

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

**EMPREENDEDORISMO: UMA ANÁLISE DO PERFIL, HISTÓRIA E  
REALIDADE <sup>1</sup>**  
**ENTREPRENEURSHIP: AN ANALYSIS OF PROFILE, HISTORY AND  
REALITY**

**Andrei Cossetin Sczmanski<sup>2</sup>, Maria Margarete Baccin Brizolla<sup>3</sup>, Romualdo  
Kohler<sup>4</sup>, Alexandre Carvalho Acosta<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> PROJETO DE PESQUISA REALIZADO NO CURSO DE MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL DA UNIJUI

<sup>2</sup> PIBIC Unijuí

<sup>3</sup> Professora Titular do PPGDR

<sup>4</sup> Professor titular do PPGDR

<sup>5</sup> Doutor em História e Epistemologia da Ciência

**RESUMO**

Artigo científico de revisão bibliográfica que aborda o tema “Empreendedorismo”, enfatizando suas características fundamentais do empreendedor, bem como um recorte histórico com o objetivo geral de ‘demonstrar os valores sociais, culturais e financeiros que contribuem para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora’. Considerando que o empreendedor é alguém que possui perseverança, tem energia, fixa metas e não mede esforços para alcançá-las; que é inovador e criativo e, principalmente, que conhece e gosta do que faz, o texto partiu do questionamento: “No século XXI, que valores socioculturais e financeiros contribuem para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora?, com a convicção de que o tema empreendedorismo é importante no panorama empresarial e socioeconômico brasileiro em face ao contexto mundial. A metodologia contextualiza o referencial teórico. Os resultados indicam que as pessoas podem aprender a agir como empreendedores, utilizando-se de instrumentos baseados em seus interesses, encarando a busca, a reação e a exploração de mudanças como oportunidades de negócios. As conclusões apontam que uma cultura empreendedora pode ser aprendida e que ela gera prosperidade econômica porque oportuniza altas taxas de criação de novas empresas. Ainda cabe ressaltar que os índices indicam aumento do número de empresas abertas no Brasil, Rio Grande do Sul e Ijuí-RS.

**ABSTRACT**

Scientific article of bibliographic review that addresses the theme “Entrepreneurship”, emphasizing its fundamental characteristics of the entrepreneur, as well as a historical outline with the general objective of ‘demonstrating the social, cultural and financial values that contribute to the development of an entrepreneurial culture’. Considering that the entrepreneur is someone who has perseverance, has energy, sets goals and makes no effort to achieve them; who is innovative and creative, and especially who knows and likes what he does, the text came from

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

the question: "In the 21st century, what sociocultural and financial values contribute to the development of an entrepreneurial culture? with the conviction that the theme Entrepreneurship is important in the Brazilian business and socioeconomic scenario in view of the global context. The methodology contextualizes the theoretical framework. The results indicate that people can learn to act as entrepreneurs, using tools based on their interests, looking for the search, reaction and exploitation of change as business opportunities. The findings point out that an entrepreneurial culture can be learned and that it generates economic prosperity because it provides high rates of start-ups. It is also worth mentioning that the indices indicate an increase in the number of publicly-held companies in Brazil, Rio Grande do Sul and Ijuí-RS.

Palavras-chave: Empreendedorismo. História. Realidade.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Story. Reality.

## 1 INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo algumas palavras surgem expressando maneiras, costumes ou metodologias quanto ao âmbito de incremento profissional. Empreendedorismo é uma dessas e pode ser utilizada de várias maneiras nos mais diversos campos da teoria e da prática. O pilar de sustentação deste trabalho será a pesquisa sobre o conceito de Empreendedorismo e as especificidades do Empreendedor.

A ideia defendida nesse texto é a de que o fenômeno do empreendedorismo é complexo, multifacetado e impermeável a abordagens unidimensionais. Pode-se apreender esse fenômeno analisando holisticamente as dimensões relacionadas ao indivíduo, ao empreendimento e ao contexto, porque a análise fragmentada em cada uma dessas dimensões será necessariamente incompleta. (GIMENEZ, FERREIRA, RAMOS, 2008, p. 17).

O estudo busca a configuração dessas dimensões em um modelo integrado de entendimento que pode ser aproximado pela forma como o fenômeno se apresenta ao estudioso do tema. O artigo dá ênfase à dimensão da cultura empreendedora a partir de aspectos socioeconômicos, educacionais e de formação.

Diante dessas constatações, o texto partiu da seguinte pergunta - No século XXI, que valores socioculturais e financeiros contribuem para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora? - questionamento que norteou a pesquisa.

Segundo o Sebrae (2007), "os empreendedores já não são vistos apenas como provedores de mercadorias desinteressantes e que são movidos unicamente por lucro rápido e fácil". Este artigo, ao contrário, defende que os empreendedores, hoje, são energizadores que assumem os riscos necessários em uma economia em crescimento e produtiva. Eles são os geradores de empregos que introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. A literatura do universo empresarial recomenda aos executivos do terceiro milênio a busca de 'modelo de empreendedorismo', tendo em vista que ele é facilitador ao surgimento de inovações radicais e de mudanças.

