-how*; comprometimento, persistência e resiliência; qualidade e eficiência; independência e autoconfiança. É importante ressaltar que as características empreendedoras têm emergido como um diferencial, pois as organizações buscam profissionais que empreendam não só em negócios próprios, mas também sejam intraempreendedores nas organizações em que trabalham. Sendo assim, buscar o desenvolvimento destas competências torna-se um elemento importante para o profissional da atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Competências, Competências Empreendedoras.

1 INTRODUÇÃO

O ambiente dinâmico e competitivo que envolve as organizações tem suscitado nos profissionais a busca por elementos de diferenciação para atuar de maneira eficiente e eficaz. Entre as competências requeridas emergem as características relacionadas aos empreendedores, sendo consideradas as mais adequadas para atuar nas organizações modernas.³⁷

Estudos em empreendedorismo têm concentrado esforços em compreender como ocorre a formação e o desenvolvimento de competências empreendedoras nos indivíduos. Alguns consideram que

essas competências são inatas ao indivíduo, ou seja, já nascem com ele e são somente intensificadas com o passar do tempo. Outros afirmam que é possível desenvolver essas características durante a vida, por meio de capacitações e desenvolvimento pessoal. Clarificar a relação entre o empreendedor e as competências que permeiam suas ações é objeto constante nas pesquisas, bem como conhecer quais são exatamente as competências que são requeridas dos chamados empreendedores.

Diante deste contexto a pergunta que norteia esta pesquisa é quais são as competências presentes nos empreendedores? Para responder a este questionamento artigo tem como objetivo apresentar as competências empreendedoras evidenciadas na literatura. Trata-se de uma pesquisa teórica que buscou na base de dados *Scopus* artigos dos últimos três anos que continham como palavra-chave o termo *Entrepreneurial Skills*. Esta busca resultou em 37 documentos que foram lidos e deles foram extraídas as características, que posteriormente foram agrupadas em um quadro com as competências consideradas essenciais para os empreendedores.

2 DESENVOLVIMENTO

A competência se evidencia pelos recursos de uma pessoa quando houver uma ação que as mobilize, amparada por um desempenho superior diante de certa situação ou atividade (MAMEDE; MOREIRA, 2005; FEUERSCHÜTTE; GODOI, 2008). O contexto econômico instável exige uma necessidade constante de adaptação dos sujeitos a novas realidades e, conseqüentemente, resultam da interação entre indivíduo e ambiente, diferentes comportamentos, habilidades e conhecimentos (TEIXEIRA, 2011, BRANCO et al., 2013; FU et al., 2013).

A abordagem norte-americana conceitua competências como sendo um conjunto mensurável de conhecimentos, habilidades e atitudes associado a fatores relacionados ao desempenho de tarefas ou cargos. Já na abordagem francesa, competências passam a ser vistas como a mobilização de habilidades múltiplas em ambientes organizacionais cada vez mais mutáveis e complexos, buscando questionar o conceito da qualificação técnica defendido pela abordagem norte-americana (FLEURY; FLEURY, 2001; LIMA; ROCHA, 2012).

Entre as principais investigações sobre competências empreendedoras realizadas no Brasil, destacam-se aquelas que evidenciam modelos conceituais (ZAMPIER; TAKAHASCH, 2011), grau de relação entre as competências empreendedoras e os tipos psicológicos junguianos (MORALES, 2004; LENZI; SANTOS; CASADO; KUNIYOSHI, 2015), a competitividade na micro e

pequena empresa (MPE) (MAN; LAU, 2000), bem como a identificação das competências desenvolvidas por gestores (MAMEDÊ; MOREIRA, 2005; DIAS; NARDELLI; VILAS BOAS, 2008; BRACHT; WERLANG, 2015).

O desenvolvimento de tais competências contribui para o estabelecimento de vantagem competitiva, uma vez que há alinhamento das práticas de gestão organizacional com os objetivos estratégicos estabelecidos pela empresa (BITTENCOURT, 2005), o que permite um melhor gerenciamento do negócio.

Em contrapartida, a falta de competências empreendedoras tende a influenciar negativamente o potencial empreendedor dos indivíduos, o que dificulta a criação e o desenvolvimento de novas empresas. Da mesma forma, pode dificultar a gestão de empreendimentos já criados, podendo comprometer a perenidade destas organizações (ZAMPIER; TAKAHASCH, 2011).

Quando observada como um traço ou uma característica da personalidade dos indivíduos, as competências empreendedoras fornecem um referencial explicativo para avaliar os fatores que tornam um profissional mais competente ou competitivo no seu ambiente de trabalho (PIERRY, 2006; LENZI et al., 2015). As competências empreendedoras podem ser compreendidas como a soma de experiências com os conhecimentos, habilidades, valores e atitudes que os indivíduos adquirem ao longo da vida (PICKETT, 1998; LENZI, 2008; LIZOTE; VERDINELLI, 2014; LENZI et al., 2015).

Evidências encontradas na literatura sugerem que o desenvolvimento de competências empreendedoras tende a favorecer o desenvolvimento das empresas, a partir do crescimento dos negócios, da criação de vantagens competitivas e da melhoria do seu desempenho (BITTENCOURT, 2005). No entanto, também revelam que as competências empreendedoras não são desenvolvidas de igual forma entre os indivíduos (LIZOTE; VERDINELLI, 2014).

Dentre os principais aspectos motivadores elencados por McClelland foram conceituados os de realização pessoal, tido como principal fator impulsionador dos empreendimentos em geral, o de afiliação que caracteriza as relações emocionais positivas com outras pessoas e por último a necessidade de poder, que sugere uma preocupação com o status social e com exercer poder sobre os outros (PAULINO; ROSSI, 2003; FEUERSCHÜTTE; ALPERSTEDT, 2008).

Alguns autores definem tais motivações como competências, ou seja, um conjunto de hábitos e habilidades, como correr riscos, know-how, iniciativa, persistência, autonomia e que agregam valor econômico aos esforços de uma pessoa no trabalho (VICENZI;

BULGACOV, 2013; CHOUHAN; SRIVASTAVA, 2014).

Schmidt e Dreher (2008), Balbi et al. (2009), Hopp e Stephan (2012) e Gatiyatullin e Nigmatov (2014) defendem que o desenvolvimento de competências empreendedoras está intrínseco à influência da cultura empreendedora, tal como: família, educação e inserção social. Fontenele (2010) e Sarfati (2013) pressupõem que o investimento em políticas públicas e o estágio de inovação de um país são fundamentais para o desenvolvimento das iniciativas empreendedoras.

O Modelo de Iceberg estabelece que há competências de ordem pessoal, neste caso, ocultas, como motivações, traços e conceitos, bem como competências visíveis, caracterizando-se por habilidades e conhecimentos distintos, que podem ser aprimoradas com o tempo (SPENCER; SPENCER, 1993). A competência, seja advinda da personalidade, aprimorada pela aquisição de conhecimentos ou gerencial, é considerada a chave para o empreendedorismo e o desempenho nos negócios (GONÇAVES FILHO; GONÇALVES; VEIT, 2007; CAMARGO; MACIEL, 2010).

Um dos principais vértices empíricos a investigar as contribuições socioeconômicas do empreendedor foi a ótica comportamental de McClelland (1973). O autor buscou caracterizar o sujeito empreendedor e suas ações associando-as a aspectos peculiares de personalidade, habilidades e motivações (MAMEDE; MOREIRA, 2005).

David McClelland buscou identificar determinadas competências de desempenho no trabalho, comparando pessoas de sucesso com outras que não o tinham (MORALES, 2004). Com fins de diferenciação e comparação, estipulou em três tipos as necessidades do empreendedor: necessidade de realização, de poder e de afiliação. Tal conceito serviu de aporte ao desenvolvimento do modelo de 10 competências de Cooley (1990), utilizado até hoje pelo Programa das Nações Unidas (PNUD) como parâmetro para capacitação de empreendedores em nível internacional (MORALES, 2004; TEIXEIRA, 2011; LENZI et al., 2012).

Cooley (1990) associou inicialmente os três grupos de McClelland a um consórcio com as seguintes competências: para a necessidade de realização, o autor destaca como principais atributos, a persistência, busca de oportunidades e iniciativa, o comprometimento, exigência de qualidade, eficiência e saber correr riscos calculados. Já associados com a segunda variável, necessidade de afiliação, estão a busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemáticos. E por fim, associadas ao último indicador comportamental, estão as competências, independência e autoconfiança, persuasão e rede de contatos.

Quadro 1– Competências empreendedoras

CONJUNTOS DE COMPETÊNCIAS	COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS BÁSICAS	CARACTERÍSTICAS DA COMPETÊNCIA
CONJUNTO DE REALIZAÇÃO	<p style="text-align: center;">BOI Busca de Oportunidades e Iniciativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faz coisas antes de solicitado ou, antes de forçado pelas circunstâncias • Age para expandir o negócio a novas áreas, produtos ou serviços • Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência
	<p style="text-align: center;">CRC Correr Riscos Calculados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente • Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados • Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados
	<p style="text-align: center;">EQE Exigência de Qualidade e Eficiência</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encontra maneiras de fazer as coisas melhor e/ou mais rápido, ou mais barato • Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência • Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados
	<p style="text-align: center;">PER Persistência</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Age diante de um obstáculo • Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo • Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir as metas e objetivos
	<p style="text-align: center;">COM Comprometimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faz um sacrifício pessoal ou depende um esforço extraordinário para complementar uma tarefa • Colabora com os empregados ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho • Esforça-se para manter os clientes

		satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade em longo prazo, acima do lucro em curto prazo
CONJUNTO DE PLANEJAMENTO	BDI Busca de Informações	• Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes
		• Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço
		• Consulta os especialistas para obter assessoria técnica ou comercial
	EDM Estabelecimento de Metas	• Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que tem significado pessoal
		• Define metas em longo prazo, claras e específicas
		• Estabelece metas em curto prazo, mensuráveis
PMS Planejamento e Monitoramento Sistemáticos	• Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos	
	• Constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e mudanças circunstanciais	
	• Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões	
CONJUNTO DE PODER	PRC Persuasão e Rede de Contatos	• Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros
		• Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos
		• Age para desenvolver e manter relações comerciais
	IAC Independência e Autoconfiança	• Busca autonomia em relação a normas e controles de outros
		• Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores
		• Expressa confiança na sua própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio

Fonte: Lenzi (2008)

Lenzi (2008) baseou-se nos constructos de McClelland (1973), Cooley (1990) e outros autores, no intuito de criar o instrumento de abordagem das competências empreendedoras.

O modelo teórico de análise de competências empreendedoras desenvolvido por Lenzi (2008), elaborado a partir dos estudos

desenvolvidos por Cooley (1990, 1991), propõe uma categorização de três conjuntos principais, Conjunto de Realizações, Conjunto de Planejamento e o Conjunto de Poder. Cada conjunto aborda dez competências empreendedoras básicas: Busca de Oportunidades e Iniciativa, Correr Riscos Calculados, Exigência de Qualidade e Eficiência, Persistência, Comprometimento, Busca de Informações, Estabelecimento de Metas, Planejamento e Monitoramento Sistemáticos, Persuasão e Rede de Contatos e Independência e Autoconfiança, contemplando a identificação de trinta diferentes competências (em nível de indivíduo).

Paiva Júnior, Leão e Mello (2003), tendo por base os estudos de Man e Lau (2000), destacam como competências empreendedoras: oportunidade, relacionamento, conceituais, administrativas, estratégicas e comprometimento (quadro 2).

Quadro 2– Competências empreendedoras

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	CONCEITO
Competência de oportunidade	Identificar, avaliar e buscar oportunidade no mercado.
Competência de relacionamento	Capacidade de criar uma imagem que transmita confiança; ter uma boa reputação; compromisso e conduta junto a redes de relacionamentos com parceiros efetivos e potenciais.
Competências conceituais	Capacidade de avaliar situações de risco que surgem em decorrência de suas ações em qualquer ambiente.
Competências administrativas	Eficiente alocação de talentos, recursos físicos, financeiros e tecnológicos.
Competências estratégicas	Visualizar panoramas a longo e médio prazos alcançáveis e realistas; Deve ser apto a perceber tendências emergentes no ambiente, sintonizar-se com informações diversas e perceber a direção das forças ambientais.
Competências de comprometimento	Habilidade de manter a dedicação, principalmente em situações adversas.

Fonte: Paiva Júnior, Leão e Mello (2003).

O empreendedor necessita saber maximizar a criação de valor para empresa, sendo assim, é relevante otimizar os recursos disponíveis, no intuito de atingir os objetivos⁴³ propostos, o que caracteriza a mobilidade de recursos. Deve saber assumir os riscos decorrentes de suas ações em qualquer ambiente, comprometendo-se com as consequências que virão (PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2003).

Nesse sentido, cabe ao empreendedor, quando vivenciar o fracasso da sua empresa, identificar novas oportunidades, tentar se reerguer e superar esta adversidade, comprometendo-se com o seu desenvolvimento pessoal. O empreendedor deve ter capacidade de identificar cenários que converjam com os objetivos organizacionais, identificando oportunidades, por meio da sua visão, transformando-as em situações positivas para a organização (PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2003).

Ressalta-se que a aprendizagem aparentemente está atrelada ao comportamento resiliente, o que evidencia uma possível nova abordagem no que diz respeito às competências do empreendedor, principalmente diante de uma adversidade, como no caso do insucesso empresarial. Dessa forma, o comportamento resiliente – considerado como “a habilidade de perceber a realidade a partir do estabelecimento de significados para a situação adversa, aproveitar essa situação para desenvolver-se, aprender com os acontecimentos e situações de crise vivenciadas e estabelecer um conjunto de estratégias (coping) adequadas para superar a adversidade” (MINELLO, 2010, p. 52).

Tendo como principal base os quadros desenvolvidos por Lenzi (2008) e Paiva Júnior, Leão e Mello (2003, foi elaborado um agrupamento das competências empreendedoras, apresentadas no quadro 3.

Quadro 3– Agrupamentos das competências empreendedoras

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	CONCEITO	AUTORES
Aproveitar Oportunidades	É a competência que está atrelada a identificação e avaliação de novos negócios ou produto, como o próprio nome já diz, oportunidade.	PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2003. LENZI, 2008.
Capacidade de correr riscos	Capacidade de avaliar situações de risco, manipulá-las e buscar soluções, elas podem surgir em diversas situações e em qualquer ambiente.	
Relacionamento e Rede de contatos	Capacidade de criar uma imagem que transmita confiança; age para ter um bom	

	relacionamento comercial. Busca pessoas chaves para manter seus contatos ativos.	
Estratégias, planejamento e Metas	Cria e elabora estratégias de crescimento, traça metas alcançáveis e realistas a curto, médio e longo prazo.	
Administrativas e busca de informações	Capacidade de alocar talentos, recursos físicos, financeiros e tecnológicos. Busca incessantemente informações de atualizações mercadológicas, clientes, fornecedores e concorrentes.	
<i>Know-how</i> ou conhecimento	Em uma tradução simples significa “saber-fazer”, ou seja, o conhecimento. <i>Know-how</i> são um conjunto de conhecimentos e técnicas (fórmulas, tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.)	VICENZI; BULGACOV, 2013; CHOUHAN; SRIVASTAVA, 2014 SPENCER; SPENCER, 1993 GONÇAVES FILHO; GONÇALVES; VEIT, 2007; CAMARGO; MACIEL, 2010
Comprometimento, Persistência e Resiliência.	A questão do comprometimento é elencada de duas formas pelos autores, alguns autores tratam como o comprometimento pessoal, o esforço do empreendedor com a sua ideia e/ou tarefa. Por outro lado, outros autores tratam da habilidade de manter a dedicação e persistência em situações adversas.	MINELLO, 2010. PAIVA JÚNIOR; LEÃO; MELLO, 2003. LENZI, 2008.
Qualidade e Eficiência	Eficiência é a qualidade daquilo ou de quem é competente, que realiza de maneira correta as suas funções. A eficiência é uma característica positiva, principalmente como parte do perfil de profissionais que desejam obter sucesso em suas áreas de atuação.	LENZI, 2008.

Fonte: Os autores (2017).

O conceito de competência tem sido ampliado ao longo do tempo evidenciado uma peculiaridade que está atrelada ao dinamismo do ambiente organizacional e do contexto profissional, influenciando os resultados organizacionais e profissionais. Nesse sentido, essa temática parece despertar interesse por demonstrar a subjetividade e as diferentes variáveis que a envolvem. O quadro possibilita analisar que as competências empreendedoras não sofreram grandes modificações ao longo do tempo, ou seja, para um empreendedor ter sucesso no que tange sua trajetória, deve desenvolver as principais competências empreendedoras ali elencadas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Há muito tempo se questiona se as características de um empreendedor nascem com o indivíduo ou se elas podem ser desenvolvidas ao longo da vida. É certo que existem alguns iluminados que são empreendedores mesmo sem uma formação específica. Para isso, porém a busca pelo desenvolvimento pessoal é uma maneira muito viável de desenvolver o empreendedorismo, aprimorando competências empreendedoras, definindo algumas habilidades, atitudes ou conhecimentos que deseja aprimorar.

Se as competências empreendedoras podem ser desenvolvidas, cabe a cada indivíduo definir o que quer mudar, quando mudar e escolher ações concretas para agilizar este processo. É importante ressaltar que as características empreendedoras têm emergido como um diferencial, pois as organizações buscam profissionais que empreendam não só em negócios próprios, mas também sejam intraempreendedores nas organizações em que trabalham. Sendo assim, buscar o desenvolvimento destas competências torna-se um elemento importante para o profissional da atualidade.

REFERÊNCIAS

- BALBI, R. V. et al. Cultura Empreendedora: O que está sendo produzido na Administração? In: ENANPAD, 23, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Anpad, p. 1-16, 2009.
- BITTENCOURT, C. C. **Gestão de competências e aprendizagem nas organizações**. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2005.
- BRACHT, D. E.; WERLANG, N. B. Competências empreendedoras: uma investigação com produtores rurais catarinenses. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v. 4, n. 1, p. 101-124, 2015.
- BRANCO, M. A. et al. A relação das competências empreendedoras e da conduta intraempreendedora no setor de serviços educacionais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p.77-95, abr./jun. 2013.
- CAMARGO, C.; MACIEL, C. O. Locus de controle, comportamento empreendedor e desempenho de pequenas empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 168-188, mar./abr. 2010.
- CHOUHAN, V. S.; SRIVASTAVA, S. Understanding competencies and competency modeling: a literature Survey. **Journal of Business and Management**, v. 16, n. 1, p. 14-22, jan. 2014.
- COOLEY, L. **Entrepreneurship training and the strengthening of entrepreneurial performance**. Final Report. Washington: USAID, 1990.
- DIAS, T. R. F. V.; NARDELLI, P. M.; VILAS BOAS, A. A. **Competências empreendedoras: Um estudo sobre os empreendedores ganhadores do prêmio TOP Empresarial**. Artigo apresentado no V Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, São Paulo, 2008.
- FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre a complementaridade e a convergência dos construtos. In: ENANPAD, 32, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2008.
- FLEURY, M. T. L.; FLEURY, A. C. C. (2001). Construindo o conceito de competência. **RAC** [Edição Especial], p. 183-196, 2001.
- FONTENELE, R. E. S. Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 14, n. 4, p.1094-1112, nov./dez. 2010.
- GATIYATULLIN, M. K.; NIGMATOV, Z. G. Formation of entrepreneurship culture with Technical University Students. **Middle East Journal of Scientific Research**, v. 19, n. 4, p. 544-548, 2014.

GELDEREN, M.V. Perseverance strategies of enterprising individuals. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 18, n. 6, p.630–648, 2012.

GONÇALVES FILHO, C. G.; GONÇALVES, C. A.; VEIT, M. R. Mensuração do perfil do potencial empreendedor e seu impacto no desempenho das pequenas empresas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 12, n. 3, p. 29 - 44, jul./set. 2007.

HOPP, C.; STEPHAN, U. The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. **Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal**, v. 24, n. 9-10, p. 917-945, 2012.

LANS, T.; MULDER, M.; VERSTEGEN, J. Analyzing, pursuing and networking: Towards a validated three-factor framework for entrepreneurial competence from a small firm perspective. **International Small Business Journal**, v. 29, n. 6, p. 695-713, dez. 2011.

LENZI, F. C. Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, Metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

LENZI, F. C. et al. O desenvolvimento de competências empreendedoras na administração pública: um estudo com empreendedores corporativos na prefeitura de Blumenau, Santa Catarina. **Gestão & Regionalidade**, v. 28, n. 82, p. 117-130, jan./abr. 2012.

LENZI, F. C. et al. Empreendedores corporativos: um estudo sobre a associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras em empresas de grande porte de Santa Catarina - Brasil. **Revista de Administração da Unimep**, v. 13, p. 117-141, 2015.

LIZOTE, S. A.; VERDINELLI, M. A. Competências empreendedoras: um estudo com funcionários administrativos de uma empresa do ramo alimentício. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 8, p. 164-182, 2014.

MAMEDE, M. I. B.; MOREIRA, M. Z. **Perfil de competências empreendedoras dos investidores portugueses e brasileiros**: um estudo comparativo na rede hoteleira do Ceará. Artigo apresentado no II Encontro de Estudos em Estratégia (3Es), Rio de Janeiro, Brasil, 2005.

MAN, T. W. Y.; LAU, T. Entrepreneurial competencies of SME

owner/managers in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis. **Journal of Enterprising Culture**, v. 8, n. 3, p. 235-254, 2000.

MCCLELLAND D.C. Testing for Competence Rather Than for Intelligence. **American Psychologist**, Cambridge, v.28, n.1, p. 1-14, jan. 1973.

MELLO, S. C. B.; LEÃO, A. L. M. S.; JÚNIOR, F. G. P. Competências empreendedoras de dirigentes de empresas brasileiras de médio e grande porte que atuam em serviços da nova economia. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 10, n.4, p. 47-69, out./dez. 2006.

MINELLO, I.F. Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio. **Tese de Doutorado**. (Programa de Pós-Graduação em Administração) – Faculdade de Economia, Contabilidade e Administração. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

MORALES, S. A. Relação entre competências e tipos psicológicos junguianos. **Tese de Doutorado**. Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2004.

NASSIF, V. M.; ANDREASSI, T.; SIMÕES, F. Competências empreendedoras: Há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores? **Revista de Administração e Inovação**, v. 8, n. 3, p. 33-54, 2011.

PAIVA JUNIOR, F. G.; LEÃO, A.L.M.S.; MELLO, S.C.B. Competências empreendedoras em comportamentos de dirigentes de êxito socialmente reconhecido. *In*: XXVII Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 27, 2003. Atibaia. **Anais...** São Paulo: AN-PAD, 2003.

PAULINO, A. D.; ROSSI, S. M. M. Um estudo de caso sobre perfil empreendedor –características e traços de personalidade empreendedora. *In*: EGEPE. 3. 2003, Brasília. **Anais...** Brasília: UEM/UEL/UnB, p. 205-220, 2003.

PICKETT, L. Competencies and managerial effectiveness: putting competencies to work. **Public Personnel Management**, v. 27, p. 1, p. 103-115, 1998.

PIERRY, F. **Seleção por Competências**: o processo de identificação de competências individuais para Recrutamento, Seleção e Desenvolvimento de pessoa. São Paulo: Vetor, 2006.

SARFATI, G. Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias

empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 47, p. 25-48, jan./fev. 2013.

SCHMIDT, C. M.; DREHER, M. T. Cultura Empreendedora: empreendedorismo coletivo e perfil empreendedor. **Revista de Gestão USP**, São Paulo, v.15, n.1, p.1-14, jan./mar. 2008.

