

Empreendedorismo – Revisitando Conceitos e Contextos

Luciana Simor Verardi

Monografia apresentada como exigência parcial do Curso de Especialização em  
Psicologia – Ênfase em Psicologia Organizacional– sob orientação do  
Prof<sup>ª</sup>. Msc. Francielle Molon da Silva

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Instituto de Psicologia  
Porto Alegre, março de 2012

Dedico este estudo a minha filha Luiza,  
meu maior empreendimento...

## Agradecimentos:

A toda a turma de pós graduação em Psicologia Organizacional I da UFRGS pelas horas, experiências e potencialidades compartilhadas,

À orientadora deste trabalho, professora Mestre Franciele Molon da Silva, pelo brilhantismo, disponibilidade e serenidade com que conduziu suas intervenções,

Aos demais professores e coordenadores do curso por colocarem seus saberes à disposição, proporcionando notado crescimento pessoal e profissional.

## Resumo

Este estudo tratou de uma revisão sistemática da bibliografia acerca do tema Empreendedorismo, que não primou pela amplitude de referências e sim pela conotação atualizada das mesmas, comentando e correlacionando as teorias contemporâneas de forma crítica. O delineamento partiu do levantamento de definições oferecidas por autores contemporâneos e passou pela contextualização do empreendedorismo na sociedade atual e dedicando atenção a dados específicos da realidade brasileira.

Por representar um expoente entre os países em desenvolvimento, o Brasil possui uma trajetória de iniciativas pouco expoentes, porém promissoras em seu histórico empreendedor. Agente de um empreendedorismo preponderantemente de necessidade, o país vem recebendo cada vez mais incentivos do governo para o desenvolvimento do empreendedorismo de oportunidade, onde algumas incursões têm se mostrado promissoras. A relação estabelecida entre empreendedorismo e cidadania abre espaço para a discussão sobre o desenvolvimento de idéias inovadoras no país, fomentado historicamente pela iniciativa, disponibilidade e interesse de nações ricas.

O ensino do empreendedorismo como uma disciplina acadêmica formal vem sendo incorporado por algumas Instituições de Ensino Superior e por iniciativas piloto de introdução na educação básica pública. Questionou-se aqui o embasamento e a sistematização desta prática. O entendimento mais amplo e aprofundado das implicações e correlações psicológicas, econômicas e sociais do empreendedorismo também foi fomentado ao considerar as contingências do modelo capitalista na condução dos processos sociais e relações pessoais, sociais e do trabalho.

Ao cabo das considerações, ficou evidenciado o espaço existente para pesquisas e estudos de cunho mais aprofundado e embasado acerca do tema. As transformações decorrentes da mudança nas dinâmicas das relações sociais impelem uma abrangência maior das pesquisas ao considerar o caráter transformador do sujeito empreendedor.

Palavras chave: empreendedor, empreendedorismo, ensino.

## SUMÁRIO

### Capítulo I

1.1- Introdução.....	6
----------------------	---

### Capítulo II

2.1- Compreendendo alguns Conceitos e Contextos.....	9
2.2-O Empreendedorismo no Brasil.....	11
2.3- Características do Empreendedor.....	13
2.4- O Ensino do Empreendedorismo.....	15

### Capítulo III

3.1- Discussão.....	18
---------------------	----

### Capítulo IV

4.1- Conclusão.....	21
---------------------	----

Referências.....	22
------------------	----

## Capítulo I

### 1.1- Introdução

Este trabalho tratou de uma revisão crítica de literatura e pretendeu contemplar alguns conceitos de empreendedorismo construídos, buscando realizar uma organização e integração de material já publicado, avaliando o progresso da pesquisa atual em direção à elucidação dos principais enfoques teóricos e posicionando-se criticamente em relação ao tema proposto e aos estudos citados. A escolha de uma revisão bibliográfica para tratar o tema do empreendedorismo está em considerar a teoria de suma importância para o entendimento dos motivos e das ocorrências de determinados processos.