O texto se justifica pela constatação de que para o desenvolvimento pessoal, o empreendedorismo é um caminho eficaz para a autorrealização e felicidade do indivíduo. Porém, em nível organizacional, a cultura de empreendedorismo é fundamental para a empresa

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

sobreviver em meio a concorrência. Em nível das sociedades, o empreendedorismo se apresenta como uma solução para problemas que os governos não conseguem resolver. Considera-se que o empreendedorismo está ligado ao comportamento e não a traço de personalidade, porque as pessoas podem aprender a agir como empreendedores, utilizando-se de instrumentos baseados em seus interesses e na busca de mudanças, reação a elas e exploração das mesmas como oportunidades de negócios. Enfim, uma cultura empreendedora gera prosperidade econômica porque oportuniza altas taxas de criação de novas empresas.

Diante da afirmação de que “[...] precisamos de um novo paradigma, uma nova visão da realidade, uma mudança fundamental em nossos pensamentos” (CAPRA, 1982, p. 14), é evidente que atitudes diferentes das rotineiras e conhecidas são esperadas para dar conta dos desafios de viver no terceiro milênio. A globalização exige, também dos administradores, um novo paradigma gerador de continuidade no campo da gestão empresarial, de uma nova filosofia e de ética; mas, sobretudo, este paradigma exige o fim da fragmentação e da compartimentalização do conhecimento sobre o empreendedorismo.

Sendo o empreendedorismo um fenômeno social e cultural, existem famílias, cidades, regiões e países mais empreendedores que outros. A atividade empreendedora desenvolve-se pela existência de um conjunto de valores sociais e culturais que encorajem a criação de novas empresas como a valorização do emprego, a estabilidade financeira e a formação universitária, que são considerados instrumentos fundamentais para a realização pessoal.

A educação empreendedora visa aos valores sociais que conduzem ao desenvolvimento do país. Daí a importância das ideias empreendedoras das diferentes fases da humanidade até a Era do Conhecimento, vivida pelo homem contemporâneo. Nesse sentido, o empreendedor não pode ficar parado; ele precisa acompanhar e até antecipar as mudanças no mundo financeiro.

Apesar das dificuldades, o Brasil apresenta perspectivas positivas em relação ao empreendedorismo, desde a criação de 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).

Merece atenção o Sebrae, “um dos órgãos mais conhecidos do pequeno empresário brasileiro, que busca junto a essa entidade todo suporte de que precisa para iniciar sua empresa, bem como consultorias para resolver pequenos problemas pontuais de seu negócio”. (DORNELAS, 2001, p. 38). Esse serviço abre as portas e encaminha muitos homens e mulheres de coragem e de visão que buscam externar criatividade, visão de futuro, liderança e iniciativa criando produtos inovativos, de vanguarda e desafiadores do senso comum – os empreendedores.

Segundo Dornelas (2001, p. 40), os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. Por isso, considera-se que “a essência do empreendedorismo, tanto individual como empresarial, é aquela de perseguir a oportunidade”. (STEVENSON, 1990, p. 16-27).

Entre as mudanças ocorridas na nova era da globalização das economias, o empreendedor surge com o perfil exigido pelo mercado, uma vez que a figura do desemprego ameaça tanto as carreiras mais desgastadas e tradicionais quanto as mais sólidas. Embora não se tenha

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

mencionado o aspecto desemprego, é certo que este é um dos fatores-chave que compõem este cenário, sendo um dos motivadores principais para a abertura de novos negócios (Wright et al., 2010).

O empreendedorismo, finalmente, é tema que atrai a atenção de estudiosos há muito tempo. A sua relevância está associada com os potenciais benefícios que a ação empreendedora acarreta. Inicialmente considerado, de forma restrita, como um fenômeno associado à criação de empresas, o empreendedorismo, mais recentemente, teve seu significado ampliado para manifestações humanas voltadas para a realização de novos projetos organizacionais independentes ou vinculados a uma organização já existente.

## 2 METODOLOGIA

Pesquisa bibliográfica cuja metodologia realizou a contextualização do referencial teórico, a partir da compreensão da literatura de grandes especialistas em Administração. A pesquisa teórica utilizou livros técnicos, periódicos da área científica e os meios disponíveis na rede mundial de computadores via internet. O estudo empírico buscou coletar os índices de abertura de microempresas individuais (MEI's) nos últimos 5 anos, no Brasil, no Rio Grande do Sul e em Ijuí/RS, mostrando o crescente número de novos empreendedores.

Os procedimentos foram de leitura, interpretação e reprodução, fichamento, síntese, reconstrução das ideias, conceitos e definições.

## 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo é um tema que atrai a atenção de estudiosos há muito tempo e cuja relevância está associada aos benefícios potenciais que a ação empreendedora acarreta, pois o surgimento de novos empreendimentos cria condições para um desenvolvimento econômico e social continuado em regiões carentes.

No âmbito de organizações já existentes, o estímulo à ação empreendedora permite o crescimento e a adaptação a condições mutáveis da sociedade. O empreendedorismo produz um sentimento de realização profundo naquelas pessoas que empreendem. O empreendedorismo, portanto, pode ser visto como um processo que cria valor individual, organizacional e social. (GIMENEZ, FERREIRA, RAMOS, 2008, p. 18).

A palavra 'empreendedor' (entrepreneur) vem do francês, significando aquela pessoa que assume risco e começa algo novo. (PORTAL EDUCAÇÃO, 2013). Portanto, olhar para os problemas com uma atitude empreendedora é apenas o ponto de partida. (NOGUEIRA, 2013). O desenvolvimento das sociedades também exige atitude empreendedora. Problemas como o subdesenvolvimento parecem intransponíveis, porém uma atitude empreendedora permite olhar para as coisas não como elas são, mas como poderiam ser se houvesse criatividade porque, muitas vezes, os problemas são resolvidos com soluções inovadoras.

