

PROJETO DE MONOGRAFIA

Ravhy Estevão Correia

**EMPREENDEDORISMO - UMA ANÁLISE APROFUNDADA DO CONCEITO
E PRINCIPAIS FATORES**

**Juazeiro do Norte – CE
2022**

1 INTRODUÇÃO

No conceito GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

Esta pesquisa irá tratar, de forma geral, de uma revisão crítica bibliográfica de alguns conceitos de empreendedorismo já consolidados mundialmente, buscando destacar características comportamentais do empreendedor e as tendências que o influenciam na implantação de práticas que resultam no sucesso de seus negócios.

O empreendedor é o responsável pela realização de novas combinações de empreendedorismo, o que está diretamente associado à inovação. No início deste século surgiu uma nova visão do desenvolvimento econômico e da inovação conceituada por Joseph A. Schumpeter. Sua teoria destacou o modelo dinâmico da economia, em que ocorrem as transformações que geram o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1982).

Ainda que a capacidade de empreender seja um conceito difícil de definir, uma observação mais minuciosa sobre empreendedorismo, empreendedor e cultura empreendedora pode conduzir à consideração de que se referem a diversos outros conceitos. Porém, alguns conceitos podem ser destacados, vale ressaltar que os economistas reconhecem sua importância desde o século XVII (OLIVEIRA, 1995).

O Brasil apresenta grande potencial para o empreendedorismo. De acordo com a Global Entrepreneurship Monitor (GEM), a taxa de empreendedorismo no Brasil é de 38,7 (2019), segundo melhor patamar total de empreendedores, desde 2002. São mais de 53,4 milhões de brasileiros se dedicando ao negócio próprio.

Buscar-se-á aqui dar destaque às características dos diferentes tipos de empreendedores, dando atenção ao otimismo, autoconfiança, coragem, persistência e resiliência, que traduzem vantagens fundamentais na diferenciação e motivação do cliente para escolher determinado negócio.

Por fim, será analisado o desenvolvimento de políticas públicas em prol do empreendedorismo como forma fundamental para conseguir elevar o empreendedorismo no Brasil, facilitando a abertura de empresas e aumentando o percentual de sobrevivência dos novos negócios.

Para a obtenção do desenvolvimento e resultado deste artigo, o tipo de pesquisa utilizada para este trabalho foi a bibliográfica, para ser levantado o que os autores tratam

sobre o tema, sendo ainda uma pesquisa qualitativa e explicativa. Trata-se ainda de pesquisa exploratória, que não tem a pretensão de esgotar o tema, mas trazer substrato para pesquisas futuras de aprofundamento.

Assim, o presente trabalho teve como objetivo geral: Compreender os conceitos de empreendedorismo a luz de um contexto teórico. Teve ainda como objetivos específicos: Analisar conceitos, dados históricos, sociais e jurídicos do empreendedorismo brasileiro; Refletir sobre as características e motivações para se empreender no Brasil; Discutir, de forma geral, acerca da mentalidade empreendedora e como se dá o apoio governamental, através da implantação de políticas públicas.

A temática abordada suscita pesquisa, por tratar-se de um assunto atual no setor empresarial e industrial brasileiro, além de ser de suma importância para o aprendizado acadêmico, uma vez que esta pesquisa permite vivenciar de forma mais prática e contextualizada o assunto.

A reflexão acerca dessa temática e a discussão dos seus aspectos econômicos e sociais podem acarretar mudanças significativas no âmbito comercial, pois através do incentivo e da implantação do empreendedorismo é possível criar novas experiências e negócios, utilizando ferramentas inovadoras, para se destacar em um mercado marcado pela concorrência.

Tem-se ainda a intenção de demonstrar a importância do incentivo de políticas públicas no desenvolvimento do empreendedorismo e as questões socioeconômicas que influenciam neste processo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A palavra empreendedorismo possui origem na palavra francesa 'entrepreneur' que significa “aquele que assume riscos e começa algo novo com liderança e organização”. Empreendedorismo é a forma por meio da qual se revitaliza negócios que já existem ou que se criam novos empreendimentos e produtos. É de grande valia social, pois através deste é possível que as empresas ou pessoas busquem sempre inovar e identificar oportunidades lucrativas (DORNELAS, 2005).

