

Alexandre de Sá Oliveira

Empreendedores:

Pessoas essenciais que fazem acontecer




UNIVALI
editora


PUCPRESS

Alexandre de Sá Oliveira

Empreendedores:

Pessoas essenciais que fazem acontecer



Itajaí
Curitiba
2021



Dedico este livro à Natureza, origem e fim da vida, por proporcionar a todos nós os recursos necessários para sermos felizes, razão maior da existência humana. Porém, só o conhecimento nos aproxima da felicidade verdadeira.

©2018, Alexandre de Sá Oliveira, Raulino Pedro Gonçalves (colaborador)
2018, Editora UNIVALI, PUCPRESS
2021 - 2. ed.

Este livro, na totalidade ou em parte, não pode ser reproduzido por qualquer meio sem autorização expressa por escrito da Editora.

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ - UNIVALI

Reitor

Valdir Cechinel Filho

Chefe de Gabinete de Gestão Integrada

José Roberto Provesi

Diretor de Internacionalização

Paulo Márcio da Cruz

Diretor de Assuntos Institucionais

Teimo José Mezadri

Vice-Reitoria de Graduação e Desenvolvimento

Institucional

Carlos Alberto Tomelin

Vice-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e

Inovação

Rogério Corrêa

Vice-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários

José Carlos Machado

Secretária Executiva

Luciana Merlin Bervian

Procurador Geral

Rodrigo de Carvalho

EDITORA UNIVALI

Responsável

Francine Lucatelli

Assistente de Marketing e Comercialização

Daniele Torres Almeida

Revisão

Ana Cláudia Reiser de Melo

Estagiária de Publicidade e Propaganda

Ana Clara de Souza

Conselho Editorial

Ana Cristina Bornhausen Cardoso

Angélica Garcia Couto

Cleide Jussara Muller Pareja

Denise Schmidt Siqueira Garcia – (Presidente)

Graziela Breitenbauch de Moura

Hans Peder Behling

José Gustavo Natorf de Abreu

Luciane Angela Nottar Nesello

Luciano Torres Tricário

Marcio Tamanaha

Natalí Nascimento

Rafael Padilha dos Santos

EDITORA UNIVALI

Rua Uruguaí, 458, Centro, Itajaí – SC

Bloco B6 – Sala 108, CEP: 88302-901

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO PARANÁ (PUCPR)

Reitor

Waldemiro Gremski

Vice-Reitor

Vidal Martins

Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Paula Cristina Trevilatto

PUCPRESS

Coordenação

Michele Marcos de Oliveira

Editor

Marcelo Manduca

Preparação de texto

Camila Fernandes de Salvo

Revisão

Camila Fernandes de Salvo

Elisama Nunes dos Santos

Paula Lorena Silva Melo

Capa e Projeto gráfico

Ana Paula Vicentin Ferrarini

Diagramação

Ana Paula Vicentin Ferrarini

Conselho Editorial

Alex Villas Boas Oliveira Mariano

Aléxei Volaco

Carlos Alberto Engelhorn

Cesar Candiotto

Cilene da Silva Gomes Ribeiro

Cloves Antonio de Amíssis Amorim

Criselli Maria Montipó

Eduardo Damião da Silva

Evelyn de Almeida Orlando

Fabiano Borba Viana

Katya Kozicki

Kung Darh Chi

Léo Peruzzo Jr.

Luis Salvador Petrucci Gnoato

Marcia Carla Pereira Ribeiro

Rafael Rodrigues Guimarães Wollmann

Rodrigo Moraes da Silveira

Ruy Inácio Neiva de Carvalho

Suyanne Tolentino de Souza

Vilmar Rodrigues Moreira

PUCPRESS / Editora Universitária Champagnat

Rua Imaculada Conceição, 1155

Prédio da Administração - 6º andar

Campus Curitiba - CEP 80215-901

Curitiba / PR -Tel. +55 (41) 3271-1701

pucpress@pucpr.br

Dados da Catalogação na Publicação - Pontifícia Universidade Católica do Paraná - Sistema Integrado de Bibliotecas – SIBI/PUCPR - Biblioteca Central - Luci Eduarda Wielganczuk – CRB 9/1118