Empreendedores de vários lugares do mundo conseguem enxergar oportunidades escondidas em coisas que a maioria das pessoas não vê utilidade. Porém, entender o processo de criação de novos empreendimentos exige do estudioso uma vontade de transitar por diferentes campos de conhecimento, uma predisposição para a integração de abordagens e um senso crítico para

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

identificar as contribuições significativas em enorme quantidade de textos, entre os quais há um grande número de trabalhos que são apenas tentativas de formular receitas genéricas como ser bem sucedido no processo de empreender.

Segundo Gimenez, Ferreira e Ramos (2008), o empreendedorismo, sendo uma ação humana é um fenômeno complexo que depende de interações entre pessoas e envolve a viabilização e articulação de recursos de diferentes tipos. Nesse sentido, “o empreendedorismo deve ser visto de um modo abrangente sendo mais bem compreendido como uma configuração de dimensões do indivíduo, do empreendimento e do contexto onde a ação empreendedora se manifesta”. (GIMENEZ, FERREIRA, RAMOS, 2008, p. 22). Não é possível, pois, encontrar soluções universais quando se está buscando compreender ações que são fruto de interesses humanos influenciados por diferentes contextos sociais, culturais e econômicos.

Para Brazeal e Herber (2000), conceitos como mudança, inovação e criatividade são decisivos para o empreendedorismo. A mudança é inerente ao movimento e gera inovação. A inovação é processo que consiste em atividades contínuas e cíclicas voltadas para identificação, solução, execução de problemas, envolvendo mudanças de vanguarda (novidade) ocasionadas pelo empreendedor. A criatividade é um processo através do qual as invenções ocorrem; é como as coisas novas são criadas. E a criatividade diferencia os grandes empreendedores dos demais administradores.

Para os empreendedores modernos, a questão ética é importante. “Você quer fazer negócios com gente que trate os outros como você quer ser tratado”. (COHEN, 2000). O evento de empreendedorismo que ocorre dentro de uma indústria recomenda que o inventor patenteie seu produto, mas o deixe na empresa que o emprega, pois foi a empresa quem deu as condições para tal invenção ser apresentada e, posteriormente, para a criação de um novo produto. É evidente que “[...] o empreendedorismo define-se como comportamento”. (DRUCKER, 2001).

Ser empreendedor é, sobretudo, uma atitude mais do que qualquer outra coisa. Atitude para explorar novas oportunidades, para assumir riscos e criar coisas novas. Ter a atitude empreendedora no desenvolvimento pessoal é importante, embora implique remar contra a corrente, porque a maioria das pessoas vê as suas vidas com limitações e agarra a primeira oportunidade que lhes é oferecida, procurando não desafiar muito as suas capacidades. No entanto, o empreendedor conhece-se a si mesmo e sabe como se pode autodesenvolver. Constantemente, ele reavalia as suas capacidades e luta por melhorar continuamente a sua vida. “[...] ficar parado, hoje, significa simplesmente andar para trás, pois o ritmo de mudança acelera-se a cada dia que passa e torna-se cada vez mais rápido e prodigioso”. (CHIAVENATO, 2003), pois se vive em uma sociedade em constante e violenta transformação.

### 3.1 HISTÓRIA DO EMPREENDEDORISMO

A história do empreendedorismo não é recente. Desde os primórdios da humanidade, a ‘ação humana organizada’ para realizar tarefas coletivas exigiu a manifestação de empreendedores. Todavia, a investigação sistemática desse tema passou a ser desenvolvida em princípios do Século XX, por meio de abordagens econômicas sobre a origem de novas empresas. Desde então, o empreendedorismo vem sendo o foco de um número crescente de estudos.

Atualmente, proliferam pesquisas sobre o empreendedorismo que abordam o fenômeno sob as mais variadas abordagens - indivíduos empreendedores, equipes empreendedoras, organizações

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

empreendedoras e sociedades empreendedoras - usando conceitos de disciplinas também diversas, tais como economia, psicologia, sociologia, administração e engenharia. (GIMENEZ, FERREIRA, RAMOS, 2008, p. 16).

Considerando a iniciativa empreendedora como veículo ideal para inovar, aumentar a produtividade e melhorar modelos de negócios (DRUCKER, 1970), alguns autores arriscam-se a afirmar que estamos vivendo a era do empreendedorismo (DORNELAS, 2008, p. 7), a substituição do homo economicus pelo homo attentaturus ou testemunhando o alvorecer de um capitalismo empreendedor.

Nesse contexto, subsiste a crença de que os empreendedores estão “eliminando barreiras comerciais, e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade”. (DORNELAS, 2008, p. 6).

### 3.1.1 Empreendedorismo no Mundo

A história natural do homem, como sociedade, traça um trajeto de autoavaliação diária. Vive-se em constante reinvenção daquilo que já existe como conceito. No entanto, novas visões e reformulações das teorias proporcionam contínuas mudanças, principalmente nas duas últimas décadas, em que as transformações do cenário mundial são dramáticas nas redes criadas pela globalização cultural e econômica.