Assim, empreendedorismo é a capacidade de identificar problemas e oportunidades e dedicar recursos e habilidades para criar um negócio, projeto ou movimento que possa aproveitar a mudança e ter um impacto positivo.

Empreender é uma antiga prática social, possuindo origem desde os primórdios das trocas comerciais entre os indivíduos na sociedade, mas, no entanto, este conceito não era discutido ou conhecido como é hoje. A partir da evolução dos mercados e da sociedade, os cientistas passaram a se interessar pelo fenômeno (LANDSTROM, HARIRCHI, ASTROM, 2012).

Contudo, empreender é usar o tempo e suas melhores habilidades técnicas e comportamentais para criar valor de forma autônoma, assumindo riscos e aceitando desafios. Empreender pode ser uma ação de uma ou mais pessoas com esse perfil.

Durante a Idade Média, o sistema de empreendedorismo evoluiu com base nas classes dos comerciantes e no desenvolvimento das cidades. Neste período, o termo empreendedor foi usado para descrever desde um pequeno participante quanto um administrador de grandes projetos de produção (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009).

Para Drucker (1998), empreender é arriscar, ir além das fronteiras ou do que é tradicional, fazer coisas que ainda não foram feitas até então. Empreendimento é o negócio propriamente dito, enquanto o empreendedor é o responsável pelo empreendimento. Empreendedor é aquele capaz de visualizar o resultado de suas ações a longo prazo e que, para alcançar os objetivos almejados, junta esforços humanos e financeiros.

O papel do empreendedorismo no desenvolvimento econômico envolve mais do que apenas o aumento de produção e lucro, também diz respeito a iniciar mudanças no mundo dos negócios e na sociedade (HISRICH; PETER, 2004).

O empreendedor possui a função de reformar, renovar e revolucionar o padrão de produção, explorando suas ideias e trazendo uma invenção ou uma forma tecnológica ainda não experimentada anteriormente para a produção de bens ainda não vistos ou um bem antigo de maneira nova e mais eficaz, possibilitando assim uma nova comercialização para produtos e organizando um novo setor. (SCHUMPETER, 1952)

Para (SHAPERO, 1975) há um consenso quanto ao conceito de empreendedorismo, por ser uma espécie de comportamento que inclui tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais, econômicos e de produção, a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, aceitando o risco ou o fracasso.

O empreendedorismo é um processo dinâmico capaz de criar riquezas através do comprometimento em assumir riscos patrimoniais, destinando tempo e depositando valor para algum produto ou serviço, que pode não ser novo ou único, mas que de algum modo

possa ser infundido pelo empreendedor ao receber e concentrar as habilidades e os recursos necessários. (RONSTADT, 1984)

Empreender é criar valor, com pessoas e organizações que trabalham juntas, para praticar uma ideia, por meio da aplicação da criatividade e da capacidade de transformar. Quem empreende deve ter visão e percepção para identificar as oportunidades, focando suas ações não somente no empreendimento, mas também em quem faz parte dele, pois tais atitudes é que definirão se o negócio obterá sucesso ou não. (LEITE, 2000)

Um verdadeiro empreendedor possui criatividade, expandindo-a para toda a equipe gerida, criando assim uma cultura de inovação no seu negócio. Há chances de o empreendimento fracassar, contudo o real empreendedor possui facilidade em superação e em lidar com situações difíceis e incomuns, buscando aperfeiçoar sempre algo que não deu certo, enxergando no fracasso uma oportunidade de aprender e melhorar suas técnicas e ações, não se deixando abalar. (DORNELAS, 2008)

Para Dolabela, 2010: “Pode-se dizer que os empreendedores dividem-se igualmente em dois times: aqueles para os quais o sucesso é definido pela sociedade e aqueles que têm uma noção interna de sucesso”.