De maneira inversamente proporcional à valorização do termo empreendedorismo, as pesquisas sobre o tema não têm evoluído e sim denotado abordagens inconclusas e falta de embasamento dos estudos. De modo geral, este impasse pode estar relacionado à imprecisão e à falta de consenso para a definição do tema. De fato, o termo se popularizou a ponto de servir de definição para todo e qualquer comportamento de liderança ou desejo de gerir um negócio próprio, o que se verificou no decorrer deste estudo ser uma precipitação (Barros, Carvalho e Costa, 2012).

O perfil de empreendedor nunca foi tão solicitado pelas empresas, provavelmente pressionadas pelas exigências de um mercado globalizado, onde a competitividade é vital. Segundo Lobato (2000) a premissa antiga de que pessoas simples devam executar trabalhos simples, delegando aos executivos as tarefas de maior complexidade como a tomada de decisão e a visão estratégica de identificação de oportunidades de nada serve aos paradigmas atuais da administração e das relações de trabalho. Trata-se de uma concepção inutilizável no cenário de guerra por mercados e clientes que se estabelece nessa era gerida pela globalização.

Na sociedade contemporânea, repleta de ícones empreendedores e onde a geração de negócios está diretamente ligada à prosperidade das nações, o interesse pelo tema vem crescendo de maneira acentuada. A prosperidade das nações é atribuída a pessoas ousadas, que assumem riscos, prospectam acertadamente cenários futuros e

empenham seu tempo e comprometimento no intuito de gerar riqueza (Baron e Shane, 2008). Este estudo identificou que estas pessoas correspondem ao conceito de empreendedor.

Conforme Dolabela (2008), somente o entendimento dos conceitos e definições do empreendedorismo pode fazer com que o indivíduo desenvolva seu potencial empreendedor. Partindo deste pressuposto, vale considerar que o termo *entrepreneurship*, precursor do termo empreendedorismo para a idéia de iniciativa e inovação, não representa um tema novo. Ele existe desde a primeira ação inovadora do homem no desafio constante de transformar a natureza para alcançar seus propósitos de melhoria do meio e das relações e denota uma manifestação da liberdade humana.

Vale destacar que também é propósito deste estudo analisar quais as características pessoais e ambientais implicadas potencialmente nos processos empreendedores: o que faz indivíduos ou grupos diferenciarem-se a ponto de reagir diferentemente frente à mesma oportunidade.

A breve contemplação do empreendedorismo no Brasil merece atenção ao apontar alguns dados recentes relacionados ao tema, tomando o devido cuidado em considerar o contexto econômico vigente e as contingências da globalização e das novas relações de mercado e do mundo do trabalho. Também se estabeleceu uma breve discussão sobre a possibilidade de o empreendedorismo ser ensinado: características individuais versus contextos sociais. Assim, além da importância econômica e social do empreendedor, tratou-se aqui de levantar questões embasadas por estudos que, segundo Cavalcanti, Farah e Marcondes (2008), sugerem que a aptidão para o empreendedorismo pode ser aprendida ou moldada em indivíduos com predisposição para tanto.

Por fim, ao desenvolver este estudo algumas questões impuseram-se como merecedoras de atenção e posterior discussão, a começar por esta, de Boltanski e Chiapello (2009) em Barros, Carvalho e Costa (2012): seria o empreendedorismo uma ideologia fomentadora do capitalismo atual, com seu compêndio de crenças basais e legitimadoras do comprometimento do indivíduo com o sistema?

Estendendo um pouco mais a análise, estaríamos nós, enquanto sociedade, apenas repetindo padrões adaptativos às demandas do neoliberalismo econômico ao inclinar nosso interesse às facetas do empreendedorismo?

Ensino e empreendedorismo: podemos afirmar que as iniciativas pedagógicas atuais encontram embasamentos consistentes?

## Capítulo II

### 2.1- Compreendendo alguns conceitos e contextos

Para Hisrich e Peters (2004) ainda não há uma definição unânime e consistente para o termo, porém etimologicamente, a palavra empreendedorismo vem do francês *entrepreneur*, que segundo Becker e Lacombe (2003), tem seu significado original como sendo “o que está no meio” ou “entre compradores”. Segundo eles, desde a Idade Média o conceito esteve relacionado ao ato de assumir riscos, principalmente em atividades comerciais. Segundo Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008), as dificuldades em definir o termo se devem às concepções advindas da mídia e do senso comum, que desfiguram alguns conceitos.