Dornelas (2008) resgata a primeira definição de empreendedorismo, creditando-a a Marco Polo, “o empreendedor é aquele que assume os riscos de forma ativa, físicos e emocionais; o capitalista assume os riscos de forma passiva”. Na Idade Média, o empreendedor deixa de assumir riscos e passa a gerenciar grandes projetos de produção principalmente com financiamento governamental. E no século XVII, surge a relação entre assumir riscos e o empreendedorismo.

É dessa época a criação do termo ‘empreendedorismo’ que diferencia o fornecedor do capital, o capitalista, daquele que assume riscos, o empreendedor. Entretanto, somente no século XVIII, o capitalista e o empreendedor foram completamente diferenciados, em função do início da industrialização.

A industrialização é o fenômeno que acontecia em todo o mundo através da primeira revolução industrial que ocorreu na Grã-Bretanha, no final do século XIX e início do século XX. Nesse período, os empreendedores começaram a ser confundidos com os administradores, sendo analisados meramente pelo ponto de vista econômico.

Nos dias atuais, a área de empreendedorismo, como campo de conhecimento, vem recebendo o foco de estudos sistemáticos. A partir de meados do século XX começam os primeiros esforços de construção de conhecimento nesse campo. No entanto, é somente a partir do início da década de 80, com a consolidação de congressos e revistas acadêmicas dedicadas ao empreendedorismo que o tema se fortalece como uma área de interesse relevante, em especial na Administração. Assim, sendo um campo em formação, não se desenvolveu um consenso sobre o significado do termo.

### 3.1.2 Empreendedorismo no Brasil

O estudo do empreendedorismo é um tema novo para a área da organização. A investigação sistemática e continuada desse fenômeno tem uma vida de pouco mais de 50 anos. Na área da Gestão, principalmente no Brasil, os estudos sobre esse tema são bastante recentes. Os autores

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

destacam ainda que as transformações, tanto em nível local quanto global, mostram um aumento do número de pessoas que investem em um negócio próprio, ou de terceiros, utilizando uma administração diferenciada e dinâmica.

O movimento do empreendedorismo no Brasil, segundo Dornelas (2001, p. 35), começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas, embora os ambientes políticos e econômico não fossem propícios, e o empreendedor praticamente não encontrasse informações para auxiliá-lo na jornada.

No Brasil, segundo o Portal Educação, o empreendedorismo surgiu fortemente nos anos 90. Entretanto, os primeiros indícios de que 'alguém começou a assumir riscos e investir em algo novo' foi no século XVII, quando os empreendedores firmaram um acordo contratual com o governo para a produção de suas mercadorias. A partir dessa época, estabelece-se a diferenciação entre empreendedor e capitalista, sendo o último o indivíduo que fornecia apenas o capital.

Apesar de ainda embrionário, o ensino de empreendedorismo vem crescendo muito no Brasil. Já existe método de formação de empreendedores. O programa Brasil Empreendedor, lançado pelo governo no ano de 1999, tem como meta capacitar mais de dois milhões de empresários.

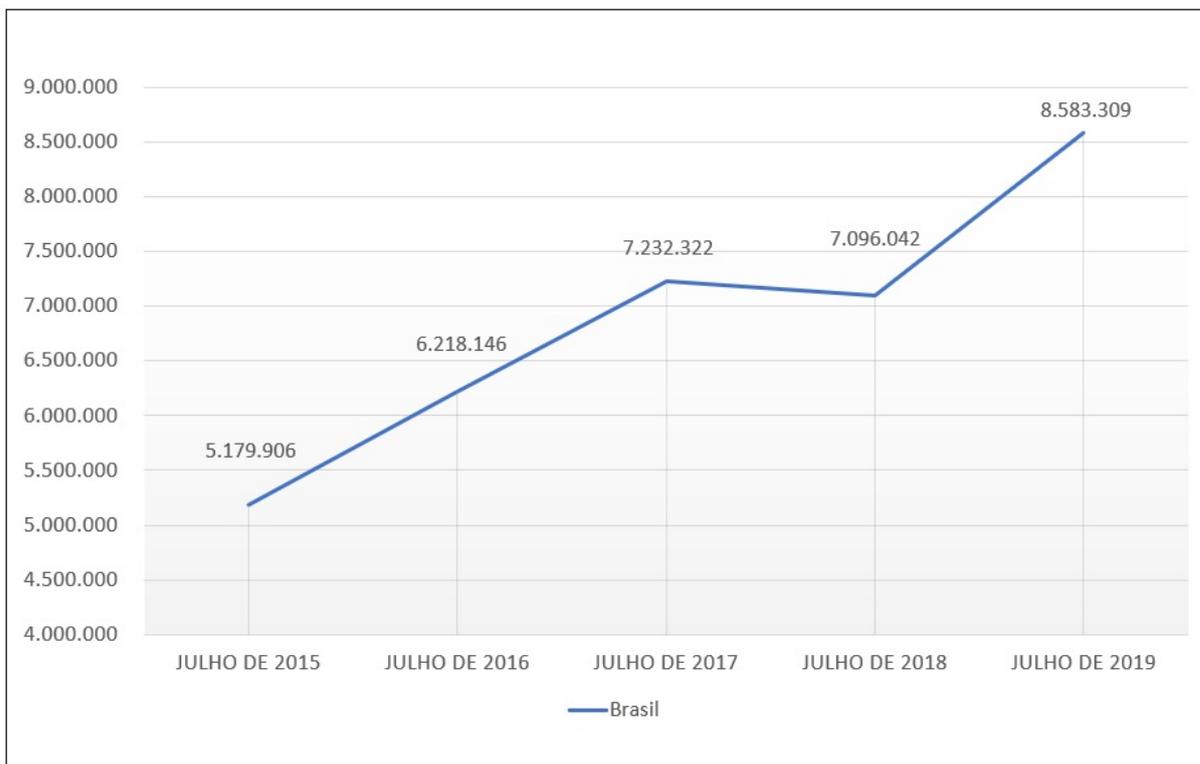
O Brasil possui milhares de pequenos empreendedores que participam ativamente da geração de riquezas do país, sendo que o empreendedorismo influencia a atual realidade dos negócios em nosso país e, apesar dos relativos progressos, "o empreendedorismo no Brasil está apenas começando e necessita de um olhar especial do Governo" (CUSTÓDIO, 2011, p. 19).