O empreendedor é aquele que faz com que as coisas aconteçam, é dotado de instinto apurado para os negócios e na identificação das oportunidades. Transforma ideias em realidade, visando vantagem para si e para o público alvo. Por possuir criatividade e energia de recomeços, o empreendedor demonstra sua capacidade de perseverança, qualidades que, combinadas de forma adequada, permitem a transformação de uma simples ideia em algo concreto e propenso ao sucesso. (CHIAVENATO, 2007)

Existem dois tipos de empreendedorismo, o primeiro é voltado à necessidade, ligado ao fato de não haver alternativa que não seja criar e sair da monotonia, já o segundo trata-se de descoberta de oportunidade de negócio lucrativa. (LEITE E OLIVEIRA, 2007)

Existem ainda três características básicas de um empreendedor: Necessidade de realização pessoal, o que o diferencia dos outros; disposição para assumir riscos; e, por fim, a autoconfiança, que gera segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas. (CHIAVENATO 2007)

Para Chiavenato (2012), o empreendedor:

É a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Essa definição envolve não apenas os fundadores de empresas e criadores de novos negócios, mas também os membros da segunda ou terceira geração de empresas familiares e os gerentes proprietários que compram empresas já existentes de seus fundadores. O espírito empreendedor está

também presente em todas as pessoas que, mesmo sem fundar uma empresa ou iniciar seus próprios negócios, estão preocupadas e focadas em assumir riscos e inovar continuamente, mesmo que não estejam em seus próprios negócios. (CHIAVENATO, 2012)

Após 15 anos do início das primeiras ações, o Brasil tem grande potencial de desenvolvimento dos maiores programas de ensino de empreendedorismo do mundo. O Programa Brasil Empreendedor do Governo Federal, por exemplo, foi destinado a mais de 6 milhões de empreendedores no país, entre os anos de 1999 e 2002, também há o Empretec e o Jovem Empreendedor do SEBRAE, programas de capacitação com muita procura e ótima avaliação, que possuem enorme crescimento e participação no desenvolvimento de empresas incubadoras. (DORNELAS, 2005)

Contudo, existem fatores que limitam este desenvolvimento, pelo fato do país ser carente em políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo em longo prazo como alternativa ao desemprego e de apoio, assim como fazem atualmente a iniciativa privada e as entidades não governamentais. (DORNELAS, 2005)

A instituição de pesquisa internacional GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que avalia o nível de atividade empreendedora nos países participantes, indicou que o Brasil alcançou a taxa de 23,3% em relação ao empreendedorismo inicial. Vale dizer que essa marca não fora atingida anteriormente, colocando o Brasil como em segundo melhor nível total de empreendedores desde o ano de 2002 (ASN, 2020).

A palavra estratégia, cuja origem vem do grego 'strategia', dentre um de seus significados, traduz a utilização de métodos para que seja alcançado um objetivo específico. Seu conceito encontra-se presente em vários contextos e situações, sendo difícil defini-lo de uma única forma. Vale dizer que, inicialmente, possuiu relação com as áreas militares para que através da aplicação dela, fosse alcançada a conquista de territórios alheios. Já voltada para o contexto organizacional, são normalmente utilizadas com o intuito de melhorar a produtividade e os resultados da empresa. (DOGSON, 2015)

No mundo dos negócios, a estratégia é utilizada com o fim de atingir objetivos em longo prazo. É a implementação de planos adotados para o crescimento da empresa, baseando-se na utilização dos recursos disponíveis no momento, tanto no que se refere ao ambiente interno quanto ao externo. A estratégia poderá ser utilizada nos momentos bons, para assim mantê-los ou aprimorá-los, como também nos ruins, com o fim de sair da situação prejudicadora da melhor forma possível. (NETO, 2010)

Apesar de muitos relacionarem empreendedorismo com improvisação, para que um empreendedor alcance seus objetivos e seja bem-sucedido ele deve possuir um plano de negócio. A ansiedade em iniciar um novo negócio não deve permitir que o empreendedor se negligencie pela desinformação sobre a necessidade de elaboração de um planejamento. (CHIAVENATO, 2007)

O plano de negócio é de extrema importância para o empreendedor no início do seu projeto, pois através dele será possível ter uma noção maior de suas ideias e de como executá-las. O fato de possuir um plano não elimina a possibilidade de existência de erros, porém direciona para a melhor forma de como enfrentá-los, direcionando os esforços. Um bom plano de negócio ajuda a atrair investidores, parceiros e fornecedores, possuindo ainda sete partes básicas, tais sejam: um sumário executivo, uma análise completa e detalhada do setor em que a microempresa vai operar, a natureza jurídica, a estrutura da organização, simulação de relatórios financeiros, planos estratégicos e plano operacional. (CHIAVENATO, 2007)

De acordo com Chiavenato (2007, p.145):

O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem-sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende.