SPENCER JR., L. M.; SPENCER, S. M. **Competence at Work: models for superior performance**. New York: John Wiley and Sons, 1993.

TAKAHASHI, A. R. W.; ZAMPIER, M. A. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos Ebape**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 6, p. 565-585, jul. 2011.

TEIXEIRA, R. M. Competências e aprendizagem de empreendedores/gestores de pequenas empresas no setor hoteleiro. **Turismo em Análise**, v. 22, n. 1, abr. 2011.

VICENZI, S. E.; BULGACOV, S.; Fatores motivadores do empreendedorismo e as decisões estratégicas de pequenas empresas. **Revista Ciências da administração**, v. 15, n. 35, p.208-221, abr. 2013.

ZAMPIER, M. A.; TAKAHASCH, A. R. W. Competências empreendedoras e processos de aprendizagem empreendedora: modelo conceitual de pesquisa. **Cadernos EBAPE**, v. 9, p. 564-585, 2011.

Empreendedorismo no Brasil e no mundo

Leonardo Cardoso Gomes
Prof. Esp. Halysen Antunes de Oliveira

RESUMO

Gerenciar, planejar ou mesmo encontrar meios de gerenciamento, organização e planejamento são formas de como podemos organizar um mercado, um nicho ou mesmo uma visão mais sistêmica de negócio. O empreendedorismo nunca fora tão discutido perante a atual conjuntura econômica e política mundial e o Brasil ainda enfrenta uma série de problemas ligados ao gerenciamento e ao escoamento de muitas produções, mas quando falamos de empreendedorismo, é claro que a cultura brasileira tem muitos indícios de gestão empreendedora, ser volátil a crises, ou mesmo visão de mercado e dia a dia acometidas com experiências profissionais, o mercado nacional é vasto e muitos nichos inexplorados. Nesta pesquisa pode-se constatar que há ainda uma lacuna muito grande entre países em desenvolvimento e o Brasil, seja no investimento de tecnologias, investimento de educação básica que fomenta o empreendedor, suporte organizacional e processos de incentivo ao empreendedor, são alguns pontos no qual faz com que o empreendedor brasileiro enfrente algumas dificuldades de encarar o mercado, bem como foque em suma maioria no mercado de prestação interna. Toda pesquisa busca um comparativo entre países e o Brasil, tentando encontrar soluções para uma melhora na visão empreendedora nacional.

PALAVRAS - CHAVES: Análises, Empreendedorismo, Educação Empreendedora.

INTRODUÇÃO

Vivenciar o contexto da administração no século XXI é deparar-se com uma vida em constantes mudanças, as atualizações didáticas, tecnológicas e inclusive no que se refere a mudanças de conceitos que outrora eram defendidos, como verdades absolutas.

Um tema que pode-se dizer relativamente novo e que está vinculado diretamente ao contexto da administração é o empreender, contar a sua história é montar um quebra cabeça de mudanças ao longo do percurso,

cada período teve seu empreendedor marcante, cada região tem seu empreendedor visionário, entretanto, é possível comparar o empreendedor brasileiro ao empreendedor de outros países?

Porter (1992) destaca que a evolução econômica está muitas vezes ligada ao processo empreendedor, onde destaca que muitos países se desenvolvem por instigar o processo de empreendedorismo, seja na administração, na aprendizagem, no gerenciamento de negócios, ou mesmo na perspectiva de mercado. Porter ainda afirma que as taxas econômicas crescem em países onde o empreendedorismo tem forte destaque, junto com estas taxas econômicas vem as taxas de pleno emprego, pois com a economia em ação, tem-se todo ciclo produtivo e os pilares econômicos.

Ser empreendedor em um país onde muitas vezes o essencial é escasso, faz com que empreender seja um jogo cheio de desvios, onde busca-se chegar ao máximo da otimização, porém, com todos os problemas advindos da realidade nacional torna-se a competitividade com outros países algo quase que impossível.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Porter (1992) ainda afirma que o empreendedorismo está ligado diretamente ao quanto o país investe em desenvolvimento, quanto mais desenvolvimento, norteando os caminhos empreendedor, mais investimento em acesso a informação, mais haverá interessando em descobrir sobre as ferramentas do empreendedorismo, bem como a possibilidade de formar um empreendedor.

O empreendedorismo nacional tem muitas vezes a marca do Brasil, no que diz respeito a forma do brasileiro encarar negócios e os mercados de atuação, segundo a revista GEM (2016) em uma de suas análises sobre o mercado empreendedor brasileiro, a maioria dos empreendedores nacionais estão no perfil, “empreendedor por necessidade”, aquele que empreende de acordo com suas necessidades pessoais, tendo em vista a volatilidade econômica nacional, faz com que este perfil de profissionais se propague. Diferente de grande parte dos países, onde ocorre o inverso, a maioria dos empreendedores são aqueles que agem por “oportunidade”, dando um respaldo ao planejamento e analisando nichos de mercado muitas vezes ainda inexplorados.

Por fim, a análise das realidades entre os países mostra que o Brasil ainda é um grande mercado a ser explorado, é o celeiro agrícola do mundo, porém, com grandes desafios em vários mercados, mas com grande potencial tanto cultural quanto de desenvolvimento e

recuperação, muitas vezes, a melhor fase de gestão empreendedora e exemplos de políticas governamentais que apoiem essa massa de gestores está ao lado do país e não é posta em prática como igual.

Por estes desafios apresentados, a crescente evolução do empreendedorismo no mundo, bem como o ensino empreendedor, este artigo tem como objetivo a análise dos índices de empreendedorismo no Brasil e no mundo, bem como uma análise de perfis empreendedor, quantitativos, prospecções e desenvolvimentos dos países empreendedores, realizando um prospecto de comparação entre políticas aplicadas no Brasil, e em outros países.

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL E NO MUNDO

Um marco que pode ser abordado é que o Brasil tem uma história muito recente se comprada a Europa. Enquanto os europeus faziam a revolução industrial, ainda vivíamos a escravidão e a produção agrícola rudimentar, Drucker (2003) afirma que empreender é estar constantemente a buscar mudanças, reagir a ela com necessidade e explorá-la a fim de encontrar oportunidades. Na mesma linha de pensamento, Chiavenato (2006) afirma ainda, que empreendedor não é simplesmente aquele que cria nova organização, segmento ou mesmo o encontro de um novo nicho, além destes, o empreendedor traz a energia da economia, otimiza recursos, organiza ideias e ideais bem como impulsiona talentos.

Nestes pensamentos contemporâneos pode-se perceber o quão a realidade do empreendedor está associada a movimentação econômica global, um relatório da GEM (2016) afirma que grande parte da incorporação da globalização do movimento econômico mundial se dá pelo empreendedor no cenário econômico, bem como sua visão de inovação para com o mercado. A história do empreendedorismo no mundo se expandiu por vários períodos, desde a manufatura até a era da informação, tal qual vimos atualmente. Para Jeffry Timmons (1985), o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais que a Revolução Industrial foi para o século XX.

Ser empreendedor para muitos é apenas: criar algo novo ou revolucionar, porém, empreender está muito além de uma definição básica, muitos autores como Dornelas (2008) definem empreendedorismo como pessoas visionárias, que sabem tomar decisão, fazem a diferença⁵³ onde atuam, analisam, observam e sabem extrair as oportunidades ao máximo, sempre determinados e dinâmicos, acreditam e são apaixonados pelo que aqui constroem, bem como outros autores como Paiva e Cordeiro (2002), conceituam

empreendedorismo como a criação de uma organização econômica inovadora com o propósito de obter lucratividade ou crescimento sob condições de risco e incerteza.

O brasileiro possui grandes características empreendedoras, segundo a GEM (2016), O Brasil é um país com índices altíssimos de empreendedorismo, atrelado a realidade flexível e volátil do país, onde nossa economia oscila com frequência, criando de certa forma uma instabilidade tanto na economia quanto na geração e permanência no emprego, muitas atividades surgem e desaparecem por culpa desta instabilidade, desta forma, cria-se um campo de atuação gigantesco para empreender e construir novos nichos de mercado. Entretanto, ainda segundo a GEM (2016), o Brasil tem um índice baixíssimo de oferta de políticas governamentais para com o empreendedor se comparado principalmente a países latino americanos, esse índice aumenta drasticamente se comparado mundialmente, temos um país burocrático que muitas vezes cria cenários propícios ao não fomento do empreendedorismo.

Além de as políticas que garantam a sustentabilidade do empreendedor serem omissas ou burocráticas por parte do governo brasileiro, em um de seus artigos, a GEM (2016) ressalta que ainda existe uma lacuna gigantesca no ensino do empreendedor, enquanto que alguns países como Estados Unidos e Reino Unido possuem em sua educação básica, ementas que lecionam o empreendedorismo, no Brasil esse índice chega a quase zero quando se tange a educação básica. Mesmo com toda característica cultural nacional, falta investimento maciço para nortear e fomentar a busca do empreendedor, bem como potencializar a características empreendedora nata dos brasileiros.

A realidade brasileira dá-se uma contradição, enquanto países como o Chile, que se encontram na mesma realidade sul-americana como a nossa possuem programas governamentais, os dados da última GEM (2016) apresentam um grande potencial empreendedor no que tange investimentos em educação e fomentos governamentais, mas ainda, o Chile entra no prospecto mundial em investimentos de Tecnologias, onde o Brasil anda a passos lentos nesse quesito, por outro lado somos ótimos empreendedores por necessidade, o brasileiro muitas vezes se vê obrigado a empreender para complementar sua renda, como defende Dornelas (2008) “A Crise torna-se mãe de muitos empreendedores”, o autor ressalta desta forma, pois muitas vezes o empreendedor surge em momentos de crise e por culpa desta volatilidade brasileira, o Brasil tem seu empreendedor mais voltado por necessidade, ao contrário da maioria dos países que tem seus empreendedores por oportunidade, onde planejam, discutem e analisam a viabilidade do negócio e fomentos, isto ainda segundo a

GEM (2016).

Segundo Costa (2009), sem dúvida o Brasil depende muito de sua população empreendedora, para seu desenvolvimento pleno. E é preciso dar suporte estatal para que essas empresas possam crescer com consistências e oferecer mais oportunidades de trabalho ao mercado. O grande desafio para o Governo é trazer para a formalidade grande parte dessas empresas, para isso terá que diminuir impostos e oferecer certas garantias para esses empresários, pois o “Custo Brasil” é algo que muitas vezes faz com que não seja interessante investir no país.

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta algumas perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo. Desde alguns anos atrás, foram criados órgãos e iniciativas de apoio ao empreendedor, como o SEBRAE, as fundações estaduais de apoio à pesquisa, as incubadoras de novos negócios e as escolas superiores, que tem oferecido cursos e outros tipos de programas sobre o empreendedorismo (MAXIMIANO, 2006, p. 6).

ENSINO EMPREENDEDOR

Por muitos autores, a educação brasileira é tida como insuficiente e cheia de problemas sociais que afetam a qualidade do ensino se comparado a outros países, é o que defende Bruni (2017). Há uma lacuna entre os objetivos traçados nos planos de ensino com a realidade praticada em sala de aula e uma das defesas dessa autora sobre empreendedorismo é o fato de defender esse tema na realidade educacional nacional, onde muitas instituições de ensino superior tem em seu quadro formas de auxiliar o fomento do empreendedorismo, tais como empresas júnior, incubadoras, entre outras. Tais barreiras entre educação e empreendedorismo, para alguns autores, é responsabilidade também da mortalidade prematura das micro e pequenas empresas nacionais.

Um dado da GEM (2016) revela algo significativo trazendo esse contexto educacional para realidade empreendedora, o perfil do empreendedor nacional expandiu-se muito após abertura de mercado na década de 90, com isso, o empreendedorismo entrou a fundo no cotidiano nacional e também como parte importante da formação econômica do país. O empreendedor nacional, como já defendido por Dornelas (2008), é oriundo da crise, tal qual era vivenciada aos extremos nas décadas de ⁵⁵80 e início dos anos 90, e fez com que muitos brasileiros optassem pelo empreendedorismo. Ao longo desta década, a abertura de mercado e acessibilidade da educação fizeram com que o perfil do empreendedor fosse alterado, junto com o avanço tecnológico.

Segundo a GEM (2016), o Brasil possui apenas 13,1% da população brasileira acima de 25 anos com curso superior completo e mesmo com essa condição precária da educação, temos um quadro de empreendedores onde a maioria possui pós-graduações, muito à frente de outros países pesquisados. Dado este que a revista em questão extraiu do PNAD 20143, documento importante do ministério da educação, conforme tabela a seguir:

Tabela 1 - Taxas específicas¹ de empreendedorismo inicial (TEA) segundo nível de escolaridade²
- Países selecionados - 2016

Países	Alguma educação	Secundário completo	Pós-secundário	Experiência pós-graduação
Brasil	19,5	20,5	14,4	22,9
África do Sul	4,6	7,4	11,9	
Alemanha	1,9	4,7	7,1	
China	6,6	11,2	12,1	18,5
Estados Unidos	10,1	10,6	13,1	14,0
Índia	8,1	11,3	14,1	6,1
México	7,0	11,2	14,9	17,1
Rússia	6,4	2,8	7,1	

Fonte: GEM 2016

¹ Percentual de empreendedores iniciais de cada classe.

² Alguma educação = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto;

Secundário Completo = Ensino médio completo e superior incompleto;

Pós-secundário = Superior completo, especialização incompleto e completo e mestrado incompleto;

Experiência pós-graduação = Mestrado completo, Doutorado incompleto e completo.

Com o quadro apresentado pela GEM (2016), temos uma realidade que denota cada vez mais a formação do empreendedor. Esta que muitas vezes proporciona uma visão holística do todo, bem como fomenta o planejamento e análise de negócios, entretanto, no mesmo viés, Bruni (2017) defende que esta visão se apresenta pela acessibilidade que a educação se deu nos últimos anos e muitas das pessoas em potencial atividade estão se formando e acessando o ensino.

Comparando cultura, negócios e outros pontos importantes entre empreendedorismo no Brasil e em outros países, o Brasil apresenta inúmeras barreiras comerciais, culturais e governamentais como

aponta a GEM (2014). De acordo com o levantamento, altos custos de serviços de TI, água e internet diminuem as chances de um brasileiro abrir o próprio negócio se comparado a países da América Latina. Neste levantamento da revista, documenta-se que 50,5% da população tem potencial para tornar-se empreendedor e o Brasil ficou com o segundo pior índice da América Latina, segundo dados da GEM. Por uma certa ironia, a mesma pesquisa denota que 75,8% da população nacional aceita o empreendedorismo como opção válida de vida sendo o segundo melhor colocado na pesquisa. A GEM compara os demais países, tanto sul-americanos, quanto os demais países de outras regiões, em suma maioria os empreendedores brasileiros são ligados a pequenos negócios, micro e pequenas empresas, e também na sua maioria não exportam seus produtos.

QUESTÕES POLÍTICAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

O potencial de crescimento do empreendedor no Brasil é baixo tendo como a burocracia, o mercado com péssimas prestações de serviços como abastecimento de água, energia, internet, pouca tecnologia, entre outros fatores como alta tributação e nenhuma diferenciação para os iniciantes no ramo. A GEM faz inúmeras críticas ao desenvolvimento de políticas públicas nacional, compara com países e mostra o quão o Brasil limita o desenvolvimento do empreendedorismo, sendo que não há um ambiente propício para inovação, pesquisa e desenvolvimento de mercado. Muitas instituições de ensino que tem em sua grade o empreendedorismo já buscam enfrentar esta barreira cultural, porém, não conseguem progredir suas ideais, pois acabam defrontando com a burocracia governamental e a falta de incentivo ao desenvolvimento empreendedor.

A GEM (2014) aponta soluções para isso e afirma que países como os Estados Unidos incentivam o empreendedorismo desde a educação básica, bem como criam fomentos para proporcionar um ambiente sadio de desenvolvimento organizacional, ou mesmo, cria-se e apoia-se a pesquisa como instrumento de aplicação. O empreendedorismo norte-americano busca encontrar nichos e analisar oportunidades, o brasileiro, por conta da necessidade cria, empreende e busca contorná-la da forma mais hábil possível. O norte-americano encontra incentivos maciços, tanto de pesquisa, qualificação, ou mesmo, incentivos fiscais, já na realidade brasileira, o maior apoiador do desenvolvimento empreendedor ainda é o SEBRAE e algumas tentativas fiscais para melhorar a realidade empreendedora já foram postas em pratica, como o MEI, uma vez que grande parte dos

empreendimentos são micro e pequenas empresas, mas ainda autores como Bruni (2017) e alguns dados dos artigos da GEM (2014) afirmam que o Brasil precisa ser consolidado em desenvolvimento tecnológico e políticas públicas que garantam o desenvolvimento de mercado empreendedor, criando medidas de planejamento para auxiliar esta importante ferramenta econômica.

Segundo o acompanhamento de propostas da Câmara dos Deputados, há alguns projetos de lei para uma melhoria tributária do empreendedor, tanto em linhas de pesquisas como em incentivo a devida criação do empreendimento. A maioria dos projetos estão no desenvolvimento da micro e pequena empresa, por conta da demanda que se tem em empreendedorismo no Brasil nessa área, além de incentivos fiscais, algumas medidas preveem o incentivo também de crédito, para fomentar o crescimento e o desenvolvimento pleno destas novas empresas.

Ser empreendedor no Brasil muitas vezes pode até ser inerente a cultura nacional, como dados e relatos de pesquisa da GEM (2016), onde fica claro a busca por empreendedorismo, ainda na GEM (2016) nos deparamos com várias barreiras em pequenas análises junto a dados que mostram o desenvolvimento empreendedor nos outros países. Em todos os aspectos, apresentam-se alguns dados relevantes mapeando o perfil do empreendedor nacional, neste ponto, segundo a GEM (2016) a maioria dos empreendedores no Brasil são mulheres. Somos um dos poucos países que tem este índice, bem como grande parte dos nossos empreendedores estão na faixa etária dos 25 a 34 anos, trazendo a ideia do empreendedorismo jovem, muitas vezes defendido por conta da energia necessária a se empreender.

Chiavenato (2006) defende em uma de suas célebres obras, que para que haja sucesso no empreendedorismo ele deverá conhecer sobre gestão de pessoas, mercado e ter uma visão holística do todo, ou seja, o empreendedor ele deverá ter conhecimento absoluto sobre aquilo no qual ele está decidido a investir. Muitas vezes ainda sem a visão de mercado necessária, é prerrogativa que haja um estudo para que assim possa planejar adequadamente o empreendimento e minimizar eventuais riscos, tendo como base o planejamento já descrito, faz-se uma avaliação das condições necessárias. Pois bem, a GEM (2016) destaca alguns órgãos que estabelecem apoio ao empreendedor, auxiliando na tomada de decisão e proporcionando medidas para o desenvolvimento do empreendedorismo. Este apoio bem mencionado no estudo da revista, denota uma estrutura importante que tenta mudar o quadro de desafios brasileiros na busca de um desenvolvimento pleno do empreendedorismo nacional, tal qual muitos países não oferecem órgãos exclusivos para fomentar e auxiliar o empreendedor, e nesta

pesquisa, foram apresentadas as seguintes situações da busca por diretrizes que norteiam o empreendedor:

Tabela 2 - Percentual do total de empreendedores (TTE) segundo a busca de órgãos de apoio - Brasil – 2016

órgãos de apoio	%
Procurou algum órgão de apoio	13,4
Principais órgãos de apoio procurados¹	
SEBRAE	68,1
SENAC	19,0
SENAI	14,9
Outros ²	12,3

Fonte: GEM Brasil 2016

1 A soma dessas opções pode não totalizar 100% pelo fato de ocorrerem respostas múltiplas.

2 Nessa classificação para o Brasil se enquadram: Associações comerciais, ENDEAVOR, SENAR, SENAT, Sindicatos.

Mesmo com toda estrutura que o Brasil oferece, apenas 13,4% dos novos empreendedores buscaram auxílio e base para realizar a análise e o planejamento de seu empreendimento, não necessariamente isto seja um indício de fracasso posterior, mas de certa forma, muitas vezes o empreendedor ainda não possui uma visão ampla do mercado de atuação na qual ele queira destacar-se, bem como ainda não possui ferramentas necessárias para que haja um planejamento adequado, mesmo assim com todas as diretrizes apresentadas, poucos são os possíveis empreendedores que buscam auxílio de órgãos que fomentam o desenvolvimento empreendedor.

Mesmo com pouco percentual, os poucos que procuram especialistas optam pelo SEBRAE e conforme tabela apresentada, o SEBRAE exerce atividade nacionalmente para o desenvolvimento de políticas para o fomento do empreendedorismo, principalmente voltado ao micro e pequeno empresário, como já mencionado em pesquisa da GEM (2016) a micro e pequena empresa são os segmentos que mais atraem empreendedores no Brasil, como já mencionado também, por culpa talvez de uma falta de investimento em desenvolvimento tecnológico e custo Brasil, que levam o empreendedor ao atendimento⁵⁹ do mercado interno.

CARACTERÍSTICAS GERAIS DOS EMPREENDEDORES

Ainda em análise da GEM (2016) quase 45% dos empreendedores dos países desenvolvidos buscam informações em órgãos, universidades ou mesmo em programas que os auxiliem a analisar as ferramentas necessárias para empreender algo, seja informação sobre o negócio, ou mesmo ferramentas de mercado. Tais conhecimentos se dão por virtude muitas vezes de o foco empreendedor na maioria dos países ser o empreendedor por oportunidade. Tendo o Brasil o perfil em sua maioria como empreendedor por necessidade, faz com que este necessite empreender com menor espaço de tempo, não dando margem a um planejamento adequado que tanto defendem os autores do assunto, pois ressaltam a importância do planejamento para análise da viabilidade do negócio.

Tabela 3 - Distribuição percentual dos empreendedores por características sócio demográficas segundo busca de órgãos de apoio¹ - Brasil - 2016

Características sócio demográficas	% de empreendedores	
	Não buscaram órgãos de apoio	Buscaram órgãos de apoio
Gênero		
Masculino	51,2	60,1
Feminino	48,8	39,9
Faixa etária		
18 a 24 anos	13,9	11,0
25 a 34 anos	25,3	19,4
35 a 44 anos	24,9	35,4
45 a 54 anos	20,8	26,8
55 a 64 anos	15,2	7,5
Escolaridade²		
Educ0	31,2	9,5
Educ1	23,6	17,9
Educ2	39,7	60,0
Educ3+	5,5	12,6
Renda familiar		
Até 1 salário mínimo	12,5	7,5
Mais de 1 até 2 salários mínimos	27,8	9,9
Mais de 2 até 3 salários mínimos	28,5	30,4
Mais de 3 até 6 salários mínimos	27,6	43,2
Mais de 6 salários mínimos	3,6	9,00

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ órgãos de apoio são descritos na tabela 5.1

² Educ0 = Nenhuma educação formal e ensino fundamental incompleto; Educ1 = Ensino fundamental completo e ensino médio incompleto; Educ2 = Ensino médio completo e superior incompleto; Educ3+ = Superior completo, especialização incompleta e completa, mestrado incompleto e completo, doutorado incompleto e doutorado completo.

A tabela anterior nos ressalta a realidade nacional, onde mostra como estão distribuídas algumas características do empreendedor, algo a ser destacado é que quanto maior a renda, maior a procura por órgãos de apoio, desta forma nos remete ao pensamento de Bruni (2017), que afirma de certa forma, que quando há maior poder aquisitivo, maior o investimento em educação.