As definições oscilam, em grande parte, entre as postulações da economia, da psicologia, passando pela sociologia e fundindo-se na administração. Dornelas (2005) ressalta como característica do empreendedor a iniciativa de criar um novo negócio utilizando de forma criativa os recursos disponíveis, assumindo riscos e transformando o ambiente e o contexto que o cerca. Drucker (2005) sugere que “o surgimento da economia empreendedora é um evento tanto cultural e psicológico quanto econômico e tecnológico”, e que os empreendedores têm como principal instrumento a inovação para explorar oportunidades de novos negócios.

Para Baron e Shane (2011), o processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade como potencial para se criar algo novo (produtos, serviços, mercados, processos de produção, matéria-prima, gestão, etc.). Essa oportunidade surge de um padrão complexo de condições de mudança – cenário social, político, econômico e demográfico - e deve ter potencial para gerar valor econômico, pois tal fator é muito valorizado na sociedade atual. Este juízo de valor atribuído à oportunidade faz com que a mesma se alie a padrões morais e legais vigentes, não devendo ser restringida ou impedida por eles. Para eles, o empreendedorismo procura entender como as oportunidades surgem ou são descobertas por pessoas específicas, que desenvolvem métodos para explorá-las e desenvolvê-las, transformando o cenário onde vivem. As oportunidades surgem nos processos de mudança.

Dornelas (2008) propõe o momento atual como a era do empreendedorismo. Segundo ele são os empreendedores agentes efetivos da mudança, enquanto superam barreiras comerciais e culturais, propõem novos paradigmas, renovam os conceitos econômicos e estabelecem novas relações de trabalho no processo de geração de riqueza. O contexto atual é propício ao surgimento cada vez maior de empreendedores e por isso a capacitação para tal é prioridade em vários países. No Brasil, por exemplo, é crescente o número de disciplinas de empreendedorismo nos ensinos técnico e universitário, porém questiona-se sua aplicabilidade sendo ministrado de forma tão distante do ensino fundamental.

Sabidamente o conceito de empreendedorismo pode assumir diferentes significados conforme o contexto social, cultural e econômico em que é discutido, porém de forma geral, podem-se identificar três abordagens principais. A primeira deriva da linha comportamental e ocupa-se em definir os perfis de personalidade do empreendedor e compreender seu comportamento. Nas décadas de setenta e oitenta foram os behavioristas que predominantemente ocuparam-se da análise do empreendedorismo. A segunda abordagem abrange a análise das habilidades e competências do empreendedor e sua dinâmica e interação no ambiente organizacional. Trata-se de uma abordagem que valoriza habilidades como senso de oportunidade, visão e compreensão abrangente do ambiente, comprometimento pessoa e profissional. A terceira abordagem refere-se à relação que se estabelece entre empreendedorismo e economia, a inovação e a disposição para correr riscos ao investir em produtos e negócios. Em suma, as três abordagens sugerem em comum que para uma sociedade capitalista perseverar, deve contar com pessoas de comportamentos, habilidades e conhecimentos que o capacitem para a identificação de oportunidades, melhoria de processos e inovação na criação de negócios (Barros, Carvalho e Costa, 2011). Os autores são unânimes em citar a inovação, o senso de oportunidades e a disposição para assumir riscos como sendo características intrínsecas ao empreendedorismo.

## 2.2- O Empreendedorismo no Brasil

A concepção do senso comum de que o Brasil não possui uma tradição empreendedora devido às contingências da forma de colonização a que foi submetido não encontra apoio em Caldeira (2009), autor que defende o papel determinante da figura do empreendedor na sociedade colonial brasileira. Segundo ele, em meados de 1800 o mercado interno brasileiro era mais vigoroso que o externo e isto se devia fundamentalmente à figura do empreendedor. Importante ressaltar aqui que Caldeira baseia-se mais em um *comportamento* empreendedor do que a um perfil de sucesso financeiro individual alicerçado nos valores atuais da filosofia do *menagement*. Segundo suas considerações, as relações constantes de trocas contratuais, de produtos e serviços efetuados na época colonial onde predominava um mercado livre não eram apenas para assegurar a subsistência. Eram também voltadas à geração e acumulação de riqueza.