O planejamento estratégico atua como principal ponto para as ações que uma empresa irá traçar, a fim de alcançar o sucesso almejado, tendo como principais elementos missão, visão, valores essenciais, objetivos, estratégias e premissas básicas. (CHIAVENATO, 2007)

Conforme informa o SEBRAE (2016), o planejamento estratégico ou plano de negócios, é um instrumento que traduz oportunidade para construir, rever ou desenvolver a percepção da realidade de uma empresa, com uma observação crítica e coerente, gerando segurança e clareza para a imagem que a organização deseja assumir perante seu público. O planejamento estratégico tem ainda como função a maximização dos objetivos do empreendedor e a minimização de seus problemas ou obstáculos.

No Brasil há diversos órgãos que visam incentivar e apoiar a atividade empreendedora. O SEBRAE, por exemplo, oferece cursos e programas sobre o tema, temos também as fundações estaduais que apoiam pesquisas voltadas ao empreendedorismo e desenvolvimento organizacional, e as incubadoras de novos

negócios, além da oferta de ensino superior para o empreendedorismo, as fundações de amparo à pesquisa, CNPq, BNDES, que também são de grande valia. (MAXIMIANO, 2006)

3 METODOLOGIA

O presente trabalho monográfico possui enfoque na temática do empreendedorismo no Brasil, destacando seus obstáculos e tendências, aplicados ao setor empresarial. O tipo de pesquisa utilizada para este trabalho será a bibliográfica e documental, para ser levantado o que os autores tratam sobre o tema, sendo ainda uma pesquisa qualitativa e explicativa.

Por tratar-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, permite integrar de forma mais clara e objetiva o tema escolhido, utilizando como fontes de estudo o ponto de vista de autores e artigos científicos para coleta de informações, que irão responder ao objetivo apresentado.

No que tange à pesquisa explicativa e exploratória, busca-se explicar a importância do empreendedorismo no Brasil, focando nos principais obstáculos enfrentados pelos empreendedores e as tendências deste setor, explanando a temática sob a perspectiva de diversos autores. Trata-se ainda de pesquisa exploratória, que não tem a pretensão de esgotar o tema, mas trazer substrato para pesquisas futuras de aprofundamento.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Nesta etapa do projeto, buscou-se, de forma sucinta e clara, analisar os resultados das informações até então obtidas. Dessa forma, será explanada, de forma preliminar, a compreensão de diversos autores que fundamentarão a pesquisa através de uma ótica bibliográfica.

O estudo buscou compreender o empreendedorismo e suas particularidades como fator de relevância organizacional. Podemos constatar que o empreendedorismo refere-se à capacidade criativa de iniciar algo novo ou aprimorar o que já existe, assumindo riscos e responsabilidades, tendo grande valia social, pois através deste é possível que as empresas ou empreendedores singulares busquem lucro através da inovação e identificação de oportunidades. O empreendedor deve ser capaz de saber em qual momento e oportunidade que podem negociar seu produto ou serviço no mercado.

Compreende-se que empreendedor é aquele que promove inovação nas atividades empresariais, realizando mudanças significativas na organização ou pequeno negócio, com a utilização do otimismo e da capacidade de enfrentar obstáculos com energia e perseverança, o que permite a transformação de uma simples ideia em algo concreto e propenso ao sucesso.

Constatou-se que, no Brasil, o empreendedorismo obteve maior atenção dos empresários na década de 90, quando as empresas começaram a receber apoio das instituições especializadas, obtendo, com isso, mudanças favoráveis no cenário empresarial. Segundo as informações coletadas, o Brasil é um dos países com maior índice de pessoas que praticam a atividade empreendedora.

Percebe-se que a estratégia e o plano de negócios são instrumentos importantes na formação e desenvolvimento da empresa, por serem regras planejadas com o objetivo de alcançar as metas da organização. Ficou evidenciado que as estratégias são opções que direcionam o empreendimento a desenvolver suas atividades com mais eficiência.