Tabela 4 - Distribuição percentual¹ dos motivos indicados para não buscar órgãos de apoio segundo estágio - Brasil – 2016

Motivos pela falta de busca de órgãos	% de empreendedores			
	Nascentes	Novos	Estabelecidos	Total
Por falta de conhecimento/informação	60,9	41,4	36,9	42,2
Por não ter interesse	23,4	43,8	44,1	40,8
Por não ter necessidade	14,3	24,9	20,0	21,5
Por falta de tempo	19,7	9,4	12,4	12,2
Falou apenas com o contador	0,0	0,5	0,8	0,5
Outro	4,0	0,4	1,0	1,3

Fonte: GEM Brasil 2016

¹ Percentual da população de 18 a 64 anos que tem como motivo o item especificado. Cada indivíduo pode ter mais de um item selecionado.

Muitos fatores levam o novo empreendedor a não buscar órgãos que os norteiam para um planejamento adequado, segundo a GEM (2016), mais de 60% dos novos empreendedores afirmam que não obtiveram conhecimento sobre as oportunidades de auxílio, entretanto, mais de 44% dos empreendedores estabelecidos não buscam informações com estes órgãos para análise de uma atual realidade de mercado por não demonstrarem interesse, em sua pesquisa, a GEM (2016) é enfática quando afirma que seja necessária uma maior interação entre órgãos de apoio ao empreendedor e também a apresentação de vantagens sobre o acompanhamento frequente deste órgão junto a realidade organizacional.

Tabela 5 - Distribuição percentual dos empreendedores iniciais (TEA) segundo o setor da atividade econômica - Países selecionados – 2016

Países selecionados	% de empreendedores iniciais				Total
	Setor extrativo	Indústria da transformação	Serviços orientados para negócio	Serviços orientados para o consumidor	
Brasil	2,1	24,0	5,0	69,0	100,0
África do Sul	2,9	25,3	14,6	57,2	100,0
Alemanha	1,2	19,1	25,0	54,6	100,0
China	6,3	18,6	12,5	62,7	100,0

Estados Unidos	3,8	20,4	33,6	42,2	100,0
Índia	1,4	14,9	7,0	76,7	100,0
México	0,5	15,1	7,4	76,9	100,0
Rússia	5,7	37,4	8,5	48,4	100,0

Fonte: GEM 2016

O empreendedorismo no Brasil segue sim algumas tendências mundiais, o país tem problemas que devem ser colocados em pauta para o desenvolvimento de políticas para fomentar o empreendedorismo, bem como melhorar a visão empreendedora de oportunidades. O país caminha junto com outros países em muitos aspectos como mencionado, porém, ainda há uma série de mudanças a serem realizadas para poder organizar a realidade nacional. O Brasil ainda é um país muito amarrado a burocracia como denota nossos autores, bem como não fomenta o empreendedorismo como aprendizado e esse contexto nos remete que há uma lacuna gigantesca na educação básica e ainda se comparados a outros países, temos uma série de entraves que barram o desenvolvimento empreendedor como, o custo Brasil, falta de serviços de qualidade, precariedade nos serviços e o preço pago a eles, não deixando atrativo e competitivo o mercado, desta forma é necessário contornar essa situação da forma mais empreendedora possível: Planejando, Organizando, Avaliando e Agindo.

COMPARATIVOS COM A UNIÃO EUROPEIA

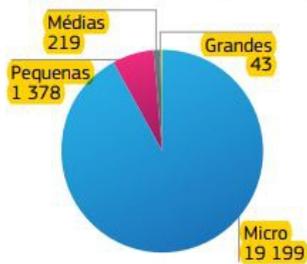
Empreender passou a ser algo estratégico para muitas economias, segundo um artigo publicado pela própria União Europeia (2014), onde traça alguns perfis dos empreendedores, após toda análise do empreendedorismo no Brasil, é possível notar algumas peculiaridades entre países. A União Europeia estabeleceu uma série de políticas para o fomento do empreendedorismo, segundo este mesmo artigo, onde denota a importância que o empreendedor tem para ser a chave do crescimento econômico Europeu, por estas vias, no continente Europeu, o empreendedor poderá exercer suas atividades em qualquer país com uma única taxa de impostos, dando ao continente uma maior força, pois haverá a real união dos países do bloco, bem como ao empreendedor uma gama maior de demandas, pois poderá atender uma série de outros países. No Brasil, ao comparar-se com a Europa, tens a ideia do tamanho continental que o país tem, muitos dos estados brasileiros são maiores que países europeus, e dentro da circulação de mercadorias nacionais, bem como dentro da prestação de serviços, tem uma grande variação de taxas e nenhuma isenção destas ao

empreendedor, exceto a lei do simples nacional, Já na Europa há o fomento do empreendedorismo, pois, o micro empreendedor será taxado apenas pelo imposto simplificado ao contribuinte de menor poder aquisitivo, e além disto, há incentivos estatais, tanto em linhas de crédito como próprio financiamento estatal para que haja o desenvolvimento econômico destas empresas, o artigo consolida-se ao afirmar que o empreendedor de hoje é a alavanca econômica de amanhã.

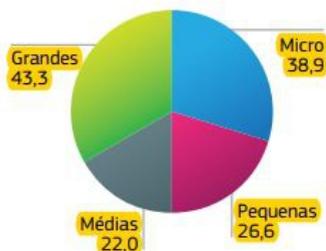
Ainda o artigo da União Europeia, mapeia o perfil e a estrutura do empreendedor Europeu, apresentando os dados estatísticos que denotam o quão há projetos para fomentar o empreendedorismo, onde a inovação empreendedora ganhou um comitê na União Europeia para elaborar e distribuir projetos essenciais para fortalecer o crescimento econômico das empresas, de uma forma que haja a cooperação internacional dos países membros. Em sua composição, se comparado ao Brasil, a Europa tem em sua maioria micro empresas, sendo semelhante ao Brasil, pois quase a totalidade das empresas são micro. Entretanto, um dado a chamar atenção é que na Europa os trabalhadores em sua maioria não são empregados da micro e pequena empresa, e não estão diretamente ligados aos empreendedores, quase 50% dos trabalhadores estão nas médias e grandes empresas, o total oposto do Brasil onde grande parte dos trabalhadores está em suma na micro empresa, ligado também em maioria com o empreendedor. Outro ponto a ser discutido, sabe-se da importância do empreendedor, e como a própria União Europeia investe no desenvolvimento das suas empresas, o quanto do continente num todo trabalha em conjunto para que haja o livre comércio em seus países, No Brasil há uma série de barreiras onde rebate aquele velho problema do “custo Brasil”.

Realidade Europeia

Número de empresas (milhares)



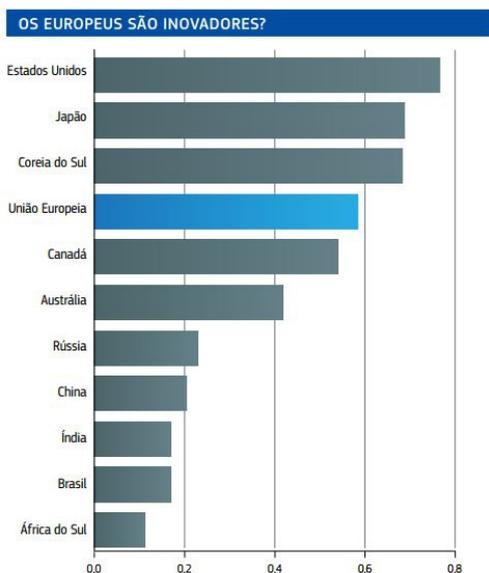
Trabalhadores (milhões)



Fonte: Comissão Europeia

Como mencionado em Parágrafos anteriores, a realidade europeia é similar ao Brasil no que tange que a maioria de suas empresas são microempresas, formas em quase sua totalidade por empreendedores, o que nos rebate que no Brasil, segundo dados da GEM (2016), esse número também é proporcional aos trabalhadores, que proporcionalmente estão ligados as microempresas, na Europa esse número se destoa pois quase 50% dos trabalhadores estão nas grandes e médias empresas, que em sua totalidade não somam 3% da massa industrial do continente.

Porém, outro dado que chama bastante a atenção é o quanto a União Europeia está a frente do Brasil em inovação, segundo a GEM (2016), isto se dá por conta de um investimento estatal forte em educação, bem como por culturalmente também, todo caso denota-se que países asiáticos, que em geral tem uma cultura muito aberta a inovação, estão na frente neste patamar. Porém, o Brasil ainda está comparado a países africanos, mesmo que ainda segunda a GEM (2016), há um investimento muito maior no Brasil do que no continente mencionado, porém, esses investimentos não são necessários para alcançar patamares suficientes na qual haverá destaque mundial.



Fonte: Comissão Europeia.

No comparativo a união Europeia está a frente do Brasil mais de duas vezes.

COMPARATIVOS COM A AMÉRICA LATINA

Segundos dados extraídos da GEM (2016), o Brasil e a América Latina tem dados muito semelhantes quanto a característica de seus empreendedores, bem como da estrutura de apoio estatal e o ensino empreendedor, se comparados a países europeus e norte-americanos, o Brasil destaca-se na região no quesito empreendedorismo, pois tem uma estrutura continental para aproveitar os diversos nichos empreendedor, bem como, por ser o maior país da América Latina, tanto em território, quanto em economia, há desenvolvimento dessa área.

Segundo a GEM (2016) os dados são muito semelhantes, a maioria dos empreendedores são homens, na faixa de 25 a 40 anos, exceto no Uruguai que as mulheres têm uma leve maioria na média de empreendedores. Ainda segundo a revista GEM (2016) a América Latina ainda está muito atrás no desenvolvimento de tecnologias necessárias para alcançar países de primeiro mundo, como a maioria dos países Europeus, o alto índice de corrupção dos países latinos é destacado como também um empecilho que faz com que muitas vezes se estagne a economia deste bloco.

A revista GEM (2015) destaca alguns pontos que transformam em tentativas de criação de um bloco econômico sustentável para a região, que serão importantes ferramentas para interligações econômicas e também para fomentar a tecnologia da região e o empreendedorismo, a revista apresenta um estudo sobre o Mercosul, onde a semelhança da União Europeia, criou-se um bloco com o intuito de fortalecer as relações econômicas da região, escoamento de produtos, livre comércio dos países membros, e parcerias de trabalho com apostilamentos de registros de trabalho internacional. A GEM (2015) traz um comparativo entre o antes e depois do Mercosul, onde denota que pós criação do bloco os países membros abriram seus mercados e puderam destacar-se também no empreendedorismo, algo que até então era inóspito, ainda há uma segmentação de grupos, e não há um bloco econômico consolidado, os países membros do Mercosul poucos atem atuação de livre comércio, tal qual o europeu, desfavorecendo um comércio internacional local.

Outro dado interessante se comparado a América Latina, o Brasil é o país onde há o maior índice de escolaridade dos empreendedores, seguido da Argentina e do México. Ainda nesse comparativo regional, no Brasil há um forte impacto do empreendedorismo na economia, esse impacto é mensurado pelo número de pequenas e micro empresas, sendo o país com maior número de empresas desse ramo. Ainda sobre economia e comparativos, o Brasil é o terceiro país que investe em fomento para o empreendedor, como isenções e taxas de impostos

menores para micro e pequenas empresas, apoio estatal com programas de treinamento e ensino empreendedor, porém, segundo dados da GEM (2015), o México vem destacando-se maciçamente em planos de atendimento ao desenvolvimento do empreendedor, o México hoje tem quatro vezes mais contratos bilaterais com outros países que o Brasil, tal proposta incentiva o empreendedorismo a conquistar novos nichos de mercado, seguindo esta tendência, a Argentina fomenta o ensino empreendedor na educação básica, como disciplina obrigatória, esse ensino é difundido por diversas bases educacionais, tendo em vista o fomento da visão empreendedora na aprendizagem profissional básica, além destes dois países, o Chile vem destacando-se no cenário empreendedor, assim como o Brasil, países já mencionados, como Chile, Argentina e México tem programas e instituições de ensino empreendedor como o SEBRAE, entre outros, e a Argentina detém a liderança de empreendedorismo com êxito, porém, o Brasil lidera o empreendedorismo jovem.

Todos os estudos apontam que só haverá um maior desenvolvimento econômico da América Latina, quando houver maior união de acordos internacionais no bloco, maior investimento em ciência e tecnologia, maior investimento em ensino básico, assim o empreendedor poderá concorrer em um mundo globalizado, pois, segundo dados da GEM (2015) os empreendedores latino americanos não conseguem competição global, por falta de logística adequada, falta de gestão econômica e falta de políticas para inserção do empreendedor no mercado, tal fato acontece o mesmo erro em quase todos os países, sem previsão de melhoria ou criação de políticas para que isso de contorne.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender muitas vezes se escreve, se apresenta cases de sucesso, mostra qual a melhor forma de nortear o empreendedor para alcançar seu sucesso, denotar riscos, apresentar e analisar estratégias, propor melhorias e mesmo desenhar objetivos, porém, o principal como apresentado por vários autores, muitos empreendedores mudam cenários, realidades ou mesmo situações econômicas nacionais ou regionais.

Conhecer as peculiaridades dos empreendedores em suas respectivas regiões é necessário para poder estabelecer quais vantagens e desvantagens temos em cada realidade distinta, o comparativo com o Brasil torna-se necessário, pois assim como começa este artigo, mostrando que o Brasil ainda está construindo sua história, e que os anos de colônia prejudicaram principalmente o mercado competitivo, e as políticas nacionais fechadas e sistemáticas fizeram com que o país

estivesse na contra mão do mundo por séculos.

Pode-se apresentar que a Educação e o investimento maciço em tecnologias são definitivamente a peça chave para o desenvolvimento de estratégias para fomentar o empreendedor e trazer uma compreensão necessária ao seu desenvolvimento, há ainda uma lacuna muito grande no Brasil entre empreendedorismo e o próprio “Custo Brasil” transformando muitas vezes o empreendedor brasileiro não competitivo, se comparado aos empreendedores mundiais que conseguem encaixar-se em um mundo globalizado, trabalhando e gerindo negócios com apoio e desenvolvimento estatal.

Economicamente, o empreendedor muitas vezes é a base da economia e em países latinos a vontade de desenvolver-se oportuniza a criação de nichos de desenvolvimento empreendedor, há muito ainda a ser explorado no continente, pois, muitas tecnologias, ou mesmo ferramentas necessárias para o desenvolvimento vem de países cujo o desenvolvimento já é algo em estagnação.

Contudo, empreender é um desafio necessário para economia e para o próprio empreendedor, onde muitos países já acreditam nesse potencial, como apresentado, os países europeus criaram uma série de medias para poder conceder isenções necessárias para aumentar a margem de lucro dos empreendedores, com maior margem para que haja um reinvestimento no negócio e o crescimento deste, utilizando a União Europeia como ferramenta para implantação disto em todo bloco e posterior crescimento do continente num todo. Países como o Brasil também enxergam o empreendedor como peça chave para que haja a continuidade de uma economia forte, bem como um investimento em grande escala em desenvolvimento tecnológico, tal qual o Brasil anda a passos curtos. Mesmo nesta visão, há um investimento em políticas para esse plano como simples nacional ou mesmo o fortalecimento de instituições que apoiem e auxiliem o empreendedor, como o próprio SEBRAE.

O perfil do empreendedor é tão crescente quanto o mesmo, cada vez mais o ensino empreendedor se difunde nos centros educacionais, cada vez mais a comunicação faz com que haja um fomento a aguçar novos empreendedores ou mesmo como perfil do Brasil o empreendedor se faz por necessidades, muitos autores definem a crise como a mãe de muitos empreendedores. Dados da GEM, que traz uma equiparação sobre a realidade mundial e o quanto afirma que o Brasil é o celeiro do novo empreendedor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUINI, Eliane da Costa. "**Educação no Brasil**"; *Brasil Escola*. Disponível em <http://brasilecola.uol.com.br/educacao/educacao-no-brasil.htm>. Acesso em 13 de setembro de 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

COSTA, C. da. **O empreendedor no Brasil**. Administradores, [s.l.], 23 mar. 2009. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/> Acesso em: 01 novembro de 2017.

DOLABELLA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: Transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor** (entrepreneurship). São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – **Empreendedorismo** – 2016. Relatório Nacional: Curitiba, IBQP, 2016.

MAXIMIANO, A. C. A. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

PAIVA JR., F. G.; CORDEIRO, A. T. **Empreendedorismo e o espírito empreendedor**: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: ENANPAD, 26., 2002, Salvador. Anais... Salvador: ANPAD, 2002. p. 480.

PORTER., M. E. **A vantagem competitiva das nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

TIMMONS, Jeffrey A. **New venture creation**: a guide to entrepreneurship. Illinois: Irwin, 1985.

Intenção empreendedora

Maiara de Lima Machado Westrup
Prof. Esp. Alessandro Ramos Costa

RESUMO

O estudo do comportamento empreendedor utiliza em sua base o conceito de intenção empreendedora, que pode ser entendido como a projeção pessoal de ações e metas futuras a ser implementadas para desenvolver o próprio negócio. A decisão de construir uma carreira empreendedora está intimamente conectada aos fatores contextuais, motivacionais e atitudes do indivíduo. Para termos ideias precisamos de inspirações, onde a motivação interna do empreendedor contagia todos aqueles que o rodeiam e acreditam em seu negócio, potencializando a criatividade. Para desenvolver uma ideia em forma de negócio exige-se grande quantidade de energia, onde a personificação em forma de empresa formal exigirá o desenvolvimento de planejamentos de ações com alocação de recursos. Com a planificação, diminuímos a possibilidade de ações empreendedores sem sucesso, já que a intenção empreendedora está situada na fase inicial da geração de um negócio. Dentro dos componentes que a formam, percebe-se que sua importância varia de acordo com os comportamentos individuais e das situações que exercem influência direta sobre o empreendedor, estando intimamente ligada aos traços da personalidade onde os modelos de intenção empreendedora aplicam-se como fontes das ideias do empreendedor. A personificação deve ser desenvolvida a partir de um plano de implantação, sempre com uma visão de integração dos projetos do empreendedor aplicados ao contexto no qual a ideia será inserida. Para transformar a ideia em negócio, deve-se focar na intenção empreendedora, que é a raiz que antecede o comportamento, dando base a esse, trazendo força e motivação ao empreendedor. Quanto mais forte for a intenção de desenvolver um comportamento, maior será a probabilidade da sua realização. Explorou-se o desenvolvimento da intenção empreendedora junto ao meio universitário, evidenciando sua influência no empreendedorismo. Isso ocorre tanto pelo incentivo dos professores através de estudos práticos e focados no desenvolvimento de ações simuladas encontradas no meio empresarial, como no fomento das entidades de ensino que inserem em seus modelos pedagógicos disciplinas e métodos apoiadores a cultura empreendedora. Essas atitudes criam um senso de percepção ao aluno, proporcionando o surgimento da intenção de empreender.

PALAVRAS-CHAVE: Intenção empreendedora. Ideia. Planificação. Negócio.

1. INTENÇÃO EMPREENDEDORA

A vontade de produzir livremente, desenvolver e implantar ideias próprias, criar condições e desenvolver resultados, são características presentes no contexto relacionado ao modo comportamental de agir de empreendedores em todo o mundo.

Quando se pensa em empreender, surgem uma série de perguntas como: O que fazer? O que empreender? O que montar? Vai dar certo?

Ao iniciar o desejo de desenvolver algo, criar o seu próprio empreendimento ou participar de outro, o indivíduo entra em contato com a intenção de empreender, que é o alicerce da construção de negócios ou empresas.

Dentre as diversas teorias que buscam explicar as maneiras de ser e agir de empreendedores, buscamos as relações estabelecidas em estudos realizados no ano de 2009 por FINI et al., definem que a intenção empreendedora ganha destaque devido à aproximação das projeções de realização profissional e pessoal. Para embasar nossa narrativa, vamos utilizar como definição de intenção empreendedora enfatizada por esses autores, como a projeção pessoal de ações e metas futuras a ser implementadas para se desenvolver o próprio negócio.

Tubbs e Ekerberg (1991 apud ARAÚJO, 2014) atestam qual a intenção vem atrelada a um objetivo: onde o indivíduo quer chegar com seu negócio. E Ajzen (1991 apud LOIOLAI, 2016) enfatiza sua aplicação para influenciar o comportamento: o quanto as pessoas vão desenvolver o seu negócio. Krueger (2000 apud OLIVEIRA et al. 2016) observa que também atrela a intenção ao comportamento, focando no pensamento do indivíduo.

Para simplificar as explicações sobre a intenção empreendedora, conforme Ajzen (1991 apud Loiolai, 2016), podemos dividi-la, em dois grandes campos de abordagem: a teoria do comportamento planejado, e a teoria das oportunidades de Shapero (1984 apud LOIOLAI, 2016). Em uma revisão realizada por Liñán e Fayolle (2015), procuraram estabelecer motivações diferenciadas do indivíduo quanto a atitude de empreender. Essas abordagens trazem uma perspectiva em comum: a decisão de se construir uma carreira empreendedora está intimamente conectada aos fatores contextuais, motivacionais e atitudes do indivíduo.

2. COMPORTAMENTO E PLANIFICAÇÃO

O senso comum nos traz a visão de que um indivíduo que empreende está sempre conectado a um mundo de informações e inovações, norteado por sua visão de oportunidade, assumindo riscos, movido por seu sonho e um ideal de realizar algo.

Diante de toda essa carga emocional, o empreendedor pode cometer

erros vitais que podem dificultar ou inviabilizar sua ideia, principalmente no momento de personificar fisicamente sua intenção em forma de empresa. Em 1988 Katz e Gartner (apud OLIVEIRA et al. 2016) identificaram que a criação de uma empresa é um processo que requer tempo, planificação e elaboração cognitiva, sendo que é possível considerar que o comportamento empreendedor pode ser um comportamento planejado.

Seguindo essa tônica Moriano (et al., 2012) seguidos por LINÑÁN (et al., 2013) definiram que precisamos aprender a planificar nossas ações para nos transformarmos em empreendedores de sucesso, devemos considerar que a intenção empreendedora está situada na fase inicial da geração de um negócio, indo da concepção de uma ideia até o seu pré-lançamento.

Intenção não é realização. Com esse alinhamento de pensamento, devemos nos ater as etapas de preparação. Essas etapas são as iniciais, onde o indivíduo motivado concebe sua ideia e começa sua jornada em busca da carreira empreendedora. Isso tudo está envolvido dentro de um plano emocional, que será externalizado em forma de comportamentos, que deverão ser os motivadores para a aplicação de uma forma de pensar com base em desenvolvimento e planejamento. Conforme Krueger (2000 apud OLIVEIRA et al. 2016) a intenção é o melhor predito de qualquer tipo de comportamento planejado, especialmente quando esse comportamento é pouco habitual, difícil de observar e/ou implica atrasos imprevisíveis.

Essa intenção muitas vezes está baseada na personalidade de cada um, na sua cultura, na sua crença, valores, percepções, no meio em que vive. Dessa forma, cada pessoa cria seu modo de viabilizar seu empreendimento. Refletindo sob as percepções Linñán (2004 apud ARAÚJO, 2014) identifica-se que muitos abrem um novo negócio e outros mantêm e inovam os que já existem. Quanto mais se entende de empreendedorismo, mais o indivíduo tem consciência da sua profissão.

Para quem quer empreender o sonho, a conquista e auto realização são de suma importância. O desejo de fazer acontecer e verificar que vai dar certo, traz prazer e mais desejo ao indivíduo para continuar com seu negócio. Conforme Razak (et al., 2011) toda ideia empreendedora tem como ponto de partida a intenção empreendedora, somada a inspiração por algo que pode colaborar com a sociedade e com a economia do país. Trazendo uma motivação interna ao empreendedor criador da ideia, contagiando todos aqueles que o rodeia e acreditam em seu negócio. A intenção empreendedora é a necessidade de realização.