048e
2021
Oliveira, Alexandre de Sá
Empreendedores: pessoas essenciais que fazem acontecer / Alexandre de Sá Oliveira; colaborador,
Raulino Pedro Gonçalves. – Curitiba: PUCPRESS, 2021
304 p. ; 21 cm

ISBN: 978-65-87802-86-2 (PUCPRESS)

ISBN: 978-65-87582-33-7 (Univali)

ISBN: 978-65-87802-71-8 (E-book)

Inclui bibliografia

1. Empreendedorismo. 2. Empreendedores. I. Gonçalves, Raulino Pedro.
II. Título.

Sumário



Agradecimentos	6
Apresentação	8
Introdução	10
1. Educação Empreendedora, Empresarial ou para o Empreendedorismo: é tudo a mesma coisa?	18
2. Empreendedorismo: sua gênese é um comportamento	40
3. A motivação e o comportamento empreendedor	68
4. As instituições e o comportamento empreendedor	112
5. Taxonomia do Empreendedorismo	138
Segunda parte: Tipologias de empreendedores e de empreendedorismo	158
6. O Intraempreendedor (<i>Intra-corporate Entrepreneur</i> ou <i>Intrapreneur</i>)	160
7. O Empreendedor Público (<i>Public Entrepreneur</i>)	190
8. O Empreendedor Empresarial (<i>Business Entrepreneur</i>)	208
9. O Empreendedor Social (<i>Social Entrepreneur</i>)	236
Considerações Finais	278
Referências	292



Agradecimentos

Demonstrar gratidão é, ao mesmo tempo, uma sensação de fechamento de um ciclo e a demonstração de reconhecimento quanto à importância das pessoas que cruzam o nosso caminho e das experiências que vivemos, pois estas deixam marcas em nossa história.

Ao escrever uma seção de agradecimentos, corro um sério risco de me esquecer de alguém a quem gostaria de demonstrar o sentimento de gratidão. Então, começarei agradecendo a todos que contribuíram para que eu pudesse um dia ser capaz de escrever uma obra como essa. Todos, sem exceção, mas principalmente à minha família!

Agradeço a todos os meus fracassos, equívocos, assim como os sucessos e vitórias; às pessoas mesquinhas, egoístas, invejosas, excessivamente práticas e pouco sensíveis, mas também àquelas que foram especiais, pois cada episódio vivido foi útil para forjar meu caráter e minhas convicções quanto à importância de uma ética superior e da instrumentalidade com a necessária beleza estética.

Agradeço àqueles aos quais pedi para que lessem um dos capítulos deste livro e leram, mas também aos que não leram, ou passaram a outra pessoa para ler por não se interessarem pelo que escrevi. Vocês foram fundamentais para que eu tivesse a certeza de ter feito algo melhor do que eu pensava ser capaz. Obrigado mesmo!

Agradeço especialmente ao meu amigo e protetor desinteressado, Prof. Manuel Carlos Pinheiro da Gama (M. Sc.), sábio conselheiro e responsável por eu estar aqui e agora; agradeço à minha esposa Patrícia, a qual ouviu, meio sonolenta às vezes, a leitura dos primeiros capítulos.

Agradeço ao meu colega de trabalho e parceiro neste livro, Prof. Raulino Pedro Gonçalves, por ter aceito escrever o capítulo sobre o Empreendedor Social, tendo permitido algumas intervenções no texto, e com quem conto com sua precisão, capacidade de organização e vontade de fazer tudo certo, para que alcancemos os objetivos do projeto do qual faz parte este livro.

A tudo e a todos, muito obrigado!

Apresentação

O que se ensina em um curso ou disciplina de Empreendedorismo? Educação Empreendedora, Empresarial ou para o Empreendedorismo: é tudo a mesma coisa? Afinal de contas, é possível “ensinar” alguém a ser empreendedor? Estas foram algumas das questões que nortearam a abordagem aqui proposta, a qual pode inspirar uma verdadeira revolução na educação para o comportamento empreendedor.