Por fim, verificou-se que, em termos nacionais, o Brasil possui instituições de destaque e prestígio como o SEBRAE, que apoia e incentiva as atividades empreendedoras, dando suporte para o desenvolvimento das grandes e pequenas empresas, sem distinção, ofertando cursos de aprimoramento e pesquisas, com a finalidade de melhorar o setor empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa terá como finalidade analisar a história da atividade empreendedora no mundo, demonstrando, de forma mais aprofundada, a origem do empreendedorismo no mundo e como se deu sua implementação no Brasil. Buscar-se-á demonstrar as vantagens e desvantagens enfrentadas pelos pequenos e grandes empreendedores, as características dos indivíduos que se arriscam nessa jornada imprevisível, os principais problemas enfrentados por estes, bem como as políticas públicas incentivadoras ao empreendedorismo.

Concluiu-se, preliminarmente, que o empreendedorismo evolui e se adequa de acordo com o período e contexto social em que se encontra e que, para obtermos mudanças e maior destaque no setor econômico, se faz necessário incentivo do Poder Público, seja na implantação de políticas públicas que facilitem a vida do empreendedor, seja no financiamento de atividades voltadas à qualificação profissional destes indivíduos. Vale ressaltar que o empreendedorismo movimentará não só o mercado interno,

quanto o externo, gerando empregos e contribuindo para o aumento significativo do PIB brasileiro.

REFERÊNCIAS

- ARRUDA, Carlos; COZZI, Afonso; NOGUEIRA, Vanessa; DA COSTA, Vinícius. **O ecossistema empreendedor brasileiro de startups**. Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral, 2013.
- ASN – Agência Sebrae de Notícias. **Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020**. Negócios, 10 jun. 2020. Disponível em: <<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020>>, Acesso em: 10 de maio de 2020.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2ª ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- DODGSON, C. L. **O papel da tecnologia da informação na execução da estratégia das empresas** – Parte 2. 07 de jul. de 2015 Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/ti-na-execucao-da-estrategia-das-empresas/>> . Acesso em: 17 de abr. de 2022.
- Dolabela, F. (2010). **A corda e o sonho**. Revista HSM Management, 80, pp. 128-132.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- DRUKER, P.F., Inovação e Espírito Empreendedor, Editora Pioneira, São Paulo, 1987.
- GRECO, Simara Maria de Souza S. (Coord.) et al. (2014). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP.
- Hisrich, R. D., & Peter, M. P. (2004). Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.
- HISRIC, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Teresa Cristina Felix de Souza. 7. ed. Porto alegre: Bookman, 2009.
- LANDSTROM, H.; BENNER, M. **Entrepreneurship research: a history of scholarly migration**. In: LANDSTROM, H.; LOHRKE, F. (org). Historical foundations of entrepreneurship research. Great Britain: Edward Elgar Publishing. p. 15-45, 2010
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G.; ASTRÖM, F. **Entrepreneurship: Exploring the Knowledge base**. Research Policy, v. 41, n. 7. p. 1154-1181, set. 2012.
- LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2000.
- Leite, A., & Oliveira, F. (2007). **Empreendedorismo e Novas Tendências**. Estudo EDIT VALUE Empresa Junior, 5, 1-35. Disponível em: <<http://www.foreigners.textovirtual.com/empreendedorismo-e-novastendencias-2007.pdf>>. Acesso em: 06 de abril de 2022.

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

MEDEIROS, Tiago César de Paiva. **Empreendedorismo e inovação: Um estudo de caso na indústria de software do Rio Grande do Norte**. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

MORAES, Luciana Silva; SOUZA, Leandro Martins. **Causas das falências das pequenas empresas no Brasil**. Revista científica Semana Acadêmica. Edição 07, Volume 1, 2012.

NETO, F. **A importância da estratégia e do planejamento para as organizações em tempos de crise**. 20 de jan. de 2010. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-da-estrategia-e-do-planejamento-para-as-organizacoes-em-tempos-de-crise>. Acesso em: 17 de abril de 2022.

RONSTADT, Robert C. **Entrepreneurship**, 1984, p. 28.

SCHUMPETER, Joseph. **Can capitalism survive?**, 1952, p.72.

SEBRAE, **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Empretec. Disponível em: <http://www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec>. Acesso em: 22 Abril de Abril de 2022.

SHAPERO, Albert. **Entrepreneurship and economic development**, 1975, p. 187.