



SIMPÓSIO NACIONAL DE INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ciência, Tecnologia e Desigualdades Regionais na Realidade Brasileira
02 a 04 de dezembro de 2021 – Frutal - MG

EMPREENDEDORISMO E SUAS DEFINIÇÕES: ALÉM DO PRÓPRIO NEGÓCIO¹

ENTREPRENEURSHIP AND ITS DEFINITIONS: BEYOND OWN BUSINESS

OLIVEIRA, Elisabete Pires de ¹; CARVALHO, Rita de Cassia Ribeiro²:

¹ Universidade do Estado de Minas Gerais. PPGDRMA, elisabete_p.oliveira@outlook.com

² Universidade do Estado de Minas Gerais. PPGDRMA, rita.carvalho@uemg.br

RESUMO

O termo empreender aparece desde o século XV quando em francês *entrepreneur* foi usado para designar “alguém que se compromete com algo”, porém se popularizou há algumas décadas motivado pelas bruscas mudanças no mercado de trabalho. Contudo, apesar de hoje a palavra estar intimamente ligada ao meio empresarial e mercadológico, pode-se observar atitudes empreendedoras desde a época das grandes navegações. O propósito deste trabalho é responder questões conceituais acerca do empreendedorismo e abordar uma discussão a respeito do projeto de educação empreendedora desenvolvido nas escolas municipais e estaduais de Passos, Minas Gerais. Para isso foi realizado um levantamento bibliográfico sobre os assuntos supracitados para cumprir como produto da disciplina de Gestão Sustentável de empreendimentos e Serviços do Programa de mestrado Profissional. Os resultados apresentam que empreendedorismo e atitudes empreendedoras nem sempre precisam estar atrelados ao mundo dos negócios, especialmente nas escolas, mas sim a visão de mundo, ao que se espera dele e o que se pretende fazer enquanto indivíduo. Empreender é planejar, avaliar e fazer acontecer, está mais ligado ao “ser” empreendedor do que ao “ter” um empreendimento.

Palavras-chave: Empreendimentos, Atitude Empreendedora, Educação Empreendedora.

ABSTRACT

The term entrepreneurship appears since the 15th century when in French entrepreneur was used to designate “someone who is committed to something”, but became popular a few decades ago motivated by the sudden changes in the labour market. However, although today the word is closely linked to the business and marketing environment, entrepreneurial attitudes can be observed since the time of the

¹ OLIVEIRA, Elisabete Pires de; CARVALHO, Rita de Cassia Ribeiro. Empreendedorismo e suas definições: além do próprio negócio. In: 1º SIMPÓSIO NACIONAL DE INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL: SINBRASIL, 2021. Anais.

great navigations. The purpose of this paper is to answer conceptual questions about entrepreneurship and to address a discussion about the entrepreneurial education project developed in the municipal and state schools of Passos, Minas Gerais. For this end a bibliographic survey was carried out on the aforementioned subjects to fulfill as a product of the Sustainable Management of Enterprises and Services discipline of the Professional Masters Program. The results show that entrepreneurship and entrepreneurial attitudes do not always need to be tied to the business world, especially in schools, but rather a worldview, what is expected of it and what is intended to be done as an individual. To undertake is to plan, evaluate and make it happen, it is more linked to “being” an entrepreneur than to “having” an enterprise.

Keywords: enterprises, Entrepreneurial Attitude, Entrepreneurial Education.

1 INTRODUÇÃO

Empreendedorismo é uma palavra que já se tornou comum há algumas décadas, mas mesmo antes da popularidade do termo, de acordo com Ruiz (2019), há quase um século se estuda o empreendedor, porém a figura já pode ser identificada historicamente desde os grandes navegadores, desbravadores, fundadores de grandes empresas de muito mais tempo atrás.

Os mais diversos fatores podem levar as pessoas ao caminho do empreendedorismo, pode uma boa ideia, pode ser a opção de não ter vínculo empregatício e ser dono do próprio negócio, pode ser a necessidade ou vontade de ter um horário mais flexível para dedicar mais tempo à família, ou aos estudos, ou ainda a necessidade, a falta do emprego formal.