Foi na década de 1990 que o empreendedorismo começou a ser tratado de forma consistente no Brasil. Antes disso, falar em “plano de negócios” era quase uma chacota. Entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para a Exportação de Software (SOFTEX) deram início ao movimento empreendedor nacional. Após um momento político desencorajador em que as informações eram escassas e o empreendedor não encontrava auxílio, o governo brasileiro interveio com iniciativas de cunho informativo e de apoio. Com a criação do SEBRAE, o pequeno empresário (empreendedor) teve acesso à informação e orientações específicas para a condução de seu negócio. Já a SOFTEX tem seu histórico fortemente aproximado com o histórico do empreendedorismo nacional de 1990. Criada com o intuito de lavar o software produzido no Brasil até o mercado externo, ela fomentava várias ações de apoio de gestão e tecnologia ao profissional de informática. Foram programas criados na SOFTEX em parcerias com universidades de computação, informática e as chamadas incubadoras de negócios que deram impulso ao tema do empreendedorismo no cenário brasileiro. Após mais de vinte anos, o Brasil ocupa lugar privilegiado entre os países com potencial para o desenvolvimento do ensino do empreendedorismo. O primeiro relatório executivo do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2000) apontou o Brasil como sendo o país de melhor relação entre o número de habitantes adultos que iniciavam um novo negócio e o

número total dessa mesma população: um em cada oito adultos. Em 2007 este estudo, que é realizado anualmente, ranqueou o Brasil na nona posição, onde de cada cem pessoas, aproximadamente treze estavam envolvidas em atividades empreendedoras (Dornelas, 2008).

Ainda segundo Dornelas (2008) o que importa não é o ranking de classificação deste indicador, já que a simples criação de empresas sem foco nas oportunidades do mercado não confere desenvolvimento econômico. O estudo anual do GEM justifica esta afirmação quando propõe duas definições para empreendedorismo: o empreendedorismo de oportunidade e o empreendedorismo de necessidade. No empreendedorismo de oportunidade o empreendedor tem uma visão de organização e planejamento, onde o foco é o crescimento e o desenvolvimento do negócio. Já o empreendedorismo de necessidade diz respeito ao candidato a empreendedor que se arrisca em um negócio próprio por falta de opção, onde os negócios circulam na informalidade, sem planejamento nem comprometimento com o desenvolvimento econômico ou a geração de riqueza. Esta modalidade costuma engrossar o cinturão de mortalidade das jovens empresas. Infelizmente este tipo de empreendedorismo é comum em países em desenvolvimento como o Brasil. Com base neste estudo é que se enfatiza a necessidade de investimento no empreendedorismo de oportunidade, buscando a potencialização desta modalidade. Para Faria (2005) o investimento no estudo e no desenvolvimento do empreendedorismo no Brasil também é fundamental para que o país saia da dependência da disponibilidade e interesse das nações ricas para o investimento em suas idéias. Esta noção está ligada ao que Wood (2004) fomenta ao relacionar empreendedorismo e cidadania.

### 2.3- Características do empreendedor

O que faz com que uma pessoa identifique oportunidades onde outra identificou um obstáculo? Até que ponto a natureza humana e as recentes descobertas em relação a ela podem interferir no ato de empreender? No decorrer deste trabalho ficou denotada a correlação entre perfil, comportamento e demanda social para o entendimento do empreendedorismo, fato que os apontamentos a seguir parecem reiterar.

A importância dos fatores inatos constituintes da natureza humana foi citada por Faccina (2009) como merecedora de atenção nos estudos referentes ao perfil do profissional competitivo. Para ele, a compreensão do inato é fundamental para a criatividade e seus prismas relativos à renovação e à inovação. Ao desconsiderar a importância do inato no desenvolvimento de profissionais empreendedores o resultado tem sido o baixo rendimento, a elevação dos custos de treinamento, dificuldades no planejamento de carreira, inadequação funcional e desperdício de energia organizacional.

Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008) referem que empreendedores são pessoas que se diferenciam por serem agentes de mudança e superação de limites, sendo que o comportamento facilmente identificado é o de iniciativa frente aos desafios, desejo de inovar cenários e recursos, além de disposição para correr riscos de sucesso ou fracasso. Outra característica determinante do perfil empreendedor é a capacidade de organização e planejamento, já que a desorganização pode comprometer o sucesso mesmo que a oportunidade, a criatividade e o mercado estejam favorecendo o empreendimento. A liderança, embora pareça óbvia como característica, deve ser contemplada de maneira mais abrangente. Ela é a responsável pela definição e orientação para o resultado e implica em autoconfiança, comprometimento pessoal, poder de persuasão e firmeza de propósito. Contemplar as possibilidades de fracasso é importante, porém ter o foco na obtenção do sucesso é fundamental.

Para Peters (1995), um homem de negócios é um *entrepreneur* por natureza, ou quase. Alguém que deverá ir a qualquer lugar, fazer qualquer coisa em prol do alcance de seus objetivos. Para este autor, todo emprego pode ser encarado, desta forma, como um negócio.

Chiavenato (2004) define o empreendedor como sendo alguém com disposição para assumir riscos em benefício do aproveitamento de oportunidades que outras pessoas veriam como empecilhos.

A globalização fez emergir uma necessidade crescente de empreendedores, uma vez que as empresas enfrentam o constante desafio de serem competitivas e inovadoras. Pessoas com o perfil psicológico voltado para o conceito empreendedor de liderança, inovação, planejamento, persistência e criatividade são cada vez mais requisitadas no mercado de trabalho. Dornelas (2008) sugere algumas características inerentes às pessoas com potencial empreendedor, sendo algumas delas o perfil visionário, a facilidade de tomar decisões, o senso de oportunidade, dinamismo, dedicação, otimismo, desprendimento, liderança e a coragem para correr riscos com responsabilidade. Talvez venha daí alguma explicação para os diferentes destinos de empreendimentos, porém diferenças existem e são essenciais para o desempenho funcional, social e econômico. Para Faccina (2009) o desafio diz respeito ao mapeamento do que é da esfera do comum. Não basta apenas uma característica, mas o potencial para incorporar várias delas no trajeto entre o reconhecimento da oportunidade e a afetiva criação de riqueza.

## 2.4- O ensino do empreendedorismo

Longe de pretender esgotar o tema, este capítulo representa o cerne das questões deste estudo. Assim, a escassez da literatura reforça o caráter investigatório contido no propósito anteriormente relatado. Para efeito de uma estruturação básica, faz-se adequado iniciar com a observação de Baron e Shane (2011) de que existem três formas de se adquirir conhecimento: a observação, a reflexão e a experimentação, sendo que a primeira reúne, a segunda combina e a terceira verifica os resultados da combinação. Esta concepção propõe uma dinâmica de desenvolvimento para a aprendizagem em geral e pode ser cogitada para o ensino do empreendedorismo.

Para Farah, Cavalcanti e Marcondes (2008), a aptidão do empreendedor pode ser moldada, ensinada e aprendida por pessoas predispostas a esse comportamento. O conhecimento e a experiência não são inatos ao ser humano. É a criatividade que faz a diferença no delineamento do perfil empreendedor, a serviço de uma observação incansável do mercado, associação de idéias e avaliações de possibilidades de sucesso e fracasso.

Para Dornelas (2008) é recente a concepção de que o empreendedorismo possa ser desenvolvido ou ensinado. Até pouco tempo atrás as características vinculadas ao empreendedor e discutidas anteriormente eram consideradas inatas. Pensava-se ser a pessoa predestinada ao sucesso ou ao fracasso, conforme os dons recebidos por ela ao nascer. Quem não apresentasse tal gama de dotes era desencorajado a empreender. Atualmente trabalha-se com a noção de que o sucesso é resultado de uma vasta gama de fatores internos e externos ao negócio, das características pessoais do empreendedor e da maneira como ela lida com os imprevistos que o cenário econômico, político e social apresenta. A capacidade de planejamento e prospecção está profundamente vinculada à consciência do contexto geral em que o empreendimento (seja ela um novo negócio ou não) está incluído. Isto não significa que empreendedores inatos não existam, mas aponta com firmeza para a possibilidade de vários outros poderem ser capacitados para empreender. Sempre existirão ícones e indivíduos diferenciados neste e em qualquer outro setor do desenvolvimento social, político e econômico contemporâneos.