Desenvolver uma ideia em forma de negócio exige de seu idealizador grande quantidade de energia, porém a personificação do negócio em forma de empresa formal, exigirá o desenvolvimento de planejamentos de ações com alocação de recursos. Nessa direção, a intenção empreendedora tem como aliada os métodos de planejamento

orientados ao desenvolvimento de novos negócios, que nem sempre são inovadores em sua essência, mas sim diferenciados em seu contexto de aplicação.

Conforme Bird em 1998 e reafirmado por Shane e Venkataraman em 2000 (apud ARAÚJO, 2014), basicamente há duas formas de se empreender: na criação de um novo negócio; no agregar valor a um negócio existente. Alguns jovens buscam inovar, acreditam que trazer algo novo e diferente é garantia de sucesso, outros mais conservadores acreditam que podem continuar um negócio da família e obter sucesso, dando um valor diferente, colocando uma nova roupagem. O mais importante é ter por trás a intenção para que seus objetivos se concretizem.

Tentando exemplificar uma forma de permitir a visualização dessa intenção, desenvolve-se o seguinte exemplo: um empreendedor não precisa inventar um novo tipo de cachorro quente, mas pode desenvolver uma nova forma de servi-lo a seu cliente, ou de alterar alguns de seus ingredientes. Pode servir esse cachorro quente em um pão rosa feito à base de beterraba, em uma embalagem que evite a perda dos ingredientes, por um atendente personalizado.

Dentro de tudo que existe para apoiar o empreendedor à colocando sua ideia em prática, abordamos a Teoria da Ação Planificada (TAP), conforme a luz de Ajzen (2011), essa objetiva prever diferentes tipos de intenções comportamentais, constituindo o modelo mais utilizado no estudo da intenção empreendedora. Corroborando com essa teoria Autio (2001 apud OLIVEIRA et al. 2016) e posteriormente atualizada por Fayolle e Liñán no ano 2014, definiram como ponto de partida a interpretação e conciliação de três fatores que influenciam diretamente na forma como a intenção empreendedora atua sobre um indivíduo, são eles: atitude face ao comportamento, a norma subjetiva e o controle comportamental percebido.

Diante desses fatores, a abordagem principal se dá sobre a atitude face ao comportamento como determinante ao sucesso da intenção empreendedora, devido a suas características e peculiaridades.

Quando falamos de atitude, estamos nos referindo a um posicionamento e uma forma de agir em função de comportamento embasado em uma crença ou ideia. Nos dicionários da língua portuguesa encontramos a definição de atitude como a forma de agir/o procedimento ou ainda a maneira de significar um propósito. Ao nos depararmos com obstáculos que podem ferir nossas crenças, tendemos a nos desviar deles ao invés de enfrentá-los. Essa atitude pode levar o empreendedor a perda da noção de aplicação real de sua idealização, aumentando a propensão de fracasso.

Por outro lado, quando existe o enfrentamento: a atitude de ver as situações, analisar os fatores e tomar decisões, estaremos mais preparados para lidar com o que vier e isso terá grande influência sobre

a probabilidade de sucesso de um futuro negócio. Moriano (et al., 2012) nos traz que após as reflexões sobre os pontos conflitantes e as dificuldades que serão enfrentadas, o empreendedor manifestar motivação para continuar, temos a referência real de uma atitude favorável que estará associada a uma maior intenção de agir, fator base para iniciar qualquer ação.

O comportamento sofre influência direta pelo meio ao qual o indivíduo está inserido, seu conjunto de valores, sua moral, suas crenças, sua forma de perceber e agir sobre o mundo. Conforme Doron (2001), o termo comportamento tem sua origem em 1908 com Henri Piéron na França e em 1913 com John B. Watson nos Estados Unidos onde foi definido como o conjunto de procedimentos ou reações do indivíduo ao ambiente que o cerca em determinadas circunstâncias, o meio. Pode designar um grupo de atividades ou limitar-se a uma só, o comportamento singular.

Somos rodeados de múltiplas formas de interação, todas agindo sobre nossas percepções e nos influenciando, mesmo que, por vezes inconscientemente.

Uma frase famosa que pode nos ajudar a trazer essa visão sobre como nosso comportamento é afetado, vem do famoso Psicanalista Sigmund Freud: “O ser humano é fruto de meio.” Então nossas ideias sofrem grande influência desse meio. Porém, somos dotados de senso crítico e capacidade avaliativa. O que nos permite definir como vamos agir ou reagir em função das influências, cabendo a cada indivíduo sua decisão. A forma como optamos por nossas escolhas resultará no tamanho da nossa motivação.

Quando avaliamos nosso conjunto de crenças estamos avaliando a composição de nossas atitudes. Em 1987 Ajzen (apud ARAÚJO, 2014) define que na maioria das vezes essa avaliação é emocional e de cunho afetivo o que impulsiona a intenção e a forma de comportamento, salienta-se que podem existir diversas crenças, mas essas por si só não levam à ação. Anteriormente, em 1963 Fishbein (apud LOIOLAI, 2016) descobriram que quando o empreendedor constrói um modelo mental positivo estimula sua capacidade criativa motivando para enfrentar os desafios, aumentando a chance de sucesso do seu futuro empreendimento.

Com o propósito de estabelecer uma relação entre esse fator e uma de suas muitas formas de personificação, segue uma pequena complementação atrelando a aplicação da intenção empreendedora ao meio universitário e aos empreendimentos familiares.

3. A INTENSÃO⁷⁵ EMPREENDEDORA NO CONTEXTO UNIVERSITÁRIO E DA EMPRESA FAMILIAR

As tônicas narrativas, míticas e achismos sobre o

empreendedorismo tomam conta do imaginário criativo das pessoas. Rocha (et al., 2012) estabelecem que nos âmbitos de desenvolvimento intelectual (escolas e universidades) esses ânimos tomam proporções ainda maiores, devido ao incentivo que os estudantes recebem para colocar suas ideias criativas em prática. Esse fomento ocorre através de aulas experimentadas, onde os alunos participam de atividades controladas trazendo a realidade simulada para sala de aula, evoluindo para empresas juniores e incubadoras de negócios. Porém, salienta-se a forma ainda não estruturada de colocar o “eu empreendedor” em ação. Grande tem sido a vontade de empreender, grande é o número de casos de sucesso e fracasso.

Muitos desses aspectos estão ligados a juventude dos estudos investigativos sobre empreendedorismo, datando de meados da década de 1970, como primeira tentativa de entender seu funcionamento o trabalho de David C. McClelland (1965 apud OLIVEIRA et al. 2016), onde analisou-se como a motivação para o sucesso presente em estudantes universitários se relaciona, 14 anos depois, com as suas ocupações. Verificou-se que os diplomados com alta motivação para o sucesso tinham desenvolvido sua carreira profissional como empreendedores.

Com base nessa iniciativa, começou-se o desenvolvimento contínuo de milhares de estudos sobre essa temática. Porém, conforme Brockhaus (1980 apud OLIVEIRA et al., 2016) essas investidas trouxeram à tona um fator que se demonstrou presente e intimamente ligado ao sucesso ou insucesso de uma iniciativa empreendedora: as características psicológicas que distinguem as pessoas empreendedoras das não empreendedoras.

Em estudos realizados por Robinson et al. (1991 apud LOIOLAI, 2016)) e reforçadas posteriormente por Shane e Venkataraman (2000 apud OLIVEIRA et al. 2016) constatou-se que os indivíduos apresentam características distintas na abordagem sobre empreendedorismo, levando a uma segmentação em dois níveis: empreendedores e não empreendedores. Já considerando a limitação quanto a sua capacidade preditora Krueger et al. (2000 apud OLIVEIRA et al. 2016) trazem nesse contexto, o nascimento e a visualização da necessidade de aprofundamento em pesquisas sobre a intenção empreendedora, sob a ótica da análise da decisão voluntária e consciente de empreender.

O empreendedor universitário, tem demonstrado destaque no cenário empreendedorista mundial. O espaço e o mundo acadêmico proporcionam uma inspiração e motivação inicial, atreladas a uma vivência significativa para o indivíduo, o instigando a participar de aulas extracurriculares e pesquisas, buscando conhecer mais sobre assuntos pertinentes a suas ideias empreendedoras.

Rocha (et al., 2012) citam que o meio acadêmico favorece o aluno

através de vivências experimentativas proporcionadas pelos professores. Essa ação propicia uma troca de experiências, fazendo com que acreditem que suas ideias podem dar certo, tornando-as negócios reais que irão resultar em autonomia e sustentabilidade financeira.

Muitos estudantes não pensam em ser empreendedores até entrarem em contato com o estudo de casos reais. Conforme Rocha (et al., 2012) ao experimentar estudos dirigidos descobrem sua vocação, onde o preparo acadêmico e orientativo dos professores exponencia a possibilidade de estarem a frente de seu próprio negócio. Ferreira (et al., 2012) afirmam que quando os alunos são motivados pelos professores, existe uma propensão maior para empreenderem. Isso deve-se a questões comportamentais e psicológica na tomada da decisão individual, sobre a possibilidade real de colocar uma ideia em prática, ancorada pelo apoio de mentores mais experientes, os professores.

Desenvolver um empreendimento (negócio ou empresa) toma tempo e recursos de seu idealizador. O empreendedor possui uma natureza criativa, nem sempre se ocupa das atividades de previsão de necessidades, direcionamento de ações e planejamento para execução. Na mente do empreendedor, a atitude vem antes do planejamento.

A intenção empreendedora é apontada como forma relevante para o empreendedorismo. E conforme Thompson (2009) antes de partir para o plano de negócio e plano de ação, o empreendedor precisa avaliar previamente suas percepções e sentimentos sobre as possibilidades de aplicação real de suas ideias, tendo uma visão motivacional para projetar onde se quer chegar, a qual é a base da intenção de empreender.

Rocha (et al., 2012) afirmam que o meio acadêmico favorece o aluno através de vivência, proporcionando uma troca mútua de experiência fazendo eles acreditarem que suas ideias podem dar certo e podem tornar-se em um negócio rentável, que vai lhe trazer autonomia e sustentabilidade financeira. Muitos deles até não pensavam em tornarem-se empreendedores, mas ao vivenciar casos práticos, experimentos no âmbito escolar e se destacar, descobrindo sua vocação, sendo profissionais preparados para estar na frente de seus próprios negócios. Fazendo estudos em escolas, constataram a realidade dos alunos, onde muitos se destacaram tendo uma carreira futura com seu próprio negócio. Verificando que os alunos quando motivados pelos seus professores tem uma propensão para criarem seu próprio negócio. Acreditando que sempre haverá questões comportamentais e psicológicas na tomada de decisão por cada pessoa.

O âmbito universitário motiva os jovens a quererem buscar sua autorrealização, a qual ⁷⁷ pode estar intrínseca, escondida dentro de si, vindo a se manifestar mais a frente, despertando a intenção empreendedora.

Na tomada de decisão sobre ser ou não um empreendedor, leva-se

em consideração diversos fatores como relações culturais, reflexões do meio em que se vive, exemplos de pessoas que admira e até questões familiares. Em estudos recentes realizados por Pinho e Gaspar (2012) demonstra-se que os dois principais fatores de motivação para jovens universitários ingressarem no ramo empreendedor estão relacionados com: necessidades econômicas e realização pessoal.

Outra análise relevante da intenção empreendedora em relação ao mundo universitário está ligada ao autoempregar. Segundo Sivarajah e Achchuthan (2013), cada vez mais, os jovens estão menos tolerantes para aceitar qualquer situação desagradável no âmbito empresarial e muitas vezes não querem assumir compromissos em empresas da sua própria família. O desejo do jovem de hoje é de se autoempregar, eles preferem correr riscos do que viver a mercê de empresários, sem saber onde poderão chegar.

Corrêa (et. al., 2010 apud LOIOLAI, 2016) nos trazem que a grande maioria tem desejo de empreender mas não vocação, o que os levam a pensar em assumir o negócio de seus pais. A possibilidade de ser demitido, de ter que se sujeitar a um chefe, de não ter domínio sobre suas carreiras e o quanto poderão ganhar, são insatisfações presentes nesse público. Esses jovens, que não desejam se aventurar no mercado de trabalho, enxergam no empreendimento familiar a imagem do negócio do pai. Se espelhando na decisão familiar de empreender, dão continuidade a empresa da família tornando-se também empreendedores. Geldhof (et al., 2014) enfatizam que o empreendedorismo tem um maior peso contextual do que motivacional, o que pode levar a ação para ampliar o negócio da família. Outra forma de ver essa relação, conforme Schoon e Duckworth (2012), está ligada a aproximação de interesses pessoais em empreender por ter pais empreendedores

Em estudos realizado por Rocha (et al., 2012) percebe-se que no contexto universitário, a intenção empreendedora pode ser despertada por alguma das disciplinas assistidas, aulas práticas, troca de experiência entre colegas, trabalhos apresentados, visitas técnicas e as palestras com empreendedores de sucesso contando sua trajetória. Essas influências podem levar à busca pela sua autorrealização profissional e despertar a vontade de ter seu próprio negócio, de empreender.

Devido as necessidades presentes no mercado de trabalho, no que refere-se empregabilidade, fazem com que jovens já venham para o meio acadêmico buscando entender e aprimorar seu plano de negócio, colocando em prática suas ideais e estabelecendo sua forma de empreender. Independente do risco admitido ao tomar a decisão de empreender, Rocha e Freitas (2014) afirmam que esses jovens não se sentem bloqueados, eles focam na autonomia e na liberdade de aplicar suas ideias em seu próprio contexto pessoal, ingressando ao meio

empresarial através da ação empreendedora. O ambiente universitário provê condições favoráveis para o desenvolvimento do empreendedorismo, conforme enfatiza Kacperczyk (2013), permitindo a participação no âmbito universitário em eventos voltados ao despertar empreendedor, promovido pelas Instituição de Ensino, estimulando seu desejo de vencer e empreender.

Quando falamos de intenções comportamentais do empreendedorismo podemos nos referir a reflexão por dois modelos: o modelo de Krueger trazido por Schlaegel e Koenig (2014), que se baseia na crença do empreendedorismo e se sustenta pelo desejo de se autoempregar, onde a viabilidade acontece conforme aumenta a propensão de agir em prol de seus objetivos; o modelo da ação planejada, pensada e refletida.

Ajzen (2011) traz uma interpretação que a intenção das duas teorias é compreender os antecedentes individuais de cada um e os contextualizar, refletindo sobre a intensão comportamental individual, atrelada a forma de pensar e estabelecer metas e planos.

Tudo começa no desejo por ser empreendedor, depois vem a questão reflexiva e planejada da viabilidade desse empreendimento. Somando esses dois aspectos fica mais clara a intenção futura na qual será aplicado o esforço e motivação para transformar-se em um negócio ou empresa. Pennings e Wansink (2004 apud LOIOLAI, 2016) afirmam que sabendo e preparando-se com antecedência, para lidar com os riscos que poderão ocorrer em seu percurso, o empreendedor poderá identificar quais terão maior impacto sobre o negócio. Frese e Gielnki (2014) salientam que mensurar esses riscos é um ato fundamental e papel do empreendedor.

Embasado em todos esses aspectos podemos concluir que a intensão empreendedora pode ser despertada tanto pela inserção no ambiente universitário como ao empreendedorismo familiar. Independente de qual seja a influência, o empreendedor terá uma longa e conturbada trajetória. Porém não deve perder sua motivação, focando na autorrealização, buscando construir um modelo pessoal com base em suas crenças, aplicando sua inteligência para ganhar vantagem competitiva, administrando os riscos e focando em suas metas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme as constatações trazidas por Loiolai (2016), com base em afirmações de Ajzen (1991) e Krueger (et al., 2000), avaliando todos os componentes da intenção empreendedora percebemos que suas importâncias podem variar em função dos comportamentos individuais e das situações as quais o empreendedor está inserido e exercem influência direta sobre a forma de perceber, pensar e agir. Podemos citar

como exemplos dessas influências a família, o gênero, a faixa etária, o grupo social, o acesso à tecnologia e recursos financeiros, o nível de instrução. Esses exemplos destacam-se dentro tudo o que cerca e influencia o comportamento do indivíduo.

Robinson (et al., 1991) e Shane e Venkataraman (2000), referenciados por Loiolai (2016), lembram que sabendo-se que para conseguirmos formar uma ideia empreendedora necessitamos alocar e combinar os fatores pessoais junto as influências dos fatores sociais, concluindo que a intenção empreendedora está intimamente ligada aos traços da personalidade onde os modelos de intenção empreendedora aplicam-se como fontes sólidas e generalistas das ideias do empreendedor, constituindo uma teoria forte, robusta e enraizada. Krueger (et al., 2000 apud OLIVEIRA et al. 2016) afirma que a intenção empreendedora criada a partir de suas idealizações, possibilita a análise da intenção e o desenvolvimento de um plano de implantação, sempre com uma visão de integração dos projetos do empreendedor aplicados ao contexto no qual a ideia será inserida. Gerando a forma de um sonho em personificação de negócio ou empresa.

Destarte, Moriano (et al., 2008 apud OLIVEIRA et al. 2016)) identificam que a intenção empreendedora é a forma de dar cognição orientada a guiar a ação do empreendedor na criação e desenvolvimento de uma empresa. Corroborando Ajzen (1987 apud LOIOLAI, 2016)) define que ela é a raiz que antecede o comportamento, dando base a esse, trazendo força ao empreendedor. Quanto mais forte for a intenção de desenvolver um comportamento, maior será a probabilidade da sua realização

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AJZEN, I. Behavioral interventions: design and evaluation guided by the theory of planned behavior. In M. M Mark, S. I. Donaldson & B. Campbell (Eds.), *Social psychology and evaluation* (p. 72-100) New York: Guilford Press, 2011.
- ARAÚJO, Luíza Maria Borges. Intenção empreendedora dos alunos de graduação em administração da Unb: como a trajetória no curso os afeta? 2014. Disponível em: http://bdm.unb.br/bitstream/10483/10676/1/2014_LuizaMariaBorgesAraujo.pdf
- DORON, Roland e PAROT, Françoise (org.). *Comportamento*. In *Dicionário de Psicologia*. São Paulo: Ática. p. 157-158, 2001. ISBN 85-08-06970-7.
- FERREIRA, J. J. et al. A model of entrepreneurial intention: an application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, v. 19, n. 3, p. 424-440, 2012.
- FRESE, M., & Gielnik, M.M. The psychology of entrepreneurship. *Annual Review Organizational Psychology Organizational Behavior*, 1,413-1.438, 2014. doi: 10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326.
- GELDHOF, G. J. Understanding entrepreneurial intent in late adolescence: the role of intentional self-regulation and innovation. *Journal of Youth Adolescence*, 43(1),8191, 2014. doi: 10.1007/s10964-013-9930-8.
- KACPERCZYK, A. J. Social influence and entrepreneurship: the effect of university peers on entrepreneurial entry. *Organization Science*, 24 (3), 664-683, 2013. doi: 10.1287/orsc.1120.0773.
- LIÑÁN, F.; NABI, G.; KRUEGER, N. British and spanish entrepreneurial intentions: a comparative study. *Revista de Economía Mundial*, 33, 73-103, 2013.
- LIÑÁN, F.; Fayolle, A. A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4),907-933, 2015. Doi 10.1007/s11365-015-0356-5.
- LOILAI, Elisabeth. et al. Ação planejada e intenção empreendedora entre universitários: analisando preditores e mediadores, 2016. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572016000100003.
- MORIANO, J. A. et al. A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention.⁸¹ *Journal of Career Development*, 39(2), p. 162-185, 2012. Doi: 10.1177/0894845310384481.
- OLIVEIRA, Belkis Maria da Fonseca. et al. Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala

(Q I E) , 2 0 1 6 . D i s p o n í v e l e m : <http://www.redalyc.org/html/3350/335047428008/>

PINHO, Fé de, L. M., Gaspar, F. A. C. Intenção empreendedora dos estudantes de ensino superior politécnico de Portugal (Relatório de pesquisa), 2012. Disponível em : <http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/10400.15/586/1/jornadas%20LE%20UTAD.pdf>

RAZAK, Abd; HASHIM, Fuzirh; NORIZAN, Zaini Amir. Empoderando mulheres empresárias rurais com habilidades em TIC: um estudo de impacto, 2011. Disponível em : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042811008482>.

ROCHA, E. L. C.; Freitas, A. A. F. Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. Revista de Administração Contemporânea, 18(4), p. 465-486, 2014. Doi:10.1590/1982-7849rac20141512.

ROCHA, A.; SILVA, M. J.; SIMÕES, J. Intenções empreendedoras dos estudantes do ensino secundário: o caso do programa de empreendedorismo na escola. Economia Global e Gestão, Lisboa, v. 17, n. Especial, 2014. Disponível em : <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S087374442012000400005&lng=pt&nrm=iso>

SCHLAEGEL, C.; KOENIG, M. Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(2), p. 291-332, 2014. Doi: 10.1111/etap.12087

SCHOON, I.; DUCKWORTH, K. Who becomes an entrepreneur? Early life experiences as predictors of entrepreneurship. Developmental Psychology. 48(6), p. 1719-1726, 2012. Doi: 10.1037/a0029168

SIVARAJAH, K.; ACHCHUTHAN, S. Entrepreneurial intention among undergraduates: review of literature. European Journal of Business and Management, 5(5), p. 172-186, 2013.

THOMPSON, Leigh L. O negociador. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, p. 359, 2009.

Empreendedorismo cinza: o estado da arte

Prof. Dr. Diego Passoni

RESUMO

Com o envelhecimento da população brasileira e mundial e a comprovação do impacto do empreendedorismo no crescimento e desenvolvimento econômico investigações dentro da temática de empreendedorismo cinza vem ganhando relevância atualmente. Desta forma a presente pesquisa realizou ampla revisão da literatura sobre empreendedorismo cinza, com objetivo de apresentar os principais aspectos de outros estudos realizados sobre o tema nos últimos anos e estabelecer o ponto da situação do empreendedorismo cinza no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo Cinza; Empreendedorismo na Terceira Idade; Empreendedores Sênior, Brasil.

INTRODUÇÃO

O Brasil vivencia um período de rápido envelhecimento de sua população (NASRI,2008; JUNQUEIRA DIAS et al.,2017), onde segundo o Censo (2010) mais de 33% de seus habitantes já ultrapassou a marca dos 40 anos. Este processo de envelhecimento da população e da força de trabalho como um todo, que vem ocorrendo no Brasil e na maior parte dos países desenvolvidos do mundo, é derivado do aumento da expectativa de vida e da diminuição dos percentuais de natalidade derivados principalmente de mudanças culturais, sociais e de avanços econômicos. (UN, 2013).

ACS et al. (2012) explicam a importância do empreendedorismo como propulsor de inovação, geração de novas oportunidades, criação de novos empregos, crescimento e desenvolvimento econômico em nível local, regional e nacional. Com o empreendedorismo sendo um aspecto importante e que fomenta o crescimento econômico nas mais diversas regiões e países do planeta, é justificável o interesse que pesquisadores buscam há mais de meio século identificar quais são as características pessoais e aptidões que fazem com que o indivíduo tenha sucesso profissional (THORNDIKE e HAGEN, 1959; HOLLAND e RICHARDS,1965; ELTON e SHEVEL,1969).