Nas pesquisas realizadas para a elaboração deste livro, ficou claro que estudiosos, educadores, investidores e formuladores de políticas públicas não têm dúvidas quanto à importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e a prosperidade individual e social. Porém, estudos demonstram que grandes volumes de recursos são investidos com o propósito de se fomentar o empreendedorismo em todo o mundo, cuja eficácia é duvidosa, pois incentivar a abertura de novos negócios não significa, necessariamente,



fomentar o comportamento empreendedor, algo tão valioso como necessário.

O presente livro resume o trabalho de pesquisa realizado com o propósito de ajudar a responder as questões acima, ao mesmo tempo em que se buscou sintetizar diversos estudos já consagrados sobre o tema empreendedorismo. Adotou-se uma abordagem multidisciplinar, respeitando-se a multidimensionalidade do fenômeno.

Temas como motivação, teoria institucional, tipologias de empreendedorismo, foram trabalhados com rigor acadêmico, culminando com uma proposta de taxonomia do empreendedorismo.

Este livro é dirigido a todos que se interessam e se empenham no encaminhamento de jovens em suas carreiras, que acreditam na importância do alinhamento pessoal à ocupação profissional como meio de autorrealização e para a produção de bens e serviços com excelência.

Introdução



Quanto vale o talento de um Steve Jobs, Bill Gates, Einstein, Zuckerberg? Essa resposta parece fácil, bastando constatar o legado deixado por cada um deles. Mas qual o custo para a sociedade quando um talento é desperdiçado? Aproveita-se de liberadamente este ativo natural de valor incalculável?

Segundo o engenheiro norte-americano Frank Parsons, pai do movimento pela orientação vocacional e autor do livro *Choosing a vocation*, publicado em 1909 (p.03 – tradução livre):

[...] uma ocupação (profissional) em harmonia com quem se é significa entusiasmo, amor pelo trabalho e altos ganhos econômicos. Se um jovem escolhe sua profissão de forma que suas melhores habilidades e entusiasmo estejam de acordo com seu trabalho diário, terá estabelecido as bases sólidas para o sucesso e a felicidade.

A frase “*Celui qui entreprend quelque chose*”, ou em português “Aquele que se compromete com algo”, é a definição mais antiga que se tem notícia para o adjetivo “*entrepreneur*” (empreendedor, em francês) segundo Hoselitz (1951). Em seu artigo *The early history of Entrepreneurial Theory* o autor afirma que de acordo com o *Dictionnaire de La Langue française* (1889, vol. II, p.1437) o termo fora adotado na cultura francesa no século XII e pode-se admitir como uma versão atualizada dessa definição que o indivíduo empreendedor “é aquele que faz as coisas acontecerem”.

A importância desse achado da arqueologia semântica não se limita a uma mera curiosidade histórica, como poderia

parecer em um primeiro momento. Bem ao contrário, ao admitir-se que indivíduos que demonstram tal comportamento sejam aqueles dos quais a sociedade espera as realizações mais importantes, encontrar uma forma de despertá-lo no maior número possível de indivíduos em determinado grupo torna-se fundamental.

O dramaturgo e poeta alemão Bertolt Brecht (1898-1956) destaca em seu poema *Os que lutam* que: “Há homens que lutam um dia, e são bons; há aqueles que lutam por um ano, e são melhores; há os que lutam por vários anos, e são muito bons; porém, há outros que lutam durante toda a vida, esses são imprescindíveis”. O que faz com que alguém seja imprescindível? O que fazer para cultivar mais indivíduos imprescindíveis? Essas são algumas perguntas cujas respostas teriam um valor incalculável.

O termo “Empreendedor” adjetiva, ou qualifica, os indivíduos que realizam. Conforme apresentado pelo Dicionário Michaelis da Língua Portuguesa (2016), Empreendedor é aquele: “1- Que empreende; 2- Que se aventura à realização de coisas difíceis ou fora do comum; ativo, arrojado”. Desnecessário reafirmar a importância de pessoas com essas características para qualquer sociedade.