Mas afinal, o que seria empreendedorismo? Quais foram seus caminhos até que a “atitude empreendedora” encontrasse um termo que a definisse como tal? Como são os perfis e características que possui um empreendedor? O que é um comportamento empreendedor e plano de negócios? Empreendedorismo na escola é um bom negócio?

O presente trabalho se propõe a responder através de revisão literária as questões elencadas acima, a fim de compilar as informações acerca do tema e trazer uma discussão entorno do empreendedorismo na educação básica de Passos (MG), que nos últimos anos tem investido com bastante ênfase no projeto Educação Empreendedora.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O que é empreendedorismo: origem e definições do termo?

De acordo com Franco e Gouvêa (2016) empreendedor é uma palavra de origem francesa: *entrepreneur* e foi usada pela primeira vez em 1437. Sua definição, naquele momento era: “alguém que se compromete com algo”, ou ainda em 1725, pelo economista irlandês Richard Cantillon designando o indivíduo que assume riscos (DORNELAS, 2008).

Ruiz (2019) mapeou na literatura o uso do termo empreendedorismo, e relata que em 1934, Joseph Schumpeter, um economista e cientista político austríaco, menciona a

palavra “empreendedor” enquanto sugere a remuneração com a apropriação do lucro do empreendimento questionando as relações de trabalho e dizendo que o empreendedor traz inovações capazes de romper com a ordem vigente (SCHUMPETER, 1934).

Segundo Franco e Gouvêa (2016) Joseph Schumpeter, foi o responsável por relacionar o termo empreendedorismo à inovação, o autor destaca a figura do empreendedor como agente do desenvolvimento econômico, atribui empreendedorismo às novas combinações de negócios e de empresários aqueles que às realizam o empreendedor é capaz de identificar as deficiências do mercado e introduzir inovações (SCHUMPETER, 1997).

O empreendedorismo como uma área de negócios, busca nas lacunas deixadas pelo mercado, novas possibilidades de supri-las com as mais diversas possibilidades. Inovando e aprimorando tecnologias, produção de matéria prima, prestação de serviços, entre outros (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

2.2 Perfil e comportamento do indivíduo empreendedor

O perfil do empreendedor é facilmente notado naquele indivíduo que tem “tino para negócios”, que é capaz de enxergar uma oportunidade a todo o momento, tem discernimento para julgá-la, criatividade, segurança e conhecimento para torná-la possível, e mais do que isso ele executa sua ideia tornando-a na maioria das vezes, um negócio de sucesso, ou às vezes não, já que empreender significa, também arriscar e o empreendedor sabe disso.

Hébert e Link (1989) afirmam que o empreendedor tem desempenhado muitos papéis, pois podem atuar nas mais diversas áreas, segurança, saúde, vestuário, prestação de serviços, arte, cultura, agricultura, planejamento e a até na própria área de negócios, já que muitos empreendedores se propõem a prestar consultorias em empresas.

O empreendedor é aquele profissional que se dispõe a gerar riqueza diversificando os caminhos para isso nas áreas de conhecimento, transformando demandas em produtos ou serviços, descobrindo oportunidades e implementando suas ideias, colaborando com o desenvolvimento de todos, inclusive com o do próprio mercado (DOLABELA, 2008).

Empreender é transformar ideias em oportunidades, envolvendo pessoas nos processos até que a implementação da ideia permita criar um negócio de sucesso (DORNELAS, 2008).

2.3 Plano de negócios

Plano de negócios é um documento que descreve um empreendimento bem como o modelo de negócios que o sustenta. Esse documento além de conter uma visualização geral do empreendimento, ainda estabelece metas e diretrizes para ele, permitindo assim um gerenciamento e uma tomada de decisão mais eficaz acerca do negócio em questão. Um bom Plano de Negócios, também possibilita acesso a financiamentos para pequenos empresários e novos empreendedores (HALICKI, 2012).

Um plano de negócios não é uma estrutura única e rígida, pelo contrário, deve ser adaptado a necessidade de cada empreendimento, para isso é necessário uma pesquisa aprofundada sobre produto, clientes e concorrentes. Tais atitudes

proporcionam um amplo conhecimento acerca das possibilidades do mercado, antecipa a previsão de problemas evitando prejuízos futuros (PEREIRA; LOPES, 2020).