Com o envelhecimento da população em nível mundial (UN, 2013) e com a importância do empreendedorismo para o crescimento e desenvolvimento econômico (ACS et al.,2012; MINITI, 2008;

NAUDÉ, 2013; FERREIRA et al., 2017) o interesse dos pesquisadores pelo empreendedorismo cinza se mostrou um caminho natural no aprofundamento da investigação dentro da temática de empreendedorismo nos últimos anos (ARKEBAUER, 1995; BLACKBURN et al., 2000; GOLDBERG, 2000; SEYMOUR, 2002; SINGH e DE NOBLE, 2003; WEBER e SCHAPER, 2004; WALKER e WEBSTER, 2007; KAUTONEN et al., 2008; BOTHAM e GRAVES, 2009; LÉVESQUE e MINNITI, 2011; LAFUENTE e VAILLANT, 2013; AHMAD et al., 2014; WACH, 2014; ČERVENÝ et al., 2016; KAUTONEN et al., 2017; LIN e WANG, 2018).

Desta forma o presente trabalho visa estabelecer e apresentar o estado das pesquisas realizadas sobre empreendedorismo cinza através de uma ampla revisão da literatura desenvolvida ao longo dos anos sobre o tema. Pretende também analisar os dados do ponto da situação do empreendedorismo cinza atualmente no Brasil.

REVISÃO LITERATURA

Diversos estudos atestaram que o empreendedorismo é uma importante ferramenta para o estímulo do crescimento econômico ao estimular a inovação, gerar novas oportunidades de negócios, emprego em nível local, regional ou nacional (FRITSCH e MUELLER, 2004; VAN STEL e STOREY, 2004; MINITI, 2008; MARLOW et al., 2008). Naudé (2013) explica que o aumento de estudos, pesquisas e programas específicos relacionados ao empreendedorismo existe em função da importância que o ato empreendedor tem no fomento e fortalecimento econômico nas mais diversas regiões do mundo.

Em países em desenvolvimento o empreendedorismo é ainda mais relevante como propulsor na geração de riquezas, oportunidades de novos negócios, desenvolvimento e expansão dos negócios atuais, criação de novos empregos e por estas razões vem sendo estimulado e incentivado nos mais diversos níveis através de políticas públicas de desenvolvimento econômicos regionais (PREMAND et al., 2016)

Com a queda da fecundidade, do número de filhos por mulher e o aumento da expectativa de vida, o envelhecimento populacional no Brasil, que possuía 3,5% da sua população com mais de 65 anos em 1970, passou para 5,5% no ano do 2000 e tem uma perspectiva deste grupo atingir 19% da população em 2050 (NASRI, 2008), e no mundo como um todo, onde a média da população no ano 2000 era de 26,6 anos, com expectativa de subir para 37,3 anos em 2050 e crescer ainda mais para 45,6 anos em 2100 (LUTZ et al., 2008), é algo incontestável. Com o envelhecimento da população mundial e com as mais diversas comprovações científicas na mais variada gama de pesquisas realizadas

nas últimas duas décadas atestam que o empreendedorismo impacta de forma positiva no crescimento econômico (WENNEKERS e THURIK, 1999; Baumol, 2002; Caree e Thurik, 2003; Acs, 2006; Carree *et al.*, 2007; NAUDE *et al.*, 2008; VAN STEL *et al.*, 2009; BRAUNERHJELM *et al.*, 2010; SAMILA e SORENSON, 2011; GALINDO e MÉNDEZ, 2014; NAUDÉ, 2014; APARÍCIO *et al.*, 2016; FERREIRA *et al.*, 2017), a intersecção desses dois assuntos está ocasionando uma maior atenção de pesquisadores a temática do empreendedorismo na terceira idade e sua grande relevância para o mundo nas próximas décadas.

Seymour (2002) explica que exista uma ampla variedade de nomes utilizados na literatura para referir-se a este grupo de empreendedores: “senior entrepreneurs”, “third age entrepreneurs”, “older entrepreneurs”, “elder entrepreneurs” e “second-carrer entrepreneurs”. Apesar da utilização de diversos conceitos para nomear este grupo, não existe uma clara definição sobre a partir de qual idade é possível afirmar que um indivíduo adentrou o time dos empreendedores mais velhos. Arkebauer (1995) classifica como empreendedor senior aquele indivíduo que é proprietário de um negócio, independente do tamanho, com mais de 50 anos. Blackburn *et al.* (2000) se aprofundaram um pouco e estabeleceram os empreendedores da terceira idade como aqueles indivíduos entre 50 e 75 anos que são donos e gerem uma micro, pequena ou média empresa. Em função de questões específicas da organização de locais da Malásia, a pesquisa de Ahmad *et al.* (2014) sugere que esse grupo inicia nas pessoas com 40 anos ou mais, já Goldberg (2000) estabelece que os empreendedores de terceira idade são aqueles com 60 anos ou mais. Lévesque e Minniti (2011) explicam que normalmente a idade é incluída nos estados para ser uma variável de controle para tentar observar possíveis variações entre os indivíduos.

Singh e De Noble (2003) dividem o grupo dos empreendedores cinzas entre três diferentes tipos de indivíduo: o empreendedor limitado, aquela pessoa que sempre teve o desejo de empreender, mas por algumas situações cotidianas, seja financeira, pessoal ou familiar, lhe impossibilitaram de iniciar seu negócio antes; o empreendedor racional, aquele que sempre percebeu o ato de empreender como uma evolução, um próximo passo, de sua carreira; o empreendedor relutante, que é aquele forçado a empreender por falta de outras alternativas empregatícias e precisa buscar uma fonte de recursos financeiros.

Diversas características são atribuídas aos empreendedores de mais idade na literatura, Weber e Schaper (2004) frisam que por serem mais velhos, estes empreendedores tendem a ter mais capacidade de

empreender em função de seu capital financeiro e interpessoal acumulado ao longo de suas carreiras. De Bruin e Firkin (2001) relataram como a rede de contatos construída durante uma vida podem ser importantes para o momento de criação de um novo negócio. Bluedorn e Martin (2008) ressaltaram uma característica bastante interessante, que os empreendedores mais velhos tendem a possuir menor nível de estresses em suas vidas que jovens empreendedores. Botham e Graves (2009) explicam que a maior parte dos empreendedores cinzas estavam previamente empregados antes do ato de empreender e ao abrir seu negócio não estão tão focados em grande crescimento de suas empresas quanto os jovens, informação que justifica a informação apresentada por Kautonen et al. (2008) que afirmam que os empreendedores de mais idade apesar de toda sua experiência de vida e conhecimento tendem a possuir negócios significativamente menos inovadores que os mais jovens.

Desta forma, de acordo com Fung et al. (2001) estes empreendedores estão menos propensos a investir seu tempo e dinheiro em atividades com um longo ou até mesmo imprevisível período para que o negócio comece a dar resultado e retorno financeiro. Seymour (2002) explica que segundo o relatório “Third Age Entrepreneurs” de 2001 os empreendedores cinzas tendem a trabalhar menos horas, tirar mais férias e ter menos empregados. Corroborando com essa linha de raciocínio Kok et al. (2010) afirmam que os empreendedores de mais idade estão menos dispostos a trabalhar muitas horas e são mais avessos a riscos. Outra característica interessante sobre os empreendedores mais maduros é que eles tendem a se aposentar depois do que funcionários de carreira (TING, 2008).

Durante os primeiros anos da década de 1980 diversas pesquisas foram desenvolvidas separadamente, mas com objetivos bastantes similares, de entender e analisar os fatores de estímulo ao ato de empreender. (BROCKHAUS, 1980; SHAPERO e SOKOL, 1982; STONER e FRY, 1982; HUISMAN e DERIDDER, 1984; GILAD e LEVINE, 1986).

Shapero e Sokol (1982) explicitam em seu modelo do evento empreendedor que é primordial a existência de uma importante alteração da vida pessoal do potencial empreendedor para que o mesmo efetivamente inicie o processo de criar um negócio, esta mudança poderá ser um evento negativo como o processo de divórcio, uma demissão inesperada, a falência da empresa em que trabalha, ou positiva do ponto de vista financeiro, como receber algum recurso não previsto, uma herança ou doação. Como indivíduo reagirá a estes acontecimentos, negativos ou positivos, dependerá, de acordo com os autores, das características e do perfil da pessoa em questão, para

algumas pessoas a mesma experiência poderá ser o empurrão que faltava para empreender enquanto para outra pode encaminhá-la em uma direção oposta.

Em seu modelo de motivação empreendedora, Gilad e Levine (1986) dividiram as motivações em dois aspectos de fatores de influência; os fatores “push” e os fatores “pull”. Os fatores “push” ou empurrar são aqueles que dirigem os indivíduos a ação empreendedora por questões negativas, como: problemas para encontrar emprego em sua área ou naquilo que considera ser seu perfil, insatisfação em seu emprego atual, baixa remuneração, desemprego, ausência de flexibilidade em se horário de trabalho ou qualquer outra situação negativa em sua vida familiar e/ou pessoal que lhe empurre para empreender. Já os fatores “pull” ou puxar são aqueles que tem poder de atrair a pessoa ao ato de empreender, sendo principalmente objetivos que os indivíduos buscam ao empreender, como: ganhos financeiros, independência de tempo e de dinheiro, autorrealização, não precisar responder a algum chefe e outros pontos que sejam atraentes para aquela pessoa iniciar seu negócio.

Diversos pesquisadores ao longo dos últimos 30 anos utilizam o modelo de fatores “pull” e “push” como base para o detalhamento dos fatores que tem impacto e influência na motivação do indivíduo para ação empreendedora (MASON, 1989; AMIT e MULLER, 1995; ORHAN and SCOTT, 2001; ULHANER and THURIK 2007; FREYTAG and THURIK, 2007; KIRKWOOD, 2009; LIÑÁN et al., 2013; NABI et al., 2015; SEGAL et al., 2015; ZWAN et al., 2016).

Diversos estudos utilizam o modelo de fatores “pull” e “push” para identificar as motivações dos idosos para ação empreendedora. Como fatores “push”, Singh e De Noble (2003) citam a falta de alternativas na carreira e a insatisfação no nível com o emprego, McClelland et al. (2005) concordam com a questão da insatisfação frente a atual posição empregatícia e frisam que essa mudança de humor frente ao emprego pode mudar ao longo dos anos com o desgaste das relações dentro da empresa e com a mudanças dos valores e ideias do indivíduo. Weber e Schaper (2004) frisam que fundos insuficientes para uma vida tranquila na aposentadoria também são fatores que empurram os mais velhos a empreender, Harms et al. (2014), apontam um ambiente de trabalho ruim, a falta de perspectivas e objetivos profissionais, ausência de autonomia no emprego atual como outros fatores que direcionem estes indivíduos para o empreendedorismo e Webster e Walker (2005) ressaltam também a discriminação em função da idade e o acesso restrito e limitado a oportunidades de treinamento como fatores que dificultam aos idosos a permanecerem no mercado de trabalho não deixando muitas alternativas a não ser empreender.

Dentre os fatores “pull”, Kok et al. (2010) explicam que os empreendedores são motivados a empreender ao querer uma vida profissional mais equilibrada. Dentro da mesma linha de pensamento Walker e Webster (2007) frisam que os empreendedores de mais idade buscam conseguir conciliar de maneira satisfatória sua vida profissional e a família em uma busca de maior qualidade de vida. Weber e Shaper (2004) apontam a busca por flexibilidade, independência e autonomia. Kautonen (2008) também elenca a flexibilidade como um dos fatores que tem impacto na motivação deste grupo de pessoas, além disso o autor ressalta a busca por autonomia e por um efetivo propósito em suas vidas.

Além dos fatores motivacionais para o ato empreendedor na terceira idade outra questão a ser considerada é o aspecto da saúde, que se torna cada vez mais relevante com o envelhecimento deste potencial empresário. Staudinger (1999) explica que os aspectos relacionados a saúde do empreendedor podem dificultar consideravelmente para que estes tenham a energia necessária para administrar seu negócio no cotidiano e ainda o entusiasmo para que o mesmo expanda, no entanto o autor ressalta que a mais vasta experiência e o conhecimento adquirido ao longo dos podem balancear e equilibrar essas preocupações.

Parker e Van Praag (2012) explicam que além de características e fatores inerentes ao indivíduo e suas experiências alguns aspectos específicos da cultural podem influenciar no caminho dele ao empreendedorismo. Desta forma o próximo passo do presente trabalho é aprofundar especificamente na situação do empreendedor cinza no Brasil.

EMPREENDEDORISMO CINZA NO BRASIL

Conforme Nasri (2008) e Junqueira Dias et al. (2017) o envelhecimento populacional no Brasil é um fenômeno consolidado, de maneira geral a idade média da população seguirá aumentando em função dos baixos índices de fecundidade e o aumento da expectativa de vida. Desta forma Freire e Muritiba (2012) frisam a necessidade da reflexão, desenvolvimento e elaboração de políticas públicas de apoio ao empreendedorismo na terceira idade no Brasil para fomentar que esta parte da população possa empreender como forma de garantir uma melhor situação financeira em sua família.

O presente trabalho coletou dados secundários no relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM), do ano de 2016 e no Censo Demográfico de 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Como relatado anteriormente neste artigo, não existe um

consenso na literatura dentro das pesquisas na temática empreendedorismo cinza sobre qual a idade efetivamente pode ser considerado um indivíduo para compor o grupo de empreendedores na terceira idade, variando entre 40 anos (AHMAD et al., 2014), 50 anos (ARKEBAUER, 1995; BLACKBURN et al., 2000) e 60 anos (GOLDBERG, 2000), desta forma neste trabalho será utilizada a idade entre 45 e 64 anos em função dos cortes estabelecidos pelo Censo (2010), conforme necessidade corroborando com Lévesque e Minniti (2011) que estabelecem que a maior parte dos estudos especifica as idades em função de necessidade para trabalhar com os dados.

Conforme dados do Censo (2010) na época da realização da última pesquisa oficial nacional, existiam mais de 36 milhões de brasileiros entre os 45 e 64 anos ou 19,25% do total da população brasileira, sendo que destes 11,50% da estão entre os 45 e 54 e 7,75% entre os 55 e 64 anos. Se a análise for realizada apenas em cima da população entre os 20 e 64 anos (em função dos cortes estabelecidos IBGE) que pode ser considerada em idade para a ação empreendedora, os empreendedores cinza representam 32,3%, sendo que os entre 45 e 54 anos somam 19,3% e os entre 55 e 64 somam 13%, portanto é possível afirmar que dentro da população brasileira em idade para empreender quase um terço pode ser considerado como potencial candidato a participar do grupo de empreendedores cinzas.

Para analisar os números de empreendedores será utilizada a terminologia apresentada no GEM (2016) onde os mesmos foram divididos entre dois agrupamentos: o TEE – taxa de empreendedorismo estabelecido, ou seja, aqueles proprietários que administram um negócio capaz de gratificar-se monetariamente por mais de 42 meses e o ; TEA – taxa de empreendedorismo inicial, que é composta por empreendedores nascentes, aqueles estão em fase de estruturação e implementação do negócio e que não conseguiram tirar qualquer forma de remuneração por mais de três meses, e por empreendedores novos aqueles empreendedores que retiraram algum tipo de remuneração entre 3 e 42 meses.

Entre os empreendedores estabelecidos, 26,50% tem entre 45 e 54 anos e 19,20% tem entre 55 e 64 anos, portanto o número de empreendedores cinza no Brasil representa o expressivo percentual de 45,70% entre os empreendedores estabelecidos no país. Desta forma ao comparar este dado (45,70%) frente aos 32,3% que a população nesta faixa etária representa dentro o grupo em idade de empreender no Brasil é possível perceber a capacidade e os resultados alcançados que o empreendedor cinza tem de administrar e gerir negócios de forma contínua. Para efeito de comparação entre os 20 e 34 anos existe um percentual entre aqueles com idade para empreender que o percentual

da mesma faixa etária entre os empreendedores estabelecidos.

Ao analisar os números da TEA no Brasil o resultado é rigorosamente inverso, os empreendedores cinzas representam 27% dos empreendedores novos e nascentes, ou seja, proporcionalmente menos do que o seu grupo etário representa frente a população em idade de empreender, 32,3%. Se for comparado o percentual dos empreendedores cinzas estabelecidos (45,70%) com o percentual dos empreendedores cinzas novos e nascentes (27%) é possível iniciar uma reflexão sobre a diferença entre a capacidade de gerir um negócio nesta idade e a intenção de empreender e iniciar um negócio. Os dados se mostram ainda mais expressivos se a análise for feita especificamente no subgrupo entre 55 e 64 anos, quando eles representam 13% da população em idade de empreender, 19,20% entre os empreendedores estabelecidos e apenas 10,40% entre os empreendedores novos e nascentes.

Outro dado relevante e que necessita de uma análise mais profunda são os números de empreendedores cinza que procuraram algum tipo de órgão de apoio como SEBRAE, SENAC, SENAI e outras instituições que auxiliem potenciais empreendedores a desenvolverem seus novos negócios de forma mais organizada e planejada, elaborando um plano de negócio, verificando a viabilidade ou realizando algum tipo de capacitação com relação a empresa nascente. Os empreendedores cinza representam 34,3% dos empreendedores que buscaram algum tipo de suporte em órgãos de apoio, número bastante próximo ao percentual da faixa etária entre aqueles com idade de empreender (32,7%), demonstrando que mesmo possuindo mais experiência e por vezes conhecendo estes indivíduos ainda perceberam a necessidade de mais capacitação. No entanto, caso seja analisado especificamente o subgrupo dos 55 a 64 anos esta situação se altera sensivelmente o grupo representa apenas 7,5% entre os empreendedores que buscaram suporte em algum órgão de apoio e representa 15,2% entre aqueles empreendedores que não procuraram estas instituições.

Tabela 1: Empreendedorismo no Brasil

Faixa Etária	TEE em %	TEA em %	População em %	% População entre 20 e 64 anos	Não Buscaram órgãos de Apoio em %	Buscaram órgãos de Apoio em %
18 a 24 anos	6,20	19,70	9,05*	15,15*	13,9	11
25 a 34 anos	17,90	30,30	17,20	28,9	25,3	19,4
35 a 44 anos	30,10	22,90	14,10	23,65	24,9	35,4
45 a 54 anos	26,50	16,60	11,50	19,3	20,8	26,8
55 a 64 anos	19,20	10,40	7,75	13	15,2	7,5

Elaboração própria com base no Censo (2010) e GEM (2016)

*Percentual entre 20 e 24 anos

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo empreendedorismo cinza ou da terceira idade sendo um fenômeno extremamente importante, que tem significativo impacto na performance econômica e que com o envelhecimento da população deve tornar-se ainda mais relevante, é uma área que ainda tem muito por ser pesquisado, estudado e analisado (WEBER e SCHAPER, 2004).

Mesmo tendo poucos pesquisadores focados na pesquisa e estudos específicos do empreendedorismo cinza, em especial no Brasil, o presente trabalho cumpriu seu propósito ao realizar ampla revisão na literatura existente e apresentou os pontos mais relevantes que estão sendo analisados dentro desta temática. Esta pesquisa também realizou análise de dados secundários sobre o empreendedorismo cinza com intuito de compreender e aprofundar o entendimento do ponto da situação em que o tema encontra-se no Brasil.

Como limitações da pesquisa do presente trabalho, é possível citar a dificuldade de acesso a trabalhos consistentes sobre o empreendedorismo cinza, em específico que analisem a realidade brasileira, muito pouco foi estudado sobre o tema em nosso país. Outra questão a pontuar é a utilização de duas bases de dados distintos com cortes de idades diferentes, dificultou o processo de análise de determinada faixa etária.

Com o envelhecimento da população brasileira e de grande parte dos países desenvolvidos do mundo e da comprovada relação entre o empreendedorismo e crescimento econômico (MINITI, 2008; MARLOW et al., 2008), o interesse pela pesquisa sobre o empreendedorismo cinza será crescente por investigadores de gestão e negócios, com isso é possível elencar como futuras linhas de investigação: a análise comparativa dos resultados, estilo de liderança e objetivos em empresas com empreendedores jovens e mais velhos; análise comparativa das competências empreendedoras entre empreendedores jovens e da terceira idade; estudar dentro da realidade brasileira quais são os fatores motivantes que fomentam o empreendedorismo cinza; analisar quais são as métricas que definem o conceito de sucesso para o empreendedor cinza; verificar o impacto do fator saúde na intenção de empreender na terceira idade; analisar o impacto de diferentes fatores culturais na intenção empreendedora na terceira idade e buscar formas de incentivar o aumento do nível de intenção empreendedora, entre os potenciais empreendedores cinza.

REFERÊNCIAS

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth?. *Innovations: technology, governance, globalization*, 1(1), 97-107.
- Ahmad, N. H., Nasurdin, A. M., Halim, H. A., & Taghizadeh, S. K. (2014). The Pursuit of Entrepreneurial Initiatives at the “Silver” Age: From the Lens of Malaysian Silver Entrepreneurs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 129, 305-313.
- Amit, R. & Muller, E., (1995). “Push” and “pull” entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(4), pp.64-80.
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45-61.
- Arkebauer, J. B. (1995). *Golden Entrepreneurship; The Mature Person's Guide to a Successful Business*, McGraw-Hill, Inc, New York.
- Baumol, W. J. (2002). *The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism*. Princeton university press.
- Blackburn, R., Hart, M., & O'reilly, M. (2000). Entrepreneurship in the Third Age: New dawn or misplaced expectations?. In *23rd ISBA National Small Firms Policy and Research Conference* (pp. 1-17).
- Bluedorn, A. C., & Martin, G. (2008). The time frames of entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 23(1), 1-20.
- Braunerhjelm, P., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2010). The missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth. *Small Business Economics*, 34(2), 105-125.
- Brockhaus, R.H., (1980). The effect of job dissatisfaction on the decision to start a business. *Journal of Small Business Management (pre-1986)*, 18(000001), p.37.
- Carree, M. A., & Thurik, A. R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 437-471). Springer, Boston, MA.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R., & Wennekers, S. (2007). The relationship between economic development and business ownership revisited. *Entrepreneurship & regional development*, 19(3), 281-291.
- Červený, J., Pilková, A., & Reháč, J. (2016). Senior entrepreneurship in European context: key determinants of entrepreneurial activity. *Ekonomický časopis (Journal of Economics)*, 64(2).
- De Bruin, A., & Firkin, P. (2001). *Self-employment of the older worker*. Labour Market Dynamics Research Programme, Massey University.
- Elton, C. F., & Shevel, L. R. (1969). Who is talented? An analysis of achievement. (Res. rep. No. 31) Iowa City, Ia.: American College Testing Program.,0

- Ferreira, J. J., Fayolle, A., Fernandes, C., & Raposo, M. (2017). Effects of Schumpeterian and Kirznerian entrepreneurship on economic growth: panel data evidence. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1-2), 27-50.
- Freire, D. A. L., & Muritiba, P. M. (2012). O empreendedorismo na terceira idade: Uma alternativa sustentável à crise da previdência social?. *Revista de Carreiras e Pessoas (ReCaPe)*. 2(2).
- Fritsch, M., & Mueller, P. (2004): “Effects of New Business Formation on Regional Development over Time”, *Regional Studies*, 38(8), 961-975.
- Galindo, M. Á., & Méndez, M. T. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work?. *Journal of Business Research*, 67(5), 825-829.
- Gilad, B. & Levine, P., (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of small business management*, 24, p.45.
- Goldberg, S. (2000) Senior Startups. Business Week: www.kellogg.northwestern.edu/news/hits/000814bw.htm. Acesso em 19 novembro 2016.
- Harms, R., Luck, F., Kraus, S., & Walsh, S. (2014). On the motivational drivers of gray entrepreneurship: An exploratory study. *Technological forecasting and social change*, 89, 358-365.
- Hatak, I., Harms, R., & Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30(1), 38-53.
- Holland, J. L., & Richards, J. M., JR. (1965) Academic and nonacademic accomplishment: Correlated or uncorrelated? (Res. rep. No. 2) Iowa City, Ia.: American College Testing Program.
- Huisman, D. & de Ridder, W.J., (1984). *International Small Business Survey: A Picture of Entrepreneurial Climate in Different Countries*.
- I B G E (2 0 1 0) C e n s o d e m o g r á f i c o a n o d e 2 0 1 0 . <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=resultados>
- Junqueira Dias Myrrha, L., Turra, C. M., & Wajnman, S. (2017). A contribuição dos nascimentos e óbitos para o envelhecimento populacional no Brasil, 1950 a 2100. *Revista Latinoamericana de Población*, 11(20).
- Kautonen, T. (2008), Understanding the older entrepreneur: Comparing third age₉₃ and prime age entrepreneurs in Finland. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 3(3), 3-13.