Quando utilizado como um substantivo, usualmente o termo “empreendedor” se refere ao indivíduo responsável pela abertura e gestão de uma organização empresarial ou, numa versão mais ampla, é: “1- Aquele que empreende; 2- Aquele que toma a seu cargo uma empresa”, também de acordo com o Michaelis (2016). Porém, o fenômeno é bem mais amplo e pretende-se com este estudo também demonstrar isso.

O presente livro tem como objetivo convidar o leitor a refletir acerca da importância de se entender melhor o comportamento qualificado como empreendedor: o que o motiva, que elementos

o caracterizam, limitam ou potencializam, visando utilizar este conhecimento para despertar nos indivíduos, de forma intencional e efetiva, os recursos que configuram este comportamento. Será que isso é possível? Há aqueles que acreditam que sim e outros que questionam os métodos que prometem este resultado.

É inegável o esforço até aqui despendido por educadores, gestores públicos e agentes da iniciativa privada em todo o mundo, visando estimular o empreendedorismo. Porém, é também verdade que na maior parte dos casos essas iniciativas carecem de uma orientação teórica consistente, fazendo com que recursos de toda ordem não sejam devidamente aproveitados e todo o esforço demonstre pouca eficácia em seus resultados.

Procurou-se neste livro não cair em armadilhas como aquelas representadas pelas conveniências, as quais induzem a admitirem-se conceitos consagrados pela superficialidade do senso comum ou pelo reducionismo impulsivo de setores da academia, os quais incentivam, inclusive, o cultivo do comportamento empreendedor prescrevendo-se práticas como a do espelhismo ou da mimetização de comportamentos de biografados considerados como indivíduos bem-sucedidos.

Cada agente foi aqui considerado como um ser único em sua individualidade, porém altamente influenciado pelo meio em que vive: seus valores, crenças e preconceitos, os quais contribuem para a formação de sua visão de mundo. A complexidade presente na edificação do indivíduo é um dado irrefutável.

Os resultados da pesquisa realizada demonstraram claramente o papel decisivo que a herança genética cumpre na vida de cada ser vivo como possibilidade latente, em especial na vida de todo ser humano. Esta pode ser conhecida, viabilizada, potencializada, ou sufocada, limitada e, em muitos casos, criminosamente

comprometida de forma irreversível, cabendo perguntar: quem ganha e quem perde com isso? Em ambas as possibilidades a resposta é: a sociedade e o indivíduo ganham ou perdem.

Este livro foi organizado da seguinte forma: a primeira parte, composta por cinco capítulos, propõe no primeiro capítulo uma reflexão quanto ao ensino do empreendedorismo, alinhando-se aos autores que apontam a ineficiência e ineficácia dos diversos cursos que prometem fomentá-lo.

No segundo capítulo descreveu-se de forma profunda e organizada a trajetória do estudo sobre o fenômeno do empreendedorismo ao longo da história, como uma estratégia para se localizar e descrever as razões pelas quais um comportamento tão valioso para qualquer ocupação profissional foi praticamente apropriado pelo campo da economia, a ponto de ser considerado como um processo e produto de uma única ocupação profissional: a de empresário.

Procurou-se apresentar o caminho percorrido pelo estudo do empreendedorismo, objetivando conhecê-lo de forma menos reducionista. Há estudos consistentes sobre o tema em diversas bases de dados de estudos acadêmicos, principalmente nas internacionais.

No terceiro capítulo abordou-se o papel da motivação humana na conformação do comportamento empreendedor, a partir de teorias as quais delineiam as razões para a sua manifestação, as possibilidades para despertá-la e o seu produto enquanto fenômeno.

No quarto capítulo realizou-se um estudo sobre o papel fundamental das instituições como indutoras e como meio para se viabilizar o produto fundamental para o sucesso e sobrevivência da humanidade: as inovações. Abordou-se em particular a relação

existente entre as instituições, o comportamento empreendedor e o sistema econômico conhecido como Capitalismo.