Segundo Costa (2009 apud CUSTÓDIO, 2011, p. 20), "[...] 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 Brasil depende muito de sua população empreendedora. Logo, é preciso dar suporte para que essas empresas possam crescer com consistências e oferecer mais oportunidades de trabalho.

No Gráfico 01, podemos observar o aumento do número de Microempresas Individuais (MEI's) constituídos no Brasil entre o período de 2015 a 2019, com exceção do período julho 2017 a julho 2018, onde percebe-se uma queda, provavelmente motivada pela crise instalada no país no referido período.

Figura 01 - Número de Microempresas Individuais (MEI's) constituídas no Brasil (2015-2019)

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

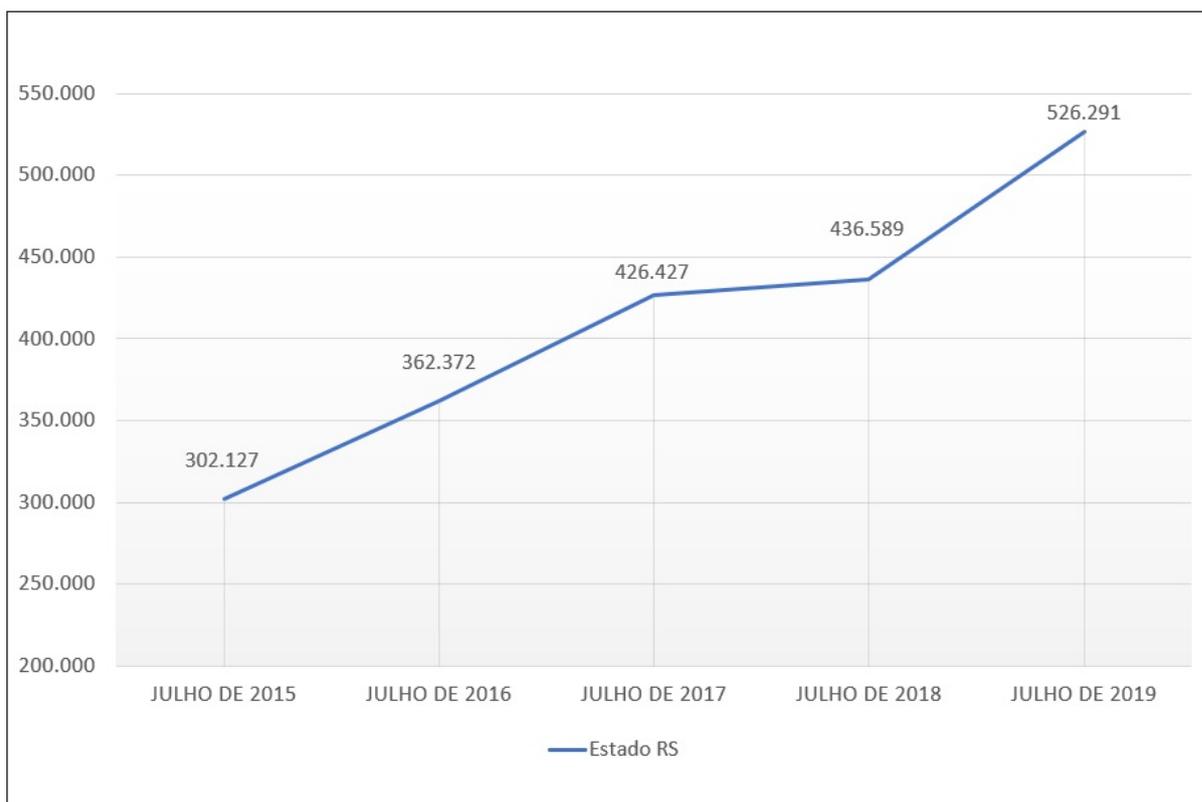


Fonte: Elaborado pelo autores (2019).

Ao analisarmos os números do Rio Grande do Sul, observamos que a crescente é constante, mesmo dentro do período crítico onde os números do país mostram-se reduzidos.