- Kautonen, T., Kibler, E., & Minniti, M. (2017). Late-career entrepreneurship, income and quality of life. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 318-333.
- Kautonen, T., Tornikoski, E. T., & Kibler, E. (2011). Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small business economics*, 37(2), 219-234.
- Kirkwood, J., (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), pp.346-364.
- Kok, J. M. d., Ichou, A., & Verheul, I. (2010). New firm performance: Does the age of founders affect employment creation. *Zoetermeer: EIM Research Reports*, 4-38.
- Lafuente, E. M., & Vaillant, Y. (2013). Age driven influence of role-models on entrepreneurship in a transition economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 181-203.
- Lévesque, M., & Minniti, M. (2011). Age matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.
- Lin, S., & Wang, S. (2018). How does the age of serial entrepreneurs influence their re-venture speed after a business failure?. *Small Business Economics*, 1-16.
- Liñán, F., Fernández-Serrano, J. & Romero, I., (2013). Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture. *reviSta de economía mundial*, (33).
- Lutz, W., Sanderson, W., & Scherbov, S. (2008). The coming acceleration of global population ageing. *Nature*, 451(7179), 716.
- Marlow, S., Carter, S. & Shaw, E. (2008) 'Constructing female entrepreneurship policy in the UK: is the US a relevant benchmark?', *Environment and Planning C-Government and Policy*, Vol. 26, No. 2, pp.335–351.
- Mason, C. (1989). “Explaining Recent Trends in New Firm Formation in the UK: Some Evidence from South Hampshire.” *Regional Studies* 23 (4): 31–46.
- McClelland E, Swail J, Bell J, & Ibbotson P (2005) Following the pathway of female entrepreneurs: A Six–Country investigation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 11: 84–107.
- Minniti, M., (2008). The role of government policy on entrepreneurial activity: productive, unproductive, or destructive? *Entrepreneurship Practice* 32 (5), 779---790.
- Minola, T., Criaco, G., & Obschonka, M. (2016). Age, culture, and self-employment motivation. *Small Business Economics*, 46(2), 187-213.

- Nabi, G., Walmsley, A. & Holden, R., (2015). Pushed or pulled? Exploring the factors underpinning graduate start-ups and non-start-ups. *Journal of Education and Work*, 28(5), pp.481-506.
- Nasri, F. (2008). O envelhecimento populacional no Brasil. *Einstein*, 6(Supl 1), S4-S6.
- Naudé, W. (2014). Entrepreneurship and economic development. *International Development. Ideas, Experiences and Prospects*.
- Naudé, W., Gries, T., Wood, E., & Meintjies, A. (2008). Regional determinants of entrepreneurial start-ups in a developing country. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(2), 111-124.
- Staudinger, U. M. (1999). Older and Wiser? Integrating Results on the Relationship Between Age and Wisdom-related Performance. *International Journal of Behavioral Development* vol. 23, no. 3, pp. 641-664.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001), “Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model”, *Women in Management Review*, Vol. 16 No. 5, pp. 232-43.
- Parker, SC & Van Praag, M. (2012). The entrepreneur’s mode of entry: Business takeover or new venture start? *Journal of Business Venturing*, 27 (1), 31-46
- Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*, 77, 311-327.
- Samila, S., & Sorenson, O. (2011). Venture capital, entrepreneurship, and economic growth. *The Review of Economics and Statistics*, 93(1), 338-349.
- Schmitz, A. L. F., Lapolli, E. M., & Bernardes, F. J. (2011). Estimular o empreendedorismo na terceira idade. *Revista Eletrônica de Extensão*, 8(12), 109-121.
- Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, J., (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 11(1), pp.42-57.
- Seymour, N. 2002, *Starting Up After 50*, <http://www.celcee.edu/publications/digest/Dig02-05.html> Acesso em 25 de março de 2015
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Singh, G., & DeNoble, A.⁹⁵ (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(3), 207-226.

- Stoner, C.R. & Fry, F.L., (1982). The entrepreneurial decision: Dissatisfaction or opportunity. *Journal of Small Business Management*, pp.39–44.
- Terjesen, S. (2005). Senior women managers' transition to entrepreneurship: Leveraging embedded career capital. *Career Development International*, 10(3), 246-259.
- Ting, Z. (2008). *Elderly entrepreneurship in an aging US economy: it's never too late* (Vol. 2). World Scientific.
- Third age entrepreneurs Profiting from experience. (2001). London: Barclays Bank PLC, Business Banking Marketing Services. [http://www.business.barclays.co.uk/BBB/A/Content/Files/RB15783rd Age Research \(3\).pdf\(c20023340\)](http://www.business.barclays.co.uk/BBB/A/Content/Files/RB15783rdAgeResearch(3).pdf(c20023340))
- Thorndike, R. L., & Hagen, E. (1959). 10,000 careers. New York: Wiley
- Uhlaner L & Thurik AR (2007) Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics* 17(2): 161–185.
- UN,. (2013). World Population Ageing 2013. United Nations, New York.
- Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small business economics*, 24(3), 311-321.
- Van Stel, A., & Storey, D. J. (2004): “The Link Between Firm Births and Job Creation: Is there a Upas Tree Effect?”, *Regional Studies*, 38(8), 893-909.
- Wach, K. (2014). International Entrepreneurship and the Third Age: The Effect of the Entrepreneur's Age on Internationalisation of Polish Businesses. 15(11) 65-80.
- Walker, E. A., & Webster, B. J. (2007). Gender, age and self-employment: some things change, some stay the same. *Women in Management Review*, 22(2), 122-135.
- Weber, P., & Schaper, M. (2004). Understanding the grey entrepreneur. *Journal of enterprising culture*, 12(02), 147-164.
- Webster, B. & Walker, B. (2005). Smart training for the older entrepreneur. Paper presented at the International Council of Small Business World Conference, Melbourne, June.
- Weller, Christian E. & Wenger, Jeffrey B., (2017). Divergent Fortunes: Income Diversification, Rising Older Entrepreneurship and Falling Younger Entrepreneurship American University School of Public Affairs Research Paper No. 2957784.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, 13(1), 27-56.

Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I. & Hessels, J., (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3).

Empreendedorismo feminino: conceitos, desafios e perspectivas

Barbara Borges Formentin
Prof. Msc. Rafael Bianchini Glavam

RESUMO

Com o acontecimento das duas grandes guerras mundiais ocorridas no século XX e a consequente ida dos homens para o campo de batalha, mulheres passaram a ser contratadas para funções até então ditas masculinas. Este marco na história moderna fez surgir o fenômeno conhecido como Empreendedorismo Feminino que, no Brasil ganhou maior força a partir das décadas de 70 e 80, fazendo com que hoje, mais da metade dos lares brasileiros sejam chefiados por mulheres. Relativo ao processo de abertura de novas organizações, no Brasil em 2016, conforme dados do Global Entrepreneurship Monitor, as mulheres representam praticamente 52% dos novos negócios demonstrando o poder de inovação das mesmas, assim como a relevância do tema. Entretanto, questões como o preconceito, as dificuldade de acesso ao crédito para abertura e a conciliação entre objetivos organizacionais e familiares continuam sendo obstáculos para o fortalecimento ainda maior da participação feminina no mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Empreendedorismo Feminino. Desafios.

1 INTRODUÇÃO

Conforme Glavam e Silva (2016), o termo empreendedorismo teve origem na história militar francesa do século XVII e aludia aos que conduziam expedições militares cabendo a Richard Cantillon, já no século XVIII a relacionar o assunto com a área empresarial, referindo-se a aquele que compra bens e serviços por um preço com intenção de vendê-los futuramente.

Desta época até os tempos atuais, o estudo do empreendedorismo evoluiu em conceitos, técnicas e, acima de tudo, segundo McAdam & Keogh (2004), passou a abarcar o empreendedorismo feminino.

Wang e Wong (2004) definem que a mulher empreendedora procura traçar objetivos culturais e sociais nas organizações que dirige, optando por objetivos voltados para a segurança no trabalho, satisfação dos clientes e dos empregados.

Assim, conforme Glavam e Silva (2016), ao passo que as mulheres chefiam mais da metade dos lares brasileiros, estudar o empreendedorismo feminino, suas características e, acima de tudo, sua importância, passa a ser essencial não apenas para a academia, mas, acima de tudo, para a evolução da sociedade.

Isto, pois, na visão de McAdam & Keogh (2004), com a quebra de paradigmas e preconceitos, o trabalho feminino evoluiu até tornar-se majoritário não apenas em termos quantitativos, mas, também, qualitativo.

Desta forma, este artigo tem como intenção apresentar um breve relato acerca do tema empreendedorismo feminino, discutindo alguns dos seus conceitos, desafios e perspectivas.

2 APROXIMAÇÃO AO TEMA

O trabalho feminino, conforme Rossini (20020), permite que a mulher possa alcançar sua independência econômica, além de contribuir para o orçamento familiar, complementando a renda familiar e aumentando suas expectativas de consumo.

Desta forma, o empreendimento para as mulheres é uma opção de vida melhor, tendo como alguns dos objetivos a busca de realização pessoal e um crescimento profissional.

Mas, qual a condição para o empreendedorismo feminino? Sempre foi possível para a mulher empreender?

Por muitos anos a sociedade alegava que a mulher não tinha capacidade para fazer alguns trabalhos, onde defendiam que o homem era “superior” que elas.

Oliveira (1997, p.11) cita que o funcionamento do cérebro desvendado agora não indica, em nenhum momento, que as características masculinas são melhores e as femininas piores. Eles têm habilidades diversas”. Ou seja, as mulheres eram consideradas inferiores que os homens, onde muitas vezes acabavam falando para elas coisas machistas como, “essa profissão é para homens”, ou “lugar de mulher é atrás do fogão.

Entretanto, no decorrer dos anos a mulher foi tomando forças para conseguir seu lugar no mercado de trabalho, dando assim um início a uma nova era.

2.1 O INÍCIO DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

No século XX, durante 1ª Guerra Mundial (1914- 1918) e a 2ª Guerra Mundial (1939-1945) e a ida dos homens para a guerra, mulheres passaram a ser contratadas para exercer funções que muitas vezes era delegada para os homens.

Por conta disso, começou a aparecer os movimentos feministas, lutando pelos seus direitos e igualdades no trabalho, sendo que estudos apontam que as mulheres começaram a ingressar no mercado de trabalho no Brasil pelos anos 70, ficando mais visíveis a partir dos anos 80.

Em uma citação de Villas Boas (2010, p. 35) “a cada geração, novos padrões de comportamento vão se tornando aceitáveis. A sociedade evolui e com isso diminuem as diferenças entre o que as mulheres podem fazer e o que está reservado aos homens”.

2.1.1 MUDANÇAS

Conforme Machado (2012), a sociedade admira as pessoas que empreendem, mas ainda consideram isso uma atividade masculina, principalmente se a atividade escolhida não for considerada feminina.

. Entretanto, no dia a dia de empresas pode perceber-se que as atitudes e disposições até então identificadas como 'femininas' e vistas como erradas, como, por exemplo, lidar de forma eficiente com as emoções, habilidade de entender e acolher o próximo, dentre outras, passaram a ser necessárias em um novo ambiente de negócios.

Grzyovski (2002) diz que a mulher tem um sentimento onde cria laços com os membros das organizações, assim as informações podem ser compartilhadas sem afetar drasticamente todas as pessoas dentro de uma empresa.

2.2 RAZÕES PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Na visão de Carter (2001) e Marlow (1997), estudos apontam que as mulheres abrem empresas por diferentes motivos tais como desejo de realização e independência, percepção de oportunidade de mercado, dificuldades em crescer na carreira profissional em outras empresas, necessidade de sobrevivência e como uma maneira de conciliar trabalho e família, sendo que a observação de empresas criadas por mulheres é considerada estratégica para compreender como estas organizações se desenvolvem.

Em um estudo feito com mulheres australianas, foi demonstrado que

elas tinham dificuldade de encontrar um modelo de empreendedor feminino para incentivá-las, além de, em alguns casos, este modelo ser seus pais ou pessoas mais próximas, esclarece Wang e Wong (2004).

A partir de algumas pesquisas realizadas por Pastel (1999) pode se perceber a razão das mulheres em empreender. Em uma delas se constata que as mulheres que praticavam algum tipo de hobby acabavam empreendendo, mas sem planejamento e objetivos, pois segundo Degen (1989, p. 28) “[...] São raros os hobbies que não representam oportunidades. É sem dúvida, a forma mais agradável de desenvolver um negócio próprio”. Outra razão da pesquisa é devido a alguma tragédia pessoal, como divórcios e ou mortes, além, claro as mulheres criativas em si, que com coragem e motivação fazem a diferença.

O horário flexível também é um grande contribuinte para elas abrirem suas empresas. Com isso tendo o desejo de conciliar trabalho e família e a insatisfação com a carreira anterior, tem um grande impacto quando as mulheres tomam decisões de abrir uma empresa.

Outro argumento é que elas não acham satisfatório o modo em que alguns homens comandam as organizações, onde creem que podem fazer de uma forma melhor e dentro de seus valores, com isso acabam aumento sua autoestima. Todavia as mulheres empreendem não apenas por razões econômicas, mas também devido aos fatores sociais e psicológicos.

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas. (CHIAVENATO, 2007, p. 172.)

2.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS PARA O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Em linhas gerais, as mulheres ainda necessitam enfrentar muitos preconceitos que ainda se fazem presentes na sociedade contemporânea.

Desta maneira, em diferentes localidades, de um país para outro, a sociedade possui uma percepção variada entre homens e mulheres que empreendem, sendo que, em grande parte das vezes, acaba sendo o homem mais empreendedor, seja pela cultura, fatores sociais, costumes, dentre outros.

Assim sendo, dentre as maiores dificuldades que encontram, citam-se os setores "ditos" masculinos, como, por exemplo, os industriais, pois nestes as mulheres acabam sendo vistas de forma diferente,

geralmente desconfiada, pelos seus clientes, colaboradores e fornecedores.

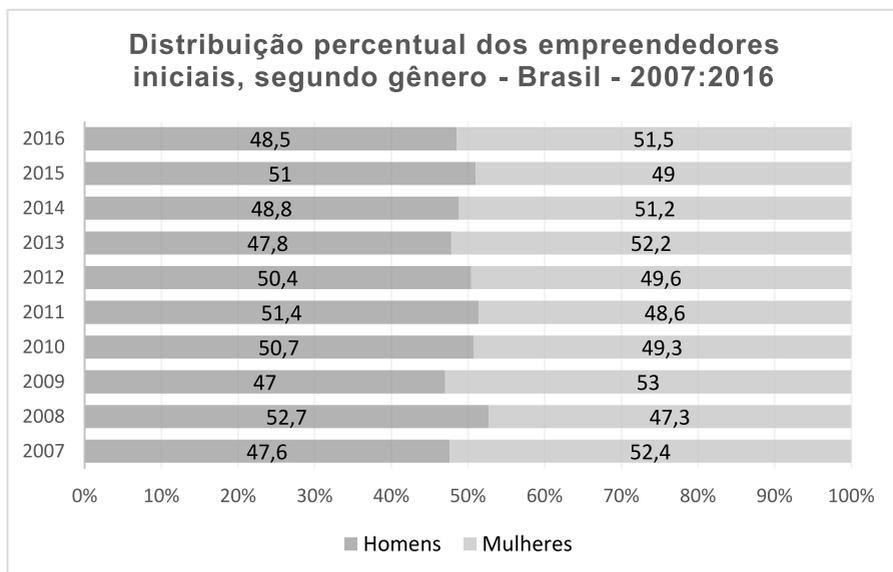
Quanto as questões financeiras, o financiamento para a abertura de empresas é outra dificuldade, sendo que geralmente muitas mulheres acabam usando suas economias pessoais, ou seja, a maneira que abrem sua empresa está ligada diretamente com a empreendedora e seu capital.

Ainda relativo à dinheiro, cita-se o desequilíbrio de dinheiro (caixa) e a falta de recursos para que a organização possa se alavancar.

2.4 DADOS SOBRE O EMPREENDEDORISMO, NA QUESTÃO DE GÊNERO

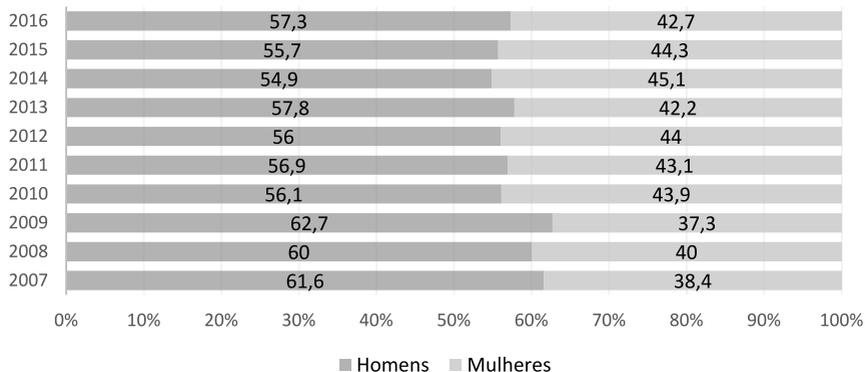
Conforme dados do Global Entrepreneurship Monitor (2016), a cada ano, mais da metade dos novos empreendedores no Brasil são de mulheres, o que demonstra a importância do estudo do assunto, sendo que, especificamente, em 2016, este percentual foi de 51,5%.

Assim, ao lado do México, o Brasil é um dos poucos países em que as taxas de empreendedores, entre homens e mulheres, são balanceadas.



¹⁰³
Título: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais, segundo gênero.
Fonte: GEM(2016).

distribuição percentual dos empreendedores já estabelecidos, segundo gênero - brasil - 2007:2016

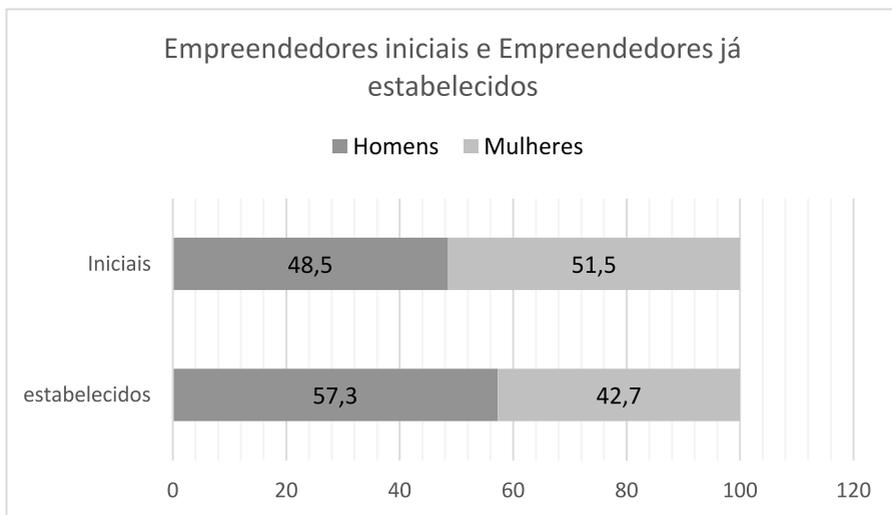


Título: Distribuição percentual dos empreendedores já estabelecidos, segundo gênero.
 Fonte: GEM(2016).

Observa-se que desde 2010 esse diferencial continua estável, podendo indicar ser necessário novos incentivos para que as mulheres consigam se manter no mercado de trabalho.

O Global Entrepreneurship Monitor (2016) aponta também que mulheres empreendedoras se encontram em uma faixa etária entre 33 e 54 anos, assim apontando que tem mais experiências quando abrirem suas empresas.

Pode-se consolidar estes dados para se obter uma percepção entre a relação entre empreendedores iniciais e já estabelecidos sendo que, os motivos para uma baixa presença de mulheres entre os empreendedores já estabelecidos podem ser associados às maiores dificuldades que as empreendedoras tem relativo a questões como mais obstáculos para conseguir financiamento, preconceito da parte de colaboradores e dificuldades em conciliar as demandas organizacionais e familiares.



Título: Distribuição percentual dos empreendedores iniciais, segundo gênero

Fonte: GEM(2016)

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo relatar de forma introdutória o empreendedorismo feminino, apontando alguns dos seus conceitos, desafios e perspectivas.

A entrada em larga escala das mulheres no mundo do trabalho e do empreendedorismo, trouxe mudanças significativas nas relações profissionais e as estratégias empresariais nas pequenas, média e até mesmo, nas grandes empresas, além de interferir nas formas de se perceber o que é necessário.

Surgido após as grandes guerras mundiais no mundo, devido a ida dos homens para a guerra e no Brasil tendo notável crescimento a partir da década de 80, sabe-se que, atualmente, conforme os dados apresentados pelo Global Entrepreneurship Monitor (2016), que a maioria dos novos empreendimentos no Brasil são feitos pelas mulheres.

Entende-se ainda que ¹⁰⁵ o empreendedorismo feminino não se trata apenas da entrada da mulher no mercado de trabalho, mas sim se uma alteração social que vem causando grande impacto, desafiando não apenas a vida social, mas a relação familiar, a do trabalho e outros.

Assim o conflito que a mulher tem que enfrentar entre o trabalho e família leva, em muitas vezes, a fazer com que as responsabilidades profissionais interfiram nas relações familiares, e também a possibilidade de que os conflitos familiares interferiram no profissional, o que pode, em alguns casos, prejudicar a tomada de decisão.

Souza (1998, p. 121) considera a mulher empreendedora como aquela “que tem a capacidade de descobrir e avaliar oportunidades nos negócios, de reunir os recursos necessários para aproveitá-los e de trabalhar de forma apropriada para conseguir êxito”.

No entanto, a situação das empreendedoras ainda se encontra muito distante de ser considerada confortável, uma vez que somente a partir da década de 1980 ocorreram mudanças nos princípios de equidade entre os sexos e nas questões de ordem cultural e jurídica.

Porém, muito ainda deve ser feito acerca do Empreendedorismo Feminino, seja da parte acadêmica, de fortalecer as pesquisas e aumentar as disciplinas/discussões voltadas ao assunto, assim como da parte governamental em potencializar o incentivo financeiro para empreendimentos voltado as mulheres.

REFERÊNCIAS

EMPREENDEDORISMO feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. **Rev. Adm. UFSM, Santa Maria**, v. 3, n. 2, p. 288-302, mai./ago. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2378/1441>; Acesso em: 31 de agosto de 2017.

GRECO, Simara Maria de Souza Silveira. (Coord.). **Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Curitiba: IBQP, 2017. 208 p. il. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>; Acesso em: 16 de setembro de 2017.

O PROCESSO de criação de empresas por mulheres. **RAE electron**, v.2 n.2 São Paulo jul./dez. 2003; Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482003000200007&lng=pt&nrm=iso; Acesso em: 31 de agosto de 2017.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo.

Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento; disponível em: <http://uniesp.provisorio.ws/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>. Acesso em 10 de setembro de 2017.

EMPREENDEDORISMO feminino: características e perfil de gestão em pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/2378/1441>. Acesso em: 11 de setembro de 2017.

EMPREENDEDORISMO feminino: dificuldades relatadas em histórias de vida. Disponível em: <http://www.redalyc.org/html/2735/273532832015/>

REVISTA Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, 10(1), p. 44-64, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/855/696>; Acesso em: 11 de setembro de 2017.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. EMPREENDEDORISMO feminino: razão do empreendimento. Disponível em: <http://uniesp.provisorio.ws/finan/pitagoras/downloads/numero3/empreendedorismo-feminino.pdf>; Acesso em: 20 de setembro de 2017.

GLAVAM, Rafael Bianchini; SILVA, Naiara Amália. **Empreendendo com excelência**: novos paradigmas do empreendedorismo global. Florianópolis: Ed. FUCAP, 2015. ISBN 978-85-66962-03-1.

MCADAM, R.; KEOGH, W. Transitioning towards creativity and

innovation measurement in SMEs. *Creativity and Innovation Management*, 13, 2004.

Wang, C. K., & Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), p. 163-172.

Intraempreendedorismo

Gabriela Borba Bartholomeu
Prof. Msc. Rafael Bianchini Glavam

RESUMO

Este estudo de caso tem como objetivo demonstrar, por meio de revisão teórica, a importância do intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo como fator de sobrevivência e competitividade empresarial para as organizações. Com base nos autores apresentados, percebe-se a íntima relação entre o assunto e o aumento da satisfação do colaborador no ambiente de trabalho, o que, conforme autores como, por exemplo, Drucker (2003), Glavam e Silva (2016) e Zahra (2009) resulta na retenção de talentos, aumento da motivação e, por conseguinte, no aumento da inovação organizacional, o que, complementa Drucker (2003), é fator essencial para a sobrevivência das organizações. Por fim, ainda com base na literatura percebe-se que o conceito de intraempreendedorismo ou empreendedor corporativo relaciona a inserção competitiva empresarial pela via dos processos de inovação internos, sendo, portanto, essencial para as organizações.

PALAVRAS-CHAVE: Intraempreendedorismo. Intraempreendedor. Inovação.

1 INTRAEMPREENDEDORISMO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Como definir corretamente o termo empreendedorismo? Será que empreendedorismo trata apenas de abrir uma organização?

Entretanto, será que posso ser um (uma) empreendedor (a) sem necessariamente abrir uma organização? Indaga-se se o detentor de um perfil inovador que melhore processos, crie produtos, traga resultados para uma organização, sem entretanto ser dono, é menos empreendedor (a) do que aquele que, mesmo sendo um empreendedor (a) nada melhora e ou leve negócios à falência?

Atualmente, em um mercado no qual os produtos e serviços tornam-se obsoletos em um curto espaço de tempo, a inovação é fator crucial para o sucesso das empresas perante a grande competitividade, pois, é necessária ampla competência em virtude da vasta concorrência.

Na Era Industrial, o foco das indústrias era o dinheiro. Já na atual era que se encontra a sociedade contemporânea, a do conhecimento, as pessoas não são vistas mais como máquinas, e sim conhecimento, ou seja, o valor é criado pela produtividade e pela “inovação” que são aplicações do conhecimento no trabalho.

Assim, torna-se importante a informação para adequar-se a tais mudanças. Precisa-se da delegação de responsabilidades para os níveis mais baixos da estrutura hierárquica, para gerar conhecimentos, agregando valor aos produtos e serviços, e estimulando o aspecto criativo e inovador dos colaboradores.

Com isso emprega-se a importância de criar condições nas grandes organizações de apoio às iniciativas de inovação e ao empreendedorismo, resultando na prática do empreendedorismo corporativo, sendo que, embora seja um marco que existe há um pouco mais de três décadas, é algo relativamente recente sendo utilizado nas empresas.

O termo intraempreendedorismo foi originado a partir da década de 1980 pelo consultor de administração Gifford Pinchot III, como abreviatura do conceito de intracorporate entrepreneuring ou empreendedorismo intracorporativo.

Este termo, conforme Pinchot (2004) significa que não existe empreendedor (a) apenas quando se abre uma organização, mas, sim, no dia a dia, pois é possível e necessário melhorar processos dentro das organizações.

Glavam e Silva (2016) explicam que intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo se fundamenta no ato de melhorar e empreender na organização de outros, ou seja, sendo colaborador e não necessariamente, gestor.

Segundo Pinchot (1985), o intraempreendedor é sempre o sonhador que apresenta a técnica de transformar uma ideia em uma realidade. A conduta intraempreendedora é exposta como a determinação em busca de inovação para confrontar às práticas antigas da empresa, abrangendo o desenvolvimento e a criatividade, impactando na melhora de seus produtos, serviços e administração, e assim, atuando com um desempenho significativo no mercado que está inserido.

1.1 CONCEITO

Dees et al (2003) enriquece ao citar que o fenômeno se refere a um processo que se passa dentro de uma organização já existente, independentemente de seu tamanho, e leva não só a novos empreendimentos, mas também para outras atividades com orientação inovadora.

Alguns autores como Hisrich e Peters (2004) e Hashimoto (2006) enxergam o intraempreendedorismo como uma concepção ainda mais ampla da gestão moderna relacionada com a ação empresarial em ambientes de elevada competição, o que inclui a ação das pessoas sobre os processos de trabalho ou qualquer outra ação que tenha impacto sobre os resultados organizacionais e sustentem diferenciais competitivos.

Para Ferraz et al. (2010), o modelo de gestão intraempreendedor é observado como algo destinado a sustentar uma determinada dinâmica de funcionamento da organização que a permita competir em ambientes de elevada dinamicidade e manter vantagens competitivas, sendo a gestão intraempreendedora sustentada por fatores processuais e comportamentais, no que tange aos aspectos da gestão estratégica e da gestão de pessoas.

Com base nos autores percebe-se que o conceito de intraempreendedorismo ou empreendedor corporativo relaciona a inserção competitiva empresarial pela via dos processos de inovação internos.

1.2 IMPORTÂNCIA DO INTRAEMPREENDEDOR PARA AS ORGANIZAÇÕES

Fillion (2004) cita que o valor na atual economia surge por meio da produtividade e pela “inovação” vindo de seus colaboradores.

Neste sentido, é necessário inovar não apenas em produtos e serviços, mas, também, em processos. Conforme Drucker (2003) inovação trata de gerar mudanças em algum bem ou serviço através da percepção de algo novo, explorado dentro ou fora da organização, que provoque mudanças de valor e satisfação.

Na mesma linha de raciocínio, Bessant e Tidd (2009) citam que o processo de inovação engloba novas possibilidade por meio da criação de um novo produto, identificação de novos e já existentes mercados para serem explorados e fomentados com novos e melhorados processos.

O intraempreendedorismo, para Easley e Longenecker (2006), seria o caminho chave para a inovação em tempos atuais de elevada concorrência, pois é a forma de criar novos negócios, produtos, serviços e processos por meio do estímulo a atitude proativa dos colaboradores.

Neste sentido, aplicar o intraempreendedorismo constitui em demonstrar aos funcionários que eles possuem a capacidade de domínio e a habilidade de inovar, agindo positivamente na cultura e no clima da organização, resultando em esforços produtivos, gerando comprometimento, responsabilidade e na satisfação dos colaboradores

que efetivamente contribui para o crescimento.

Desta forma, o intraempreendedorismo pode ser o recurso para auxiliar empresas que têm ficado para trás, perdendo talentos para novas empresas que entram no mercado mais inovadoras.

1.3 CARACTERÍSTICAS DO INTRAEMPREENDEADOR

Nos dias de hoje, a globalização e o avanço tecnológico proporcionaram um aumento de escolaridade da população. A sociedade em rede faz com que haja um alcance de informações cada vez mais eficiente e isso torna as pessoas mais atualizadas e dinâmicas.

As gerações mais recentes possuem uma necessidade significativa em se autorrealizar e não almejam o trabalho em empresas burocráticas.

Esses profissionais contemporâneos estão se inserindo no mercado de trabalho, cada vez mais qualificados.

Com esse novo perfil profissional torna-se cada vez mais viável inserir nas organizações o empreendedorismo corporativo, estimular os colaboradores a serem proativos e mostrar que erros são normais de acontecer, pois repreendê-los criará uma barreira de gerar ideias. Nesta senda, criar um ambiente flexível irá atrair esses profissionais que influenciam de forma benéfica na imagem da empresa.

Algumas características dessa nova geração são paralelas ao perfil intraempreendedor. São pessoas sem resistências a mudanças, buscam melhorias contínuas no que fazem.

Procuram estar atualizados e são focados em melhorar o desempenho do seu departamento e da empresa como um todo. Esse tipo de profissional possui a mente aberta, tem facilidade em descobrir novas oportunidades, são pessoas inquietas, criativas e gostam de superar seus desafios.

São indivíduos que “põem a mão na massa” e fazem o que deve ser feito. Gostam de riscos moderados, não temem ser demitidos e por isso veem pouco risco pessoal. E, principalmente, fogem do estado estável, detestam as rotinas, pois são criativos e inovadores. Pode-se, resumidamente, caracterizar o intraempreendedor como uma pessoa que é persistente, trabalha arduamente, é decidida e autoconfiante, orienta-se por seu objetivo e não para obter status ou dinheiro (DAVID, 2004, p.45).

Assim, o perfil intraempreendedor é similar ao empreendedorismo, sendo a palavra-chave a inovação.

A principal diferença entre eles é que o intraempreendedor geralmente não abre um negócio próprio, possui como objetivos ser reconhecido, ter uma boa remuneração, desempenhar funções

importantes e auxiliar no processo de tomada de decisão dentro da empresa.

Difere-se do indivíduo tradicional que escala a hierarquia corporativa: "... é que o (intra) empreendedor vai além das tarefas normalmente relacionadas aos administradores, tem uma visão mais abrangente e não se contenta em apenas fazer o que deve ser feito. Ele quer mais e busca fazer mais" (DORNELAS, 2003, p.18).

Desta forma, com base em Pinchot (1989) e suas pesquisas, Zahra (2009) cita que mais importante do que a definição de intraempreendedor é o entendimento das suas diferenças para o empreendedor tradicional e o colaborador tradicional.

	COLABORADOR TRADICIONAL	EMPREENDEADOR TRADICIONAL	INTRAEMPREENDEADOR
RAZÕES PRINCIPAIS	Motivado pelo poder, buscas recompensas tradicionais.	Orientado por metas e em busca de satisfação pessoal, aprecia a liberdade e é auto-motivado.	Busca de liberdade, acesso aos recursos da organização. Orientado para metas e auto-motivado, reagindo também as recompensas e ao reconhecimento.
CORAGEM	Transfere a responsabilidade da sua carreira para as organizações e líderes.	Autoconfiante, otimista e corajoso.	Autoconfiante e corajoso, acreditam em sua capacidade de vencer as dificuldades.
AÇÃO	Delega a ação. A supervisão e elaboração de relatórios concentram a maior parte de sua energia.	Gosta de agir, "colocar a mão na massa". Devido sua energia acaba por realizar trabalho de outros gerando conflitos.	Gosta de agir, "colocar a mão na massa". Capacidade de delegação.
POSTURA FRENTE AO FRACASSO E O ERRO	Aversão a erros e surpresas.	Trata os erros e fracassos com experiências de aprendizado.	Segue as regras da organização, escolhe com cuidados os projetos para não comprometer recursos organizacionais, busca aprender com os erros sem o custo político do fracasso público.
RISCO	Cauteloso.	Gosta de riscos moderados. Investe energia em suas ações buscando o sucesso.	Gosta de riscos moderados. Em geral por não temer a demissão não enxerga riscos.
STATUS	Importa-se com símbolos de status.	Aceita trabalhar com restrições de estrutura, como, por exemplo, em uma garagem, afinal o importante é o resultado.	Dispensa os símbolos tradicionais de status prefere símbolos de liberdade.
DECISÕES	Concorda com a estrutura formal, tomando decisões apenas quando solicitado.	Segue sua visão particular. Decisivo, é orientado para a ação.	Busca convencer os demais de sua opinião.

RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS	Resolve os problemas de acordo com os procedimentos definidos pela estrutura.	Evita os problemas em organizações com estruturas grandes e formais, deixando-as e começando por conta própria seu novo negócio.	Resolve os problemas de acordo com os procedimentos restabelecidos no sistema ou passa por cima dele, sem deixá-lo.
------------------------	---	--	---

Figura 2. Perfil do colaborador tradicional, empreendedor tradicional e intraempreendedor.
Fonte: Adaptado de Pinchot (1989).

Assim, conclui-se que a prática do intraempreendedorismo adere ao novo ambiente de trabalho desejado pela atual geração, sendo que as organizações devem aproveitar esse momento para destacar a empresa frente ao mercado e trazer a chance de inovar.

1.4 A PRÁTICA DO EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO

Para sobreviver no mercado, é importante que a organização esteja em constantes mudanças, sejam elas revolucionárias em empresas de grande porte ou básicas para as menores na qual, permite manter-se à frente dos concorrentes e utilizar os recursos disponíveis que a empresa possui para otimizar a produtividade.

Glavam e Silva (2016), citam que os colaboradores inseridos em processos rotineiros e burocráticos tendem a serem menos inovadores.

Importante citar que a cultura organizacional da organização que se faz a prática do empreendedorismo corporativo, precisa propiciar condições ideais de trabalho, oferecer remuneração justa, estímulo ao diálogo e a participação em processos decisórios, influenciando positivamente no desempenho dos colaboradores que possuem interesse em empreender internamente.

Assim, para que o empreendedorismo dentro das organizações possa florescer no ambiente organizacional torna-se necessário a criação de um ambiente que permita tal surgimento.

Um ambiente que estimule os colaboradores a melhorar processos, analisarem novas oportunidades, propor e criar ideias, conforme Hirisch e Peters (2004).

Implementar o intraempreendedorismo, afirmam Glavam e Silva (2016), diz respeito em demonstrar aos colaboradores o poder e a habilidade de inovar. Na visão de Hirisch e Peters (2004), o ambiente para inovar deve ser estabelecido pela organização para estimular novas ideias e esforços experimentais, sendo necessário estimular o trabalho em equipe, proporcionar os recursos e criar na alta cúpula da organização uma cultura de se manter comprometida com a cultura intraempreendedora.

Mas, o que significa exatamente uma cultura empreendedora nas organizações?

Assim, esclarece Chér (2008) as organizações precisam criar um ambiente propício ao intraempreendedor, uma vez que um colaborador que introduz inovações em uma organização provoca o surgimento de valores adicionais, fazendo com que o intraempreendedor se transforme em vantagem competitiva.

Glavam e Silva (2016) aduzem características de uma organização empreendedora, que estimula o intraempreendedorismo:

- Apoio do nível estratégico (*Top-Down*);
- Estímulo as novas ideias;
- Visão de Longo prazo;
- Equipes multi e interdisciplinares;
- Aceitação e orientação quando acontecerem erros;
- Recursos disponíveis para a ação intraempreendedora;
- Prática de sistema de recompensa/remuneração adequado.

No tocante a estrutura organizacional, exemplificam Glavam e Silva (2016) que, ao invés da tradicional estrutura hierárquica formal com regras e responsabilidades definidas, com rotinas padrão, a organização que deseja estimular o comportamento pró-ativo do intraempreendedor deve criar uma estrutura organizacional orgânica, diminuindo as regras e burocracia, especialmente aqueles entre o nível estratégico e os demais níveis organizacionais.

Visto que a tecnologia e a sociedade evoluem rapidamente, a inovação se faz a maior ferramenta estratégica. Por contribuir no desenvolvimento sustentável das organizações e na identificação das habilidades dos colaboradores, cultivar o empreendedorismo corporativo pode ser considerada uma relação em que todos saem ganhando. Para os colaboradores fomenta o espírito competitivo, a postura criativa e a confiança para tomada de decisão. Já para a empresa, incentiva a busca de soluções de forma inovadora, muda a postura relacionada ao chefe das organizações mais tradicionais e tende a ser um líder que participa, estimula, inspira e é inspirado por todos que fazem parte da organização.

Na mesma linha de raciocínio, Bessant e Tidd (2009) citam que o processo de inovação engloba novas possibilidades por meio da criação de um novo produto, identificação de novos e já existentes mercados para serem explorados e fomentados com novos e melhorados processos.

Segundo Sousa apud Coakes & Smith (2007), só a inovação pode permitir que a empresa continue a otimizar a introdução dos produtos certos, no tempo certo, no mercado certo, com a rede certa de distribuição.

O intuito é que a cultura intraempreendedora esteja presente em todos os níveis da hierarquia, onde todos devem trocar ideias e instituir novos projetos. Com o trabalho mútuo há maior probabilidade de destaque. Ainda que inovar gera custos, não inovar pode retratar perdas expressivas.

Deste modo, as estratégias organizacionais apostam cada vez mais na criatividade que, em geral, está associada a práticas de inovação (SOUSA apud MCADAM & KEOGH, 2004). A adoção de uma consciência inovadora contribui, definitivamente, para o descobrimento de ideias que o mercado exige.

A inovação é o resultado da criatividade agregada na condução e gerenciamento de todos os seus processos. Atuando e trabalhando assim, as empresas acumulam proveitos competitivos, reduzindo as possibilidades de ocorrência de insucessos. Desta forma, os colaboradores irão se sentir integralizados com a empresa, fazendo com que desperte uma necessidade de contribuir para o sucesso de todo o ambiente corporativo, tendo preocupação com a organização e com seus clientes e fornecedores, seus produtos e serviços, os desafios da empresa passam a serem seus desafios pessoais, as metas da empresa transformam-se em suas metas, gerando maior produtividade e da qualidade à empresa.

Desta forma, com base nos autores apresentados, acredita-se que a prática e o incentivo ao intraempreendedorismo tende a estabelecer um ambiente favorável ao fomento de ideias inovadoras nas organizações, assim como deve, por conseguinte, não apenas promover melhores resultados e a prolongar a efetividade organizacional, mas, e, também, a auxiliar na retenção de talentos e, simultaneamente, lidar de forma mais assertiva com as ameaças do mercado concorrente, pois, é uma relação ganha-ganha.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o intraempreendedor é o indivíduo com perfil empreendedor (inovador) que atua dentro da organização identificando oportunidades, melhorando produtos, serviços e processos, transformando ideias em negócio rentável, sem correr os riscos de abrir um negócio, pois, conforme Dees et al (2003), intraempreendedorismo se passa dentro de uma organização já existente, independentemente de seu tamanho, gerando não apenas novos negócios, mas, também,

inovação em negócios atuais.

Desta forma a literatura acadêmica sugere que o estímulo do empreendedorismo corporativo (EC), ou intraempreendedorismo, parece ser uma questão relevante para a sobrevivência das organizações nestes tempos de competição acirrada e mudanças constantes no cenário econômico global.

Relativo ao processo de inovação, quando de uma cultura que estimule o comportamento intraempreendedor, a tendência é de que os colaboradores sintam-se parte da organização, buscando contribuir para o sucesso de todo o ambiente corporativo, apresentado preocupação com a organização, clientes, fornecedores, produtos e serviços, internalizando e alinhando os desafios organizacionais aos seus desafios pessoais, gerando maior produtividade e qualidade nos processos.

Como vantagens do estímulo ao processo de melhoria feita por colaboradores, destaca-se a criação de um clima que promove a inovação e a criatividade facilitando a resolução de problemas e o aparecimento de novos produtos e soluções organizacionais, tendo efeitos positivos na competitividade da organização.

Isto, pois, quando da prática do empreendedorismo corporativo (EC), ou intraempreendedorismo, os colaboradores ganham pela motivação de verem as suas ideias aplicadas e reconhecidas pelo topo da organização, pelos retornos financeiros e pelo reconhecimento que podem obter na organização e entre os seus pares deixando de parte a participação passiva nos processos, o que, tradicionalmente acarreta em baixos níveis de inovação e, por conseguinte, de inovação organizacional.

Relativo ao perfil, os intraempreendedores possuem perfil específico, tendendo a serem comprometidos com a inovação, pró-ativos, analisadores de oportunidades e focados na ação, tendo por sua postura, função essencial na relação com os clientes e com o desenvolvimento de um novo produto ou serviço.

Por fim, acredita-se que aplicar o intraempreendedorismo se constitui no conjunto de ações e práticas organizacionais em demonstrar aos colaboradores que estes (estas) possuem a capacidade, domínio e habilidade de inovar, agindo positivamente na cultura e no clima da organização, resultando em melhores esforços produtivos, gerando comprometimento, responsabilidade e aumentando a satisfação com o trabalho da parte dos colaboradores, o que, comprovadamente, com base nos autores pesquisados, ao promover a capacidade dos colaboradores em criar valor inovador dentro da organização, contribui para a perenidade organizacional.

REFERÊNCIAS

- BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**: administração. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- CHÉR, R. **Empreendedorismo na veia**: um aprendizado constante. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- COAKES, E.; SMITH, P. A. C. Developing communities of innovation by identifying innovation champions. **The Learning Organization: The International Journal of Knowledge and Organizational Learning Management**, v. 14, n. 1, p. 74-85, 2007.
- DAVID, D. E. H. **Intraempreendedorismo Social**: perspectivas para o desenvolvimento social nas organizações. 2004. 204f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2004.
- DESS, G.G. et al. Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship. **Journal of Management**, v. 29, n. 3, p. 351-378, 2003.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.
- EESLEY, D. T.; LONGENECKER, C. O. Gateways to intrapreneurship. **Industrial Management**. Atlanta, v. 48, n. 1, p. 18, 2006.
- FERRAZ, S. F. S. et al. Práticas e modelo intra-empendedor em uma grande indústria têxtil brasileira. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO-CNEG, 4., 2008, Niterói- RJ. **Anais...** Rio de Janeiro: UFF, 2008.
- INTRA-EMPREENDEDORISMO em uma organização financeira de grande porte: um estudo diagnóstico. In: ANAIS DO ENCONTRO DA ANPAD-ENANPAD, 34., 2010, Rio de Janeiro-RJ. Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.
- FILLION, L.J. Visão e Relações: elementos para um Metamodelo Empreendedor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 33, n. 6, p. 50-61, 1993.
- ENTENDENDO os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004.
- GLAVAM, Rafael Bianchini; SILVA, Naiara Amália. **Empreendendo com excelência**: novos paradigmas do empreendedorismo global. Florianópolis: Ed. FUCAP, 2015. ISBN 978-85-66962-03-1.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, R. D. **Empreendedorismo**. 9a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

HISRICH, Robert D, PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MCADAM, R.; KEOGH, W. **Transitioning towards creativity and innovation measurement in SMEs**. Creativity and Innovation Management, 13, 2004.

PINCHOT, G. **Intra empreendedorismo na prática: um guia de inovações nos negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

EMPREENDEDORISMO: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

INTRAPRENEURING: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. Tradução Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Harbra, 1985.

INTRAPRENEURING: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

ZAHRA, S. A. et al. **A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges**. Journal of Business Venturing, v. 24, n. 5, p. 519-532, Sep. 2009.