O melhor momento para se trabalhar em um plano de negócios é antes de se começar o negócio, pois além de coletar todos os dados que podem ser importantes para a abertura da empresa, ele terá a finalidade de avaliar os riscos e potencialidades e assim, facilitar sua implantação ou ampliação e principalmente sua viabilidade. (SANTOS; PINHEIRO, 2017).

2.4 Empreendedorismo na escola é um bom negócio?

A BNCC (Base Nacional Comum Curricular) Brasil (2018) traz em um de seus textos introdutórios as competências gerais para a educação básica, e entre elas estão exercitar a curiosidade intelectual, compreender e utilizar tecnologias digitais tanto na comunicação como na produção de novos conhecimentos, valorizar a diversidade e entender as relações do mundo do trabalho claro, tudo isso alinhado ao protagonismo do estudante, consciência crítica, posicionamento ético, responsabilidade e sustentabilidade.

Nestas competências pode-se perceber a presença da atitude empreendedora, já que visam criatividade, aprimoramento pessoal, planejamento e inovação, porém sem foco mercadológico, segundo Almeida et al. (2019) a educação empreendedora deve desenvolver as ideias inovadoras e potencializar a criatividade de modo a responder aos desafios que o mundo atual apresenta.

Para impulsionar esses desafios é preciso alavancar práticas educativas que tragam tais abordagens desde o início da formação, o que justifica o estímulo das práticas empreendedoras desenvolvendo habilidades e atitudes de forma abrangente e duradoura, transpondo os conceitos teóricos, mas com vivências relevantes capazes de contribuir não só na formação do aluno, mas do indivíduo que transformará o mundo de acordo com as necessidades de seu tempo (REINA; SANTOS, 2017).

O empreendedorismo na escola deve ser, portanto, aplicado como uma ferramenta de metodologia ativa, onde alunos e professores possam experimentar a aprendizagem através de situações problemas reais, como na abertura de um negócio, ou mesmo jogos vivenciais, de modo que os alunos possam imergir nos conceitos propostos de maneira mais atraente e efetiva.

3 MÉTODOS

Considerando-se os objetivos e questões levantadas no presente estudo, realizou-se um levantamento bibliográfico conceituando empreendedorismo e algumas de suas especificidades. Entender a necessidade, a prática, e os rumos do empreendedorismo é fundamental importância para que tal discussão tenha um caráter conceitual e crítico, especialmente no que diz respeito à educação empreendedora.

A pesquisa em artigos científicos da área, associada a documentos oficiais, como a BNCC, e aos conteúdos disponibilizados pelo SEBRAE, trazem além da teoria à prática, quando se atrela tudo isso as vivências relatadas no estado de Minas Gerais, e na cidade de Passos, reafirmando a necessidade de se continuar as discussões em torno do tema.

Os dados coletados foram descritivos, compilando informações e impressões capazes de direcionar desde a apresentação do tema, até a discussão dos tópicos apresentados. A análise de conteúdo foi formada por três etapas, segundo a orientação de Bardin (2016), sendo a pré-análise, análise ou descrição analítica e interpretação dos resultados.

Na fase de pré-análise foi realizada a seleção de bibliografia. Na análise do material ou descrição analítica, o material foi subordinado a um estudo detalhado direcionado a responder aos questionamentos da pesquisa e aos objetivos. E por fim, a fase de interpretação de resultados, onde a fundamentação teórica será correlacionada com os resultados obtidos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente trabalho buscou responder questões conceituais acerca do empreendedorismo, pontuando-as uma a uma e sanando-as de acordo com o referencial bibliográfico encontrado, de forma que:

Empreendedorismo é um termo de origem francesa, *entrepeneur*, que significa alguém que se compromete com algo, o ato de empreender está intimamente ligado a inovar, a romper com a ordem, mesmo que isso acarrete se expor a algum risco. No século 17, a palavra empreendedorismo foi associada a empresas e pequenos negócios que buscam suprir as necessidades deixadas pelo mercado.