Figura 02 - Número de Microempresas Individuais (MEI's) constituídas no Rio Grande do Sul (2015-2019)

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

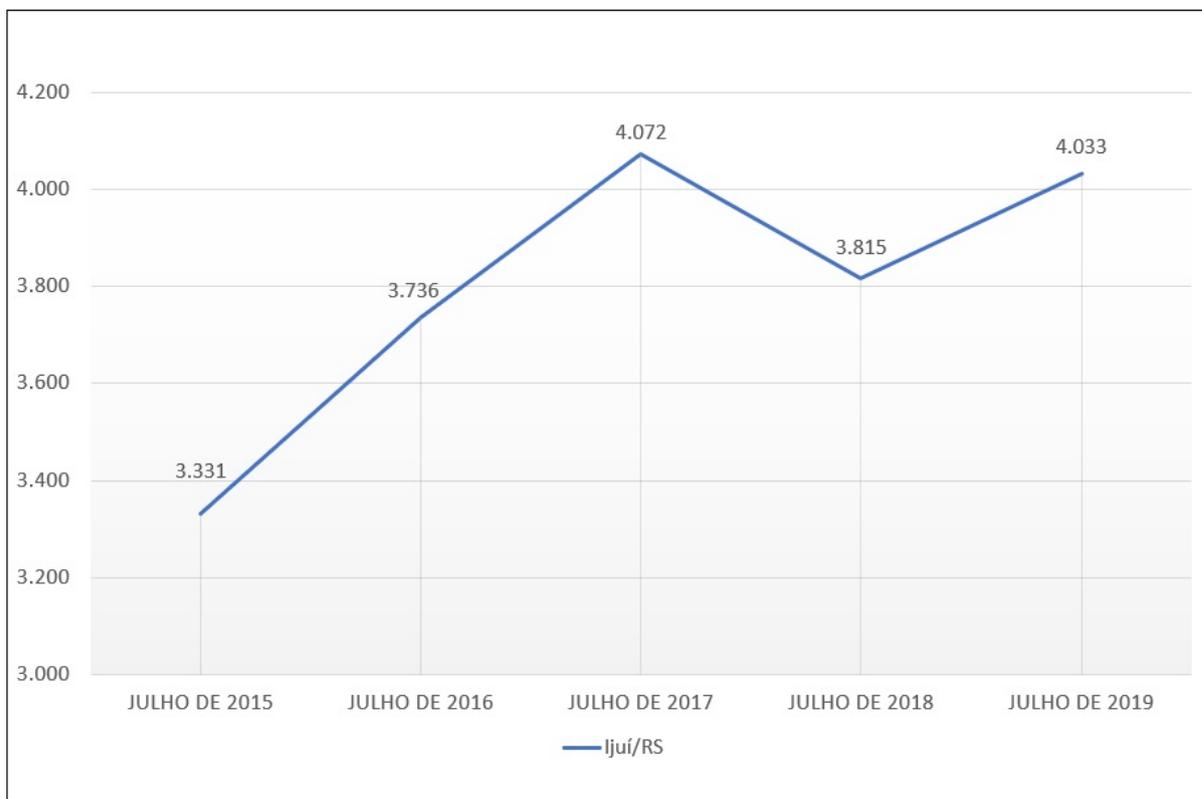


Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Quando nos debruçamos sobre o gráfico do município de Ijuí-RS, identificamos, proporcionalmente, uma queda mais acentuada que a queda brasileira, o que demonstra forte influência do período crítico com a redução do número de empreendimentos abertos.

Figura 03 - Número de Microempresas Individuais (MEI's) constituídas em Ijuí/RS (2015-2019)

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autores (2019).

### 3.2 EMPREENDEDOR E CULTURA EMPREENDEDORA DO TERCEIRO MILÊNIO

O Sebrae é amplamente difundido entre os pequenos empresários brasileiros com a finalidade de informar e dar suporte necessário para a abertura de uma empresa, bem como acompanhar através de consultorias seu andamento, solucionando pequenos problemas do negócio. Este órgão está, de certa forma, implantando a cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover em parceria com outros países, o Desafio Sebrae, uma competição entre acadêmicos de várias nacionalidades, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual.

Se uma cultura empreendedora ajudar a avaliar e a minimizar os riscos, se os fracassos puderem ser encarados como uma etapa no processo de aprendizado, é a esse processo que se refere o espírito empreendedor, algo bem diferente do espírito de aventura. Num passado recente, acreditava-se que o espírito empreendedor era uma função da personalidade, dependia mais que tudo do perfil psicológico.

Existe uma necessidade de aprimoramento no sistema educacional como um todo o que estimulará a cultura empreendedora entre os jovens adultos. (SILVEIRA et al, 2011, p. 7), uma vez que a capacidade de desafiar o que está estabelecido faz-se presente apenas numa pequena parcela da população.

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

### 3.3 VALORES INDISPENSÁVEIS PARA A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

De acordo com David Cohen (2000), “Sim, é possível formar empreendedores. Investir nisso é bom para o país, bom para as empresas e bom para você”. Adécio Machado dos Santos e Alexandre Acosta (2011, p. 18) afirmam que a educação empreendedora vai além, incentivando “valores de autonomia, independência, capacidade de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e de crescer em ambientes instáveis, porque esses representam os valores sociais que conduzem um país ao desenvolvimento”. Com a economia aquecida, o empreendedorismo disparou e, cada vez mais, pessoas buscam um negócio próprio. Além de planejamento e pesquisa, é importante ter uma boa ideia e muita motivação para chegar ao sucesso. Nesse sentido, a revista Exame perguntou a quinze grandes empresários brasileiros: “Afinal, o que é empreender? Quais são as características que tornam uma pessoa empreendedora?” As respostas são bastante esclarecedoras sobre o fenômeno empresarial no Brasil.