As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser definidas sob a seguinte classificação: áreas técnicas, áreas gerenciais e características pessoais. Habilidades nas áreas técnicas compreendem o conhecimento adquirido com relação a determinada atividade, conceito ou fenômeno, bem como a habilidade de aprender e incrementar o referencial interno já consolidado pela experiência. As habilidades gerenciais referem-se à capacidade de criar, desenvolver e gerir. As características pessoais já comentadas aqui incluem disciplina, coragem, persistência e criatividade. Para Dolabela (2008) tal descrição estrutural pode potencialmente servir de ementa para um curso de empreendedorismo, porém salienta que não considera possível a aprendizagem formal do tema, já que não se trata de um conhecimento disciplinar, como Geografia, por exemplo. Por não se tratar de um conhecimento cognitivo convencional, não pode ser ensinado convencionalmente. Ainda segundo este autor, pode-se aprender a ser empreendedor desde que através de um sistema não convencional de ensino onde o professor seja um mediador de experiências e incentivador de desafios.

O ensino superior de empreendedorismo no Brasil já existe na forma de projeto, o Projeto de Ensino Universitário de Empreendedorismo (PEUE). Trata-se de uma parceria entre o SEBRAE Nacional e o Instituto Euvaldo Lodi (IEL). A demanda é legítima ao passo que a universidade brasileira enfrenta o desafio da adaptação para cumprir seu papel de defender a cultura, o conhecimento e a informação diante da gama significativa de mudanças nas relações de trabalho e no processo de vinculação com o mercado de trabalho. Este processo nunca foi tão dinâmico e as mudanças passaram a ser de fato a rotina para o desenvolvimento de novas tecnologias, metodologias e pluridisciplinaridade em direção à produção do conhecimento. Concomitante a este cenário aparece a necessidade de desenvolvimento de novas competências. O empreendedor passa a ser o protagonista do processo técnico e do desenvolvimento sustentável das nações. Assim sendo, cabe ao sistema de ensino superior trabalhar em duas frentes principais: desenvolvimento de competências empreendedoras e disseminação da cultura de empreendedorismo. Estas são frentes estratégicas para a inserção do sujeito no mercado de trabalho que se apresenta. Traços de comportamento empreendedor podem ser adquiridos pela prática e experiências vividas e também pela aprendizagem estruturada convencionalmente em sala de aula.

O ensino do empreendedorismo em séries iniciais no Brasil está representada em iniciativas isoladas, na forma de parcerias tímidas, porém consistentes. Doretto (2003) relaciona algumas, como a parceria entre o MEC e o SEBRAE iniciada em 2000, o projeto “Educação Empreendedora para Milhões”, que visa levar o conceito do empreendedorismo a todas as escolas públicas do país e a idéia central é criar atividades ligadas ao empreendedorismo em qualquer disciplina. A Junior Achievement também promove o empreendedorismo no ambiente escolar. Criada em 1919 por dois americanos, está em atividade no Brasil desde 1983. Segundo Dolabela, 2008, o professor deve ser o facilitador das descobertas das crianças na direção da realização de seus sonhos empreendedores. Este autor possui um projeto chamado “Pedagogia Empreendedora”, cujo foco é o ensino do empreendedorismo na educação básica e compreende desde a educação infantil até o ensino médio. O teste piloto iniciou em 2002 e desde então é aplicado em escolas de estados como Minas gerais, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul. A avaliação dos resultados em estudos com este despande um período de espera considerável, contudo é a observação do processo em curso que deve ser valorizado e estudado com afinco.