O futuro das pesquisas sobre empreendedorismo

Roseane Fernandes Teixeira
Prof^ª. Msc. Emillie Michels

RESUMO

O papel do empreendedorismo como agente de desenvolvimento social e econômico cada vez mais se destaca em nosso país, contudo a produção acadêmica na área de estudo não tem impacto em nível mundial. Para se falar em futuro das pesquisas sobre empreendedorismo, iniciou-se a abordagem pelas atuais e foram utilizados para tanto os estudos de Almeida e Zouain, Iizuka et al, Gubert et al, e Bacelar e Teixeira. A criação de produtos e serviços, sobre tipos e perfis de empreendedores, educação e aprendizagem, são uns dos temas de pesquisa que se destacam. O futuro das pesquisas em empreendedorismo no Brasil e no mundo direcionam cada vez mais para perspectivas da educação, a formação necessária para a atuação do administrador/empreendedor, bem como o desenvolvimento da intenção empreendedora. A pesquisa bibliográfica, de abordagem qualitativa, apresentou pesquisas estrangeiras que apontam caminhos seguidos pelos principais eventos e revistas científicas brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Pesquisa. Produção científica.

1 INTRODUÇÃO

O Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBQP, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e apoio técnico do Grupo de Pesquisa Inovação, Sustentabilidade e Empreendedorismo em Pequenas Empresas da Universidade Federal do Paraná - UFPR, apresentou os resultados do Global Entrepreneurship Monitor – GEM para 2016 no Brasil. A pesquisa GEM é a mais abrangente pesquisa anual sobre atividade empreendedora no mundo, que explora o papel do empreendedorismo no desenvolvimento social e econômico. Atualmente, ter um negócio é o quarto sonho da nossa população, atrás de viajar pelo Brasil, comprar a casa própria ou um ^{1,4}automóvel. Segundo a pesquisa, 36% dos brasileiros possuem um negócio ou realizaram alguma ação, no último ano, para ser dono da sua própria empresa. (GEM, 2017)

Nessa respectiva edição, o GEM traz uma boa expectativa para o futuro: verificou-se que o empreendedorismo por oportunidade voltou a

crescer. 75% dos empreendedores nascentes – aqueles que estão envolvidos com a abertura de uma empresa – estão buscando esse caminho porque encontraram um nicho de atuação. Houve uma ligeira melhora na proporção de novos negócios por oportunidade. Foram 57,4% em 2016, contra 56,5%, em 2015. Outro dado importante do GEM é que as mulheres já correspondem a 51% dos empreendedores iniciais, mostrando que o aumento da participação feminina no mercado de trabalho também tem se refletido no empreendedorismo. Além disso, os mais velhos e os mais novos também estão procurando mais o empreendedorismo, como alternativa de ampliação da renda familiar. Se, em 2012, 7% dos empreendedores iniciais tinham mais de 55 anos, em 2016 esse número saltou para 10%. Já os brasileiros empreendedores entre 18 e 24 anos passaram de 18%, em 2012, para 20% no ano passado. (GEM, 2017)

Se esses dados revelam a prática no Brasil, a revisão do estado do conhecimento por Low e MacMillan em 1988 já apontavam linhas para pesquisas futuras sobre o empreendedorismo à época, confirmando que ocorreu um aumento substancial de pesquisas em empreendedorismo nos últimos trinta anos (FERREIRA et al, 2015). Como campo de estudos, o empreendedorismo busca entender como nascem as oportunidades para criação e desenvolvimento de novos produtos e serviços, mercados, processos produtivos, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como estas são descobertas por determinadas pessoas, que então utilizam de vários meios para explorá-las ou desenvolvê-las. (BARON; SHANE, 2011).

No Brasil, o primeiro Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Egepe) foi realizado em 2000, e em 2003 se lançou o tema empreendedorismo no contexto do Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnAnpad), onde na ocasião, criou-se uma área temática específica sobre “Empreendedorismo e Comportamento Empreendedor” e em 2005, incluiu o tema “Empreendedorismo e Negócios Inovadores”. (BACELAR; TEIXEIRA, 2016, p. 2) Assim, não seria equivocado afirmar que no Brasil o crescente interesse do meio acadêmico-científico e empresarial sobre a temática é recente. Almeida e Zouain (2016) trazem que o empreendedorismo é um dos temas acadêmicos que mais cresce atualmente, devido em grande parte à importância da criação de empresas para a prosperidade das economias em todo o mundo.

No intuito de apresentar possíveis futuras linhas de pesquisas sobre empreendedorismo no Brasil, optou-se por primeiramente fazer um levantamento do que já foi publicado para posterior discussão das tendências para a construção de conhecimento científico na área. Neste

contexto, este artigo está organizado em quatro seções. A primeira parte objetivou a contextualização do estudo, apresentando dados relevantes, os objetivos, sinalizando um procedimento bibliográfico combinado à uma análise qualitativa de discussão dos dados, bem como as motivações para o trabalho. A segunda seção apresenta as atuais linhas de pesquisas sobre empreendedorismo, seguida da que apresenta as futuras linhas de pesquisas sobre empreendedorismo. Por fim, a quarta seção apresenta as considerações finais, buscando contribuir com a indicação de quais caminhos poderão ser percorridos no Brasil.

2 ATUAIS LINHAS DE PESQUISAS SOBRE EMPREENDEDORISMO

Recentemente, em 2016, um trabalho importante foi realizado em nível nacional por Gustavo de Oliveira Almeida e Deborah Moraes Zouain, resultando um mapeamento mundial da literatura sobre empreendedorismo. Este artigo identificou, entre outros fatores, os artigos mais citados. Os dados para discussão foram coletados no site *Web of Science* presente na base de dados científicos do *Institute for Scientific Information* da Thompson Reuters, considerado como o indicador de impacto científico mais reconhecido no mundo. No total, foram encontrados 19.564 registros. Os resultados indicaram que a produção acadêmica e citações sobre empreendedorismo cresceu consideravelmente nos últimos anos. Os artigos com maior impacto, ou seja, com maior número de citações, foram produzidos nas décadas de 1980 a 2000. O Brasil teve uma participação relativamente pequena, com apenas 0,5% do total de artigos, denotando uma necessidade de maior investigação no país. (ALMEIDA; ZOUAIN, 2016)

Quadro 2 – Temas de Pesquisas dos artigos sobre empreendedorismo de 2008 a 2014

Autores	Ano	Título do Artigo	Citações Totais
SHANE, S.	2000	<i>The promise of entrepreneurship as a field of research</i> (Empreendedorismo como promessa de campo de pesquisa)	515
SCHUMPETER, J.	1934	<i>The theory of economic development</i> (Teoria do desenvolvimento econômico)	473
BARNEY, J.	1991	<i>Firm Resources and Sustained Competitive Advantage</i> (Recursos e vantagens competitivas sustentáveis)	315
LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G.	1996	<i>Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance</i> (Orientação empresarial: construção e vínculo com performance)	314
KIRZNER, I. M.	1973	<i>Competition and Entrepreneurship</i> (Competição e Empreendedorismo)	274
EVANS, D.S	1989	<i>Some Empirical Aspects of entrepreneurship</i> (Aspectos empíricos do empreendedorismo)	246

VIII. Empreendedorismo Feminino, Empreendedorismo por Gênero (10 artigos)	Conflito trabalho-família, Qualidade de Vida, Estilo gerencial, Homossexualidade, Produção científica.
IX. Crescimento Econômico, Aspectos Históricos e Culturais (6 artigos)	Tributação, BRICs, Comparação entre Países
X. Influência Religiosa, Religião (4 artigos)	Cidades Religiosas, Capital Espiritual

Fonte: Adaptado de Iizuka et al, 2015.

No Brasil, no ano de 2015, Edson Sadao Iizuka, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de Moraes e Anderson de Andrade Santos fizeram um estudo no intuito de analisar a produção acadêmica brasileira com a temática do empreendedorismo, especificamente, sobre o que foi produzido no âmbito dos encontros promovidos pela ANPAD: EMA, EnEO, Simpósio, EnEPQ, 3Es, EnGPR, EnAPG e EnANPAD entre 2001 e 2012. Destacou-se no estudo que os principais pesquisadores brasileiros sobre o empreendedorismo lançam nestes eventos os seus questionamentos e interesses, constituindo-se, portanto, num espaço privilegiado para compreender-se o estado da arte nesta temática, assim como tendências relevantes. Foi analisado um total de 150 artigos que continham no título a expressão “empreendedorismo”, localizados pelo sistema de busca eletrônico da ANPAD, em que foram identificados 22 autores mais referenciados e selecionadas as 23 referências mais citadas. (IIUZUKA et al, 2015)

Quadro 3: Categorias de Temas

Categorias	Quantidade de artigos
Empreendedorismo ligado à cultura ou localização geográfica	2
Empreendedorismo e internacionalização	2
Comportamento e competências empreendedoras	3
Conceitos de empreendedor e perfil empreendedor (inferências quanto ao gênero)	6
Empreendedorismo e crescimento econômico (municípios, estados, países)	2
Perspectiva histórica do empreendedorismo e do empreendedor	1

Fonte: Adaptado de Gubert et al, 2016.

Os principais resultados obtidos com relação ao estudo demonstram que a preocupação com relação ao perfil e ao comportamento do empreendedor tem destaque com relação a outras áreas. Ainda em 2016, Sueli Dantas Bacelar e Rivanda Meira Teixeira apresentaram no Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas – EGEPE, um estudo bibliométrico das publicações em periódicos e eventos sobre empreendedorismo no Brasil. Foram

consideradas as publicações no Spell - *Scientific Periodicals Electronic Library* - e nos artigos publicados nos anais dos eventos científicos Enanpad e EGEPE no período compreendido entre 2008 e 2014. Após identificar as publicações científicas na base no SPELL, EnAnpad e Egepe que tratam de empreendedorismo, no estudo, essas publicações foram classificadas quanto as temáticas de pesquisas. (BACELAR; TEIXEIRA, 2016)

Quadro 4: Temas de pesquisas dos artigos sobre empreendedorismo de 2008 a 2014

Temáticas de empreendedorismo	Foco
Tipos e perfis de empreendedores	Motivação para empreender, por necessidade ou oportunidade; Aspectos psicológicos, como: propensão a correr riscos, locus de controle e necessidade de realização; Características individuais, como escolaridade, idade, antecedentes familiares (GARTNER, 1985); Empreendedorismo jovem; Capital social; Comportamento e espírito empreendedor.
Empreendedorismo de Gênero	Características específicas do empreendedorismo feminino ou masculino, englobando os aspectos comportamentais femininos frente a negócios (CASSOL, SILVEIRA e HOELTGEBAUM, 2007);
Empreendedorismo étnico	Características empreendedoras ou de empreendimentos de grupos específicos relacionados à localização ou nacionalidade;
Empreendedorismo internacional ou internacionalização	Processo de ampliação do negócio para além da fronteira geográfica nacional;
Empreendedorismo regional e redes	Oportunidades ou características locais que favorecem ou não a ação empreendedora; Cluster; APL; Redes.
Performance de pequena empresa	Fatores de sucesso e fracasso de um empreendimento, que enfoca resultados de gestão; Histórias de sucesso e fracasso, bem como práticas que levam a esses resultados (NASSIF et al., 2010); Estratégia; Tomada de decisão; Sobrevivência de empresas.
Empreendedorismo corporativo	Autonomia das unidades de negócios das empresas e como as empresas devem tratar desse processo com seus funcionários (FARBER, HOELTGEBAUM e KLEMZ, 2011); Cultura empreendedora interna; Intraempreendedorismo;
Empreendedorismo familiar e processo de sucessão	Oportunidade de um empreendedor dar continuidade ou não ao negócio familiar
Empreendedorismo familiar e processo de sucessão	Cursos e iniciativas para formar ou capacitar empreendedores; Empresas juniores.

Empreendedorismo social e sustentável	Ações movidas por pessoas ou grupos empresariais que apresentam cunho social, objetivando, por exemplo, diminuição de desigualdades sociais, redução da pobreza (CAMPOS et al., 2012), ajuda na área da saúde e preservação do meio ambiente.
Captação de recursos	Capital de risco; Investidor anjo; Financiamento.
Processo empreendedor	Metodologia de startup, Spin-off; Modalidade de franquias.
Incubadoras e sistemas de apoio ao empreendedorismo e políticas públicas	Como parques tecnológicos, apoios legais, financeiros, formação profissional ou de isenção fiscal.
Inovação, tecnologia e pesquisa e desenvolvimento	Fatores que relacionam empreendedorismo e inovação.
Teorias sobre empreendedorismo	Estudos teóricos específicos, como bibliométricos, história e evolução da temática e seus conceitos e análise de variáveis que possam estar ou estão relacionadas com o tema; Artigos do tipo ensaios; Desenvolvimento ou crescimento econômico relacionado ao empreendedorismo; GEM.

Fonte: Adaptado de Bacelar e Teixeira, 2015.

Neste trabalho, foram identificados 871 artigos na pesquisa: 444 publicados em periódicos do SPELL, 170 apresentados no EnAnpad e 257 no EGEPE. Verificou-se que todas as temáticas mencionadas no referencial teórico foram identificadas nesta pesquisa com destaque para “tipos e perfis de empreendedores”, “análises teóricas sobre empreendedorismo” e “performance”. Vale a pena destacar o crescimento de estudos sobre “empreendedorismo social”, “corporativo” e “educação empreendedora”. A constante necessidade de compreensão e discussão de conceitos, típicas de uma área em busca de legitimação e consolidação, é corroborada pelo expressivo número de artigos com foco nas “análises teóricas sobre empreendedorismo”.

3 FUTURAS LINHAS DE PESQUISAS SOBRE EMPREENDEDORISMO

A pesquisa em empreendedorismo é campo de progresso limitado, multidisciplinar, caracterizado pelo fragmentalismo, afirmou Busenitz e demais autores em 2003. Ainda, não se pode esquecer do caráter permeável como área de pesquisa, e isso significa que estudiosos de vários outros campos se utilizam de seus modelos e conceitos para configurações empresariais. (BUSENITZ et al, 2003). Essa crítica à pesquisa em empreendedorismo é importante para compreender a

trajetória percorrida, perscrutar os esforços que se estão feitos para solidificar a área, e apontar as futuras linhas sobre empreendedorismo.

Para os mesmos autores, os fatores limitantes advêm do aumento da publicação de trabalhos empíricos, enquanto os trabalhos teóricos permaneceriam em um nível consistentemente baixo, o que influencia o estabelecimento de novos limites para a pesquisa em empreendedorismo. Em 2014, outro importante estudo publicado na Baylor University, na Revista *Empreendedorismo: Teoria e Prática*, que reconhece a qualidade e a legitimidade da pesquisa em empreendedorismo nos últimos anos, significativa não apenas em seu volume, mas também em impacto. Os pesquisadores continuaram o estudo de 2003, continuando a reunir esforços para compreender os domínios dos conceitos relacionados e aponta as futuras linhas de pesquisa em empreendedorismo aquelas vinculadas no cruzamento de variáveis como: oportunidade \times indivíduos e equipes, oportunidade \times modo de organização e oportunidade \times ambiente. (BUSENITZ et al, 2014)

Para Short e demais autores (2010), o conceito “oportunidade” deveria ser o tema central a ser solidificado na pesquisa em empreendedorismo. Seja por necessidade, conveniência, ou por ser uma simples ocasião favorável, a relação deste conceito com outras variáveis de pesquisa sinalizou uma direção. A associação com indivíduos e equipes busca identificar as características pessoais, os processos dinâmicos associados com o desenvolvimento do capital intelectual ou humano produzido, e a comparação entre os diferentes tipos de empreendedores. A conexão com o modo de organização inclui a análise das práticas de gestão, as estratégias e estruturas que permitem uma oportunidade de descoberta para ser transformada em um produto ou serviço viável. O ambiente como variável está preocupado com as taxas de arranque ao nível da população e os fatores culturais, econômicos ou de mercados que convergem para criar um ambiente que melhora ou inibe o empreendedorismo. (BUSENITZ et al, 2003)

O capital humano, há muito tempo, gera interesse nas pesquisas sobre empreendedorismo e tem crescido por utilizar o valor da educação como valor econômico. A força do conhecimento para criação e transformação de produtos, serviços e processos é de cada vez mais interesse da comunidade acadêmica. Marvel e demais estudiosos publicaram em 2016, também na Revista *Empreendedorismo: Teoria e Prática*, um estudo que resultou no desenvolvimento de tipologias de investimento de capital humano e em quais seriam seus resultados. A educação, a experiência e a rede de relacionamentos gerariam conhecimentos, competências e habilidades, e estes conceitos seriam *insights* para futuras pesquisas em empreendedorismo. (MARVEL et

al, 2016)

A intenção empreendedora também está presente nas linhas de frente em pesquisa sobre empreendedorismo, apesar do termo em específico ainda não ser identificado nas publicações nacionais. E novas direções estão sendo dadas no sentido de: a) criar modelos de intenção, ao aprofundar o conhecimento de nuances históricas e metodológicas; b) analisar o nível pessoal da configuração da intenção empreendedora; c) envolver as instituições no contexto do desenvolvimento das intenções empreendedoras; e d) identificar o link de comportamento entre a intenção empreendedora e a educação formal. Sendo assim, os pesquisadores podem estudar os impactos da cultura nacional, regional, profissional e empresarial, com a finalidade de identificar o impacto da educação nas intenções empreendedoras. (FAYOLLE; LIÑÁN, 2014)

O empreendedorismo como tecnologia social, levando-se em consideração a diversidade de campos de estudos e não de apenas espaço para grandes empresas e multinacionais, que é capaz de emoldurar equidade social e econômica, incluindo questões de empoderamento e emancipação de forma mais ampla, é campo de pesquisa atual e futuro nesta área. Welter e demais autores (2017) sinalizam a necessidade de não limitar o campo de pesquisa a um significado singular de empreendedorismo, mas sim de abarcar as possibilidades de heterogeneidade e diferenças. E, por conclusão, reconhecem a ironia do artigo: ao defender a diversidade, reproduzem-se as dicotomias do campo teórico-científico aqui já mencionadas. Contudo, cumprem seu objetivo de questionar como único o conceito de empreendedorismo voltado à negócios de larga escala. (WELTER et al, 2017)

Contudo, o futuro pode ser “tão repleto de riscos quanto maduro quanto a promessa”, afirmam Wiklund e demais pesquisadores (2011, p. 02). Em um trabalho em que o objetivo foi única e exclusivamente indicar o futuro da pesquisa em empreendedorismo, eles reconhecem que é sempre mais fácil pregar o futuro do que explicar o passado. Desta maneira, ao invés de realizarem uma revisão sistemática e abrangente identificando toda a literatura relevante, buscando extrair as evidências de quais tendências seguiriam as pesquisas na área, se concentraram em questões que acreditam moldar o pensamento em empreendedorismo para os próximos anos. E deparam-se com a própria problemática do campo: de ser fragmentado, de servir ao interesse de grandes corporações, de, pela busca dos conceitos teóricos, afastar da prática cotidiana do ato de empreender em sentido amplo. (WIKLUND et al, 2011)

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os trabalhos iniciais sobre empreendedorismo destacavam como linhas de pesquisa, sobretudo, a criação de produtos e serviços ou mesmo empresas de caráter privado, privilegiando o aspecto econômico relacionado ao empreendedorismo. Atualmente, as pesquisas nessa temática contemplam, além das empresas privadas, iniciativas promovidas no âmbito do setor público e da sociedade civil.

Considerando o fato de que as mulheres já correspondem a 51% dos empreendedores iniciais (GEM, 2017), outras linhas de pesquisas que emergem como relevantes no campo do empreendedorismo, estão relacionados ao gênero e à diversidade, levando em consideração as distinções quanto ao estilo de gestão das mulheres e sua relação com o ambiente familiar de gestão de negócios.

Outras possibilidades de pesquisas e perspectivas de análise têm emergido entre os pesquisadores brasileiros, no âmbito da Educação. Há muito tempo se discute a formação necessária para a atuação do administrador/empreendedor, e essa temática persiste ser atual. Desta maneira, a educação e sua conexão com a intenção empreendedora aparenta ser direção para as futuras pesquisas em empreendedorismo. Buscar a relação e o impacto da educação e ensino nas universidades e as intenções empreendedoras é outro caminho sinalizado.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Gustavo de Oliveira; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Mapeamento da literatura sobre empreendedorismo: uma abordagem bibliométrica**. *Biblionline: João Pessoa*, v. 12, p. 53-67, 2016. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/biblio/article/view/27765>>. Acesso em 20 set 2017.

BACELAR, Sueli Dantas; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Produção científica sobre empreendedorismo no Brasil: estudo bibliométrico das publicações em periódicos e eventos entre 2008 e 2014. 2016. *In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas - EGEPE*. Passo Fundo, Anais..., IX EGEPE, 2016.

Disponível em: <<http://www.egepe.org.br/2016/artigos-egepe/095.pdf>>. Acesso em 20 set 2017.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Cengage Learning, 2011.

BUSENITZ, Lowell W. et al. Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. **Journal of Management**, 2003, 29:285. Disponível em: <<http://jom.sagepub.com/content/29/3/285>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

BUSENITZ; Lowell W. et al. Entrepreneurship research (1985–2009) and the emergence of opportunities. **Entrepreneurship: theory and practice**, July, 2014. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12120/full>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

FAYOLLE, Alain; LIÑÁN, Francisco. The future of research on entrepreneurial intentions. **Journal of Business Research**, 67 (2014) 663 – 666. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/a4b6/43a57b477083def500db6d87a193e8663f22.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

FERREIRA, Manuel Portugal Vasconcelos; PINTO, Cláudia Frias; MIRANDA, Rui Mourato. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, n.º 2, p. 406 - 436, 2015. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/read/v21n2/1413-2311-read-21-02->

00406.pdf>. Acesso em 20 set 2017.

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil: 2016** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em 20 set 2017.

GUBERT, Flavia. Et al. Análise da produção científica referente à temática do empreendedorismo em pesquisas de administração. In: XVI MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, PÓS GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO, 2016, Caxias do Sul. **Análise da Produção Científica Referente à Temática do Empreendedorismo em Pesquisas de Administração**, 2016. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/mostraucspgga/xvimostrappga/paper/viewFile/4834/1739>>. Acesso em 20 set 2017

IIZUKA, Edson Sadao; MORAES, Gustavo Hermínio Salati Marcondes de; SANTOS, Anderson de Andrade. Produção acadêmica em empreendedorismo no Brasil: análise dos artigos aprovados nos eventos da Anpad entre 2001 e 2012. **Administração: Ensino e Pesquisa**, v. 16, n. 4, p. 723-723, 2015. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/41177/producao-academica-em-empreendedorismo-no-brasil--analise-dos-artigos-aprovados-nos-eventos-da-anpad-entre-2001-e-2012>>. Acesso em 20 set 2017.

MARVEL, Matthew R.; DAVIS, Justin L.; SPROUL, Curtis R. Human Capital and entrepreneurship research: a critical review and future directions. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, September, 2014. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12136/full>>. Acesso em: 11 nov. 2017.

OSWALD, Rosiane. Empreendedorismo: uma revisão bibliométrica sobre o perfil empreendedor na base de dados Spell. **Revista Conexão**, n. 1, 2017. Disponível em: <<http://revista.faiFaculdades.edu.br:8080/index.php/conexao/article/view/287>>. Acesso em 20 set 2017.

SHORT, Jeremy C.; KETCHEN, David J.; JR, Christopher L. Shook; IRELAND, R. Duane. The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: past accomplishments and future challenges. **Journal of Management**, 2010 36: 40. Disponível em:

<<http://jom.sagepub.com/content/36/1/40>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

WELTER, Friederike. Et al. Everyday entrepreneurship: a call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, October, 2016. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12258/abstract>> . Acesso em: 11 nov. 2017.

WIKLUND, Johan. Et al. The future of entrepreneurship research. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, October, 2016. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2010.00420.x/abstract>>. Acesso em: 11 nov. 2017.