O perfil do empreendedor é facilmente notado nas características do indivíduo que o faz por vocação, este apresenta discernimento, criatividade, segurança e conhecimento para colocar seus planos, sejam eles empresariais ou não, em prática, transformando suas ideias em oportunidades. Muitas vezes o comportamento empreendedor não depende apenas de vocação, mas também de estudo, mudança de postura e de planejamento.

Plano de negócios é um documento fundamental para abrir ou ampliar um projeto, reúne em seu corpo os objetivos do empreendimento, análise de mercado, aquisição de insumos/ matéria prima, custos, lucros, riscos, prevê possíveis problemas e viabilidade da execução. É um planejamento, detalhado e específico para cada empreendimento, deve ser flexível respeitando as variáveis apresentadas.

As atitudes empreendedoras são um bom negócio na escola, desde que elas representem a prática de valores para uma metodologia ativa e atraente que incentive a inovação, a criatividade, de maneira abrangente e duradoura despertando em alunos e professores tanto a construção do conhecimento, quanto a mudança de comportamento visando uma formação de uma sociedade mais ética e sustentável.

Educação empreendedora é uma ferramenta para despertar habilidades, não um fim para que se formem empreendedores mirins. Mas o fato, talvez mais importante dessa discussão, é que ela precisa amadurecer cada vez mais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender é uma habilidade ligada à vocação, estudo e atitude, é mais do que um bom negócio empresarial, é encarar os desafios como possibilidades, é responder às demandas do momento com criatividade e inovação, visando melhores condições para si e para os outros.

De fato, a educação empreendedora é uma realidade, provavelmente sem volta, atitudes empreendedoras fazem a diferença no mundo atual, a escola fará parte desta mudança cada vez mais cedo, como dizem os próprios documentos que norteiam a educação brasileira, o problema é quem, quando, onde e como isso será feito, para que o empreendedorismo da educação seja mais que uma feira, mas sim uma ferramenta de construção do conhecimento e de mudança de comportamento.

Não há momento certo para começar a ser um empreendedor, nem uma receita, mas existem orientações e entidades especializadas em ajudar quem pretende enveredar pelos caminhos do empreendedorismo com mais segurança e propriedade. É preciso planejar, avaliar e realizar com responsabilidade de quem assume riscos que às vezes podem ser bem altos assim como os ganhos daqueles que não desistem e investem em seus sonhos. Empreender é dispor de autonomia, consciência crítica, posicionamento ético, responsabilidade e sustentabilidade para a vida em sociedade.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BRASIL. Ministério da Educação. Base Nacional Comum Curricular. Brasília, 2018.
- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luíza**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. Como Nasce o Empreendedor e se cria uma Empresa. São Paulo: Sextante, 2008.
- DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FRANCO, J. O. B.; GOUVÊA, J. B. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. v.5, n.3, p. 144-166, 2016.
- HALICKI, Zélia. **Empreendedorismo**. Curitiba: Rede Etec Brasil. 2012.
- HÉBERT, R. F.; LINK, A. N. In search of the meaning of entrepreneurship. **Small Business Economics**. v. 1, n. 1, p. 39-49, 1989.
- PEREIRA, Clissie Eduarda Pinto; LOPES, Paloma de Lavor. PLANO DE NEGÓCIOS: Viabilidade de uma franquia da Ahoba Viagens no Sul Fluminense. **Revista Episteme Transversalis**, Volta Redonda-RJ, v.11, n.1, p.83-104, 2020.
- REINA, Fabio Tadeu; SANTOS, Roberto Augusto dos. Educação Empreendedora: práticas educativas para dinamizar a ascensão pessoal e profissional dos alunos. **Temas em educação e saúde**. v. 13, n. 1, p. 147–163, 2017.
- RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo. 2019.
- SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: Um estudo de caso. **Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção**, v.5. n.8. p.150-165, 2017.
- SCHUMPETER, Joseph A. **A Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SCHUMPETER, Joseph A. Robinson's Economics of Imperfect Competition. **Journal of Political Economy**. Chicago: v. 42, n. 2, p. 249-259, 1934.

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