## Capítulo III

### 3.1 - Discussão

Resgatando as questões propostas na introdução deste estudo, bem como seus objetivos, faz-se natural e necessária a discussão dos dados levantados pela bibliografia apresentada. Empreender, embora proposto como ato fundamental para a sobrevivência globalizada, ainda parece estar longe de ser executado de forma homogênea e democrática. Citado por alguns autores como condição determinante para a vivência da cidadania, o empreendedorismo ainda carece de uma definição objetiva capaz de abranger toda a gama de particularidades e dinâmicas que envolvem o sujeito desde sua subjetividade até sua representação no ambiente social contemporâneo.

As teorias apontam para fatores de duas naturezas na determinação do perfil empreendedor: uma diz respeito a características pessoais, podendo estas estar ligadas ao inato, às vivências e à aprendizagem decorrente destas, e a outra inclui o ambiente como facilitador ou molde que apresenta os desafios através dos quais o diferencial se evidencia.

O cenário psico-socio-econômico atual sugere uma análise mais aprofundada das implicações que este comportamento empreendedor imprime sobre o destino geral da sociedade. Não é possível conceber um conceito consistente de empreendedorismo sem conhecer os fundamentos ideológicos que margeiam a geração de riqueza no mundo moderno. O capitalismo impõe modelos de comportamento capazes de tiranizar as relações humanas como um todo na medida em que interfere nas dinâmicas relacionais pessoais, sociais e do trabalho. A cultura do empreendedorismo parece ter ganhado contornos de ideologia, inibindo reflexões mais abrangentes e aprofundadas. O aparecimento da cultura do *management*, o comércio de idéias prontas assimiladas como de eficácia certa conduz ao reducionismo, ao empobrecimento social e cultural. A relação questionável que se estabeleceu entre o empreendedorismo e o culto do sucesso expõe a uma conotação comercial todas as relações humanas. Isto implica em uma racionalização exagerada de métodos e à redução do semelhante ao posto de dado de cálculo ou instrumento (Wood, 2004). Não é objetivo aqui abrir uma discussão ideológica acerca do capitalismo moderno, muito menos lhe atribuir

adjetivos, porém a conscientização da influência que um comportamento transformador, inovador e realizador pode exercer sobre as relações humanas, sociais e do trabalho é fundamental para o exercício da cidadania. E o empreendedorismo é, segundo este estudo, também um comportamento. Desta forma, o empresário empreendedor não tem sua importância restrita ao contexto econômico, mas também social. Dever haver um compromisso do empreendedor com a comunidade em que ele atua. Empreender, nesses moldes, não pode ser uma proposta limitada de enriquecimento pessoal (Dolabela, 2008). Uma análise ainda mais crítica coloca o empreendedorismo como base do capitalismo, tornando o sujeito empreendedor o único responsável pela sustentação social ocidental, baseada no proveito assertivo das oportunidades para criação da vantagem econômica, diferencial competitivo e inovação em geral.

Outra reflexão importante é de que no capitalismo contemporâneo, onde impera o neoliberalismo, o senso comum é o de que a estabilidade econômica depende em grande parte da redução de custos salariais, da liberalização do mercado de trabalho e da redução dos direitos laborais. Daí pode derivar a promoção do empreendedorismo como via principal para a condução de tal processo econômico e também social (Barros, Carvalho e Costa, 2011).

O ensino do empreendedorismo parece obedecer ainda a um questionamento básico: como ensinar e para quem ensinar? Dolabela, 2008, postula que o impasse nevrálgico na sistematização desse ensino situa-se na concepção de que empreender não é uma questão de saber, mas de ser. O sistema tradicional de ensino não oferece recursos referenciados neste cunho de aprendizagem, colocando em cheque as formas de avaliação e didáticas vigentes. Questiona-se aqui também a eficácia de um ensino de empreendedorismo nos anos de graduação do ensino superior, quando as bases para a aprendizagem já se encontram fundamentadas na noção da aquisição do conhecimento pronto, já construído por outrem. Além disso, as disciplinas de empreendedorismo ainda estão atreladas basicamente aos cursos de Administração de Empresas das IES, desconsiderando o caráter de universalidade que o tema possui.