Quadro 01 - Conceito de empreender para empresários brasileiros

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

1) Rodrigo Azevedo - criador do site <i>Comunique-se</i> .	"Empreender é insistir. É ter muita gana, muita vontade de fazer acontecer, não se cansar e acreditar nesse sonho. Deveria ser a primeira opção de emprego para todas as pessoas".
2) Salim Mattar - conselho de administração <i>Localiza</i> .	"Empreendedores de verdade são aqueles que vencem em um ambiente hostil".
3) Pedro Passos - membro do Conselho de Administração da <i>Natura</i> .	"O empreendedor é apaixonado por uma ideia e corre atrás dela. Ele tem que ter brilho nos olhos e vontade de fazer, mesmo que seja a segunda, terceira, quarta iniciativa".
4) Romero Rodrigues - um dos fundadores do <i>BuscaPé</i> .	"Empreender é acreditar no impossível. Se você quer empreender e está perseguindo uma ideia, não conheço nenhuma palavra que possa provocar e trazer mais sucesso, realização e felicidade do que a palavra impossível".
5) Wellington Nogueira - fundador do projeto <i>Doutores da Alegria</i> .	"Empreender é gostar de encrenca. Sair na chuva e se molhar, ajoelhar e rezar".
6) Eike Batista - CEO do <i>Grupo EBX</i> .	"Empreender é enxergar uma oportunidade, ou uma boa ideia, e assumir o risco de botá-la em prática, executá-la. E o Brasil precisa disso, pois a vontade do brasileiro de tomar riscos ficou reprimida nos últimos 20 anos".
7) Abilio Diniz - presidente do Conselho de Administração da <i>BRF</i> .	"Empreendedor não deve ter sonho, tem que ter meta. Ele não é um cara que briga, faz negócios. Brigar é coisa de namorados".
8) Diego Martins - da <i>Acesso Digital</i> .	"Empreender é justamente acreditar que não existe limitador algum para você fazer aquilo que sonha. E, para ter força, você precisa se inspirar em coisas que superou no passado".
9) Ricardo Backup - diretor geral da <i>B2 Agência</i> .	"Empreender é correr risco, é liberdade, é autonomia, é desafio e é demais. É saber que, seja no negócio, na família ou em uma empresa, você não fica na zona de conforto. É buscar outro desafio não só nos negócios, mas na vida".
10) Bento Koike - fundador da <i>Tecsis</i> .	"Empreender é curtir muito encontrar uma solução para algo que está te importunando. Se essa for uma solução que você bolou, não copiou, ela é o grande incentivador do espírito empreendedor".
11) Wilson Poit - empreendedor da <i>Poit Energia</i> .	"O empreendedor não tem vergonha de tentar e ter atrevimento para querer coisas maiores. Ele sabe que o 'não' ele já tem garantido".
12) Wagner Furtado - <i>Cash Monitor</i> .	"Empreender é fácil. Continuar empreendendo é que é difícil. É simples ter uma iniciativa inovadora. Agora, quebrou? Vai de novo. Quebrou novamente? Tenta de novo. É aí que sobra só quem aguentar mais paulada. Empreender é aguentar paulada".
13) Valério Dornelles - da <i>Tecno Logys</i> .	"Empreender é ter vontade de realizar. É você não ficar contente em apenas ter ideias, e sim de colocá-las em prática".
14) Arnold Correia - da <i>Atmo Digital</i> .	"Empreender é acreditar no seu sonho, fazer com que mais pessoas acreditem nele e transformar tudo isso num sonho de um monte de gente. Sozinho fica pequeno. Tem que ser em time".
15) Rodrigo Teles - diretor da <i>Fundação Estudar</i> .	"Empreendedor é quem tem um sonho apaixonante, uma fé inabalável, e se joga de cabeça".

Fonte: Victorino, Vinícius (2013).

As respostas dos empreendedores são muito esclarecedoras. A palavra 'sonho' é citada cinco vezes, seguida pelas palavras 'vontade' citada três vezes e 'desafio', duas vezes. A expressão

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

‘impossível’ está presente, bem como os verbos ‘insistir e vencer’ e os substantivos ‘fé, oportunidade, vida, atrevimento, iniciativa, paixão’.

O empreendedor manifesta valores existenciais, estéticos, intelectuais, morais, religiosos. Santos e Acosta (2011, p. 98) relatam que em estudos sobre empreendedorismo, encontram-se pelo menos os seguintes aspectos sobre o empreendedor: a) iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; b) utilização de recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; c) aceitação em assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

### 3.4 NECESSIDADES FUNDAMENTAIS PARA A ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Malheiros, Ferla, Cunha (2003) salientam que três importantes fatores gerais contribuem para o sucesso dos empreendedores: em primeiro lugar, figuram os valores associados à pessoa do empreendedor, ou seja, às virtudes que são características fundamentais de quem quer iniciar seu próprio negócio. Em segundo, estão as habilidades gerenciais, que incluem estratégias de nicho, gerenciamento do fluxo de caixa, um sistema orçamentário simples, mais eficiente, experiência anterior, educação e estrutura organizacional simples; e, em terceiro, estão as habilidades pessoais que incluem um bom relacionamento com um representante de crédito, boas relações com clientes e boas relações com os empregados.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Não é possível encontrar resultado/soluções universais, uma vez que esta pesquisa bibliográfica está buscando compreender ações empreendedoras que resultam de interesses humanos influenciados por diferentes contextos sociais, culturais e econômicos.

Todavia, restou evidente o aumento do número de empreendedores no passar dos anos e que alguns valores são indispensáveis para a educação empreendedora, a partir da compreensão de que empreendedor é aquele indivíduo que assume riscos pessoais e se lança na ‘aventura’ de começar algo novo, tendo como ponto de partida um olhar para os problemas com uma atitude inovadora, criativa, mantendo um comportamento de líder.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Empreender é ter vontade e oportunidade. Iniciativa, criatividade, visão de futuro, capacidade de inovar, de organizar demandas, gerenciar equipes, firmeza e determinação são algumas características e talentos fundamentais para um bom empreendedor.

É o espírito empreendedor que motiva as pessoas a abrirem o seu próprio negócio e a realizarem coisas novas. O espírito empreendedor é um dos fatores essenciais para aumentar a riqueza do país e melhorar as condições de vida de seus cidadãos.

Atualmente, as organizações possuem uma grande necessidade de buscar e desenvolver profissionais com perfil empreendedor, devido ao fato de estes serem os responsáveis pelas modificações, criações e visões inovadoras para se obter um destaque maior e uma diferenciação positiva frente à concorrência.

É evidente que o empreendedorismo é uma ferramenta essencial no gerenciamento de uma empresa, considerando que empreender é identificar oportunidades e desenvolver meios de aproveitá-las, assumindo riscos e desafios. Por essa razão, há necessidade de investimento no sistema educacional como um todo, condição que incentiva uma cultura empreendedora entre os

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

jovens e adultos e, até em crianças, uma vez que os valores presentes num empreendedor podem ser desenvolvidos e melhorados.

O empreendedorismo, enfim, contribui para o desenvolvimento pessoal, propiciando a autorrealização e felicidade do indivíduo. Em nível organizacional, a cultura do empreendedorismo é fundamental para a sobrevivência da empresa em meio a concorrência. Já em nível das sociedades, o empreendedorismo se apresenta como uma solução para problemas que os governos não conseguem resolver, porque ele está ligado intimamente ao comportamento dos seres humanos.

A sociedade do século XXI exige atitudes e comportamentos empreendedores para que as economias consigam sobreviver num panorama de globalização acelerada.

#### REFERÊNCIAS

BERGAMINI, Cecília W.; CODA, Roberto. (organizadores). Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança. 2. ed., São Paulo: Atlas S.A., 1997.

BRASIL. Ministério da Economia. Portal Oficial da Receita Federal. 2019. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/> acesso em: 18 jul. 2019.

BRAZEAL, Deborah V.; HERBER, Theodore T. A Gênese do empreendedorismo: mudanças, inovação e criatividade. Tradução e adaptação de Jovino Moreira da Silva, fev. 2000.

CAPRA, Fritjof. O Ponto de Mutação: A Ciência, a Sociedade e a Cultura Emergente. 25. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas. São Paulo: Atlas, 2003.

COHEN, David. Empreendedorismo: Como se faz gente que faz? (Colaboraram Suzana Naiditch e José Maria Furtado). Revista Exame, São Paulo, Edição Especial, 26 ago. 2000.

COSTA, Maira. O Bonito é Ser Pequeno? Revista Exame, São Paulo, 28 jul. 1999, p. 45-46.

CUSTÓDIO, Telma Padilha. A Importância do Empreendedorismo como Estratégia de Negócio. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) - Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, Lins, São Paulo, 2011.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter F. A Prática da Administração de Empresas. São Paulo: Pioneira, 2001.

DRUCKER, Peter F. Sociedade Pós-capitalista. Pioneira, 1993

**Evento:** XXIV Jornada de Pesquisa

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado; FERREIRA, Jane Mendes; RAMOS, Simone Cristina. Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. Anais do XXXII Enanpad, 2008.

MALHEIROS, Rita de Cássia da Costa; FERLA, Luiz Alberto; CUNHA, Cristiano J. C. de Almeida (Orgs.) Viagem ao mundo do empreendedorismo. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados, 2003.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

NOGUEIRA, Nuno. A importância do empreendedorismo no desenvolvimento pessoal e organizacional. Disponível em: <<http://www.portal-gestao.com>>. Acesso em 13 de agosto de 2013.

PORTAL EDUCAÇÃO. Colunista Portal: Finanças e Áreas Afins. A história do empreendedorismo. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/gestao-e-lideranca/artigos/48798/a-historia-do-empreendedorismo>>. Acesso em 13 de agosto de 2013.

SANTOS, Adelcio Machado dos; ACOSTA, Alexandre. Empreendedorismo: Teoria e Prática. UNIARP: Caçador/SC, 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. O que é o Microempreendedor Individual, 2007. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em 13 de agosto de 2013.

SILVEIRA, Ailton da et al. Empreendedorismo: a necessidade de se aprender a empreender. Faculdade Novo Milênio: Vila Velha/ES, 2011, p. 1-11. [artigo de revisão].

STEVENSON, H. H., JARILLO, M. J. (1990) A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. Strategic Management Review, v. 11, p. 16-27.

VICTORINO, Vinícius. As definições de empreendedorismo por 15 empreendedores. Revista Exame, São Paulo: Abril, n. 1047, a. 47, 21 ago. 2013.