Da mesma forma há que se investigar a eficácia dos programas de ensino do empreendedorismo na educação básica, nem tanto pelos princípios, mas pela estrutura das relações familiares em si, que parecem transitar cada vez mais no terreno da superficialidade. Considerando o conceito inovador e transformador do

empreendedorismo que o estudo verificou, pode-se deduzir logicamente a possibilidade de abalo dos padrões e valores vigentes, fato que pode ameaçar a sensação de estabilidade social que as famílias consideram necessária. Ao expor a criança a um novo paradigma social e comportamental, o sistema vigente deve oferecer condições de continência das demandas advindas da transição de valores e modelos de referência.

## Capítulo IV

### 4.1 – Conclusão

De forma conclusiva, porém sem a pretensão de estancar a discussão para fins de estudos futuros, este trabalho trouxe à luz aspectos e reflexões não previstas em seu projeto inicial. Grata surpresa foi a de perceber o espaço pungente para o aprofundamento do tema empreendedorismo, suas ramificações, origens e peculiaridades. Se é possível ensinar a empreender na escola formal atual, tal questão este estudo não respondeu, mas ao contrário, instigou novas investigações. A dicotomia entre a constituição inata da personalidade e as condições ambientais na formação do indivíduo empreendedor ainda é uma realidade encontrada nas construções acadêmicas sobre o tema. Da mesma forma a estruturação deste ensino passa por um embasamento pedagógico ainda em construção. O que parece certo e de difícil retrocesso é o aumento significativo de investigações de cunho formal e informal com o intuito de conhecer e de certa forma dominar este paradigma.

Ao considerar as contingências sociais que apontam o neoliberalismo como tendência intrínseca ao capitalismo moderno, seria pretensioso julgar conclusivas as reflexões advindas deste estudo sobre o papel do empreendedorismo nesta dinâmica. Contudo, analisar criticamente os cenários e contextos em que se insere a iniciativa empreendedora constitui um alicerce fundamental para o exercício consciente da cidadania. A consciência dos propósitos do empreender deve ser constantemente questionada, tanto por aquele que pretende ser agente da mudança quanto para as instituições que cogitam ensinar esta prática como valor social.

Ficam aqui novas questões: empreender para sobreviver, ou compreender para empreender de forma psicológica, social e economicamente responsável? Afinal, somos agentes ou vítimas do processo de mudanças? Talvez ao tentar responder este enigma, encontremos as tão reconfortantes e almejadas definições.

## Referências:

Baron, R. A. & Shane, S. A. (2011). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Cengage Learning.

Barros, Denise Franca, Costa, Alessandra Mello da, & Carvalho, José Luis Felício. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 179-197. Retrieved February 23, 2012, from [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552011000200002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552011000200002&lng=en&tlng=pt). <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000200002>.

Caldeira, J. (2009). *História do Brasil com Empreendedores*. São Paulo: Mameluco.

Chiavenato, I. (2004). *Administração nos Novos Tempos*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Degen, R. J. (2009). *O Empreendedor: empreender como opção de carreira*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Dolabela, F. (2008). *O Segredo de Luisa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa*. Rio de Janeiro: Sextante.

Doretto, J. (2003). Aprendendo a Aprender. Sinapse: Revista Folha Online. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/sinapse/ult1063u421.shtml>. (acessado em 16/02/2012)

Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Drucker, P. (2003). *Prática da Administração de Empresas*. São Paulo: Pioneira Cengage Learning

Faccina, C. (2009). *O Novo Profissional Competitivo: mais razão, emoção e sentimento na gestão*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Farah, O. E. & Cavalcanti, M. & Marcondes, L. P. *Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas*. São Paulo: Cengage Learning.

Faria, Maria de Fátima Bruno de. (2005). Empreendedorismo: além do plano de negócio. *Revista de Administração Contemporânea*, 9(4), 205. Retrieved February 23, 2012, from [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552005000400013&lng=en&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552005000400013&lng=en&tlng=pt). <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552005000400013>

Lobato, D. M. (2000). *Administração Estratégica: uma visão orientada para a busca de vantagens competitivas*. Rio de Janeiro: Editoração.

Peters, T. (1995). *Tempos Loucos Exigem Organizações Malucas*. São Paulo: Harbra.

Wood, T. Jr. (2004). *Mudança Organizacional*. Atlas: São Paulo.