Concluindo a primeira parte do livro, o quinto capítulo consolida o raciocínio que configura o fio condutor do presente estudo. Propõe-se uma “Taxonomia do Empreendedorismo”, ou seja, uma classificação considerando-se o fenômeno como processo e produto do comportamento humano. Ali, respeitando-se as mais adequadas tradições acadêmico-científicas, foram utilizados textos consagrados sobre cada uma das tipologias de empreendedorismo, esclarecendo-se que não se trata de uma simples expressão idiossincrática. Ao contrário, é uma tentativa de reunir fragmentos do conhecimento produzido sobre o tema visando propor uma imagem a mais próxima possível do que possa ser a realidade do fenômeno, apresentada até aqui por diversas correntes de estudiosos. Cada uma das tipologias propostas foi profundamente abordada nos capítulos subsequentes.

Iniciando a segunda parte do livro, no sexto capítulo abordou-se o Intraempreendedorismo (*Intrapreneurship*, em inglês) defendendo que, admitindo-se que o comportamento empreendedor esteja presente em todas as atividades humanas, é possível também que colaboradores o demonstrem em organizações nas quais atuam profissionalmente, sem que sejam os responsáveis por elas. Aliás, é mais do que desejável que os colaboradores se comportem dessa maneira, independente da natureza e do porte da organização.

Já no sétimo capítulo deu-se início à abordagem das demais tipologias, adotando-se como critério a classificação das organizações através de categorias sociológicas: primeiro setor, ou setor público; segundo setor, ou setor privado com fins lucrativos, e terceiro setor, ou setor privado sem fins lucrativos. Dessa forma, iniciou-se pelo

Empreendedor e pelo Empreendedorismo Público (*Public Entrepreneur and Public Entrepreneurship*), ou relativo ao setor público.

No oitavo capítulo abordou-se o mais conhecido e estudado dos Empreendedores e do Empreendedorismo: o Empresarial (aqui tratado como *Business Entrepreneur e Business Entrepreneurship*, respectivamente). Valorizou-se, desde os estudos clássicos até as propostas mais contemporâneas sobre o fenômeno, também utilizando a perspectiva proposta no capítulo cinco, qual seja, a proposta de se descrever o fenômeno através de uma “Taxonomia do Empreendedorismo”. Nesse capítulo, em especial, procurou-se contribuir para a pacificação do campo em relação às diversas abordagens.

No nono capítulo abordou-se a segunda tipologia mais estudada atualmente: a do Empreendedor e Empreendedorismo Social (*Social Entrepreneur e Social Entrepreneurship*). Este capítulo foi escrito em parceria com o Prof. Raulino Pedro Gonçalves, entusiasta do Empreendedorismo Social.

No último capítulo do livro são apresentadas considerações sobre o presente estudo, recomendando-se iniciativas para que se possa efetivamente contribuir, de forma deliberada, para que a maior parte dos indivíduos possam ser aquilo que podem ser, expressando-se através de sua ocupação profissional, como profissionais que realizam o seu papel com excelência, beneficiando a si e à sociedade da qual fazem parte.

Espera-se com os resultados aqui apresentados, contribuir para um novo olhar quanto à Educação para o Comportamento Empreendedor, de forma ampla, generosa e precisa, permitindo-se obter um melhor resultado em termos de compreensão deste comportamento, estimulando o surgimento e a mobilização de mais pesquisadores e estudiosos sobre o tema.

Pode-se afirmar, inclusive, que cada um dos Capítulos do presente livro se apresenta como uma linha de pesquisa a ser melhor explorada por estudiosos do Comportamento Empreendedor e do Empreendedorismo.

Ao tratar da Educação para o Comportamento Empreendedor precisa-se reconhecer que a natureza do fenômeno é psicológica e comportamental, além de multidimensional, a qual recebe forte influência do ambiente institucional, demandando uma postura menos preconceituosa por parte de pesquisadores, educadores e formuladores de políticas públicas.





Capítulo I

Educação Empreendedora, Empresarial ou para o Empreendedorismo: é tudo a mesma coisa?

O professor e pesquisador Fernando Dolabela (2017) afirma que se deve considerar o empreendedorismo como uma forma de ser, pois a atitude empreendedora extrapola o âmbito empresarial, imbricando-se em todas as atividades humanas. Admitindo-se tal compreensão como plausível, cabe perguntar-se: o que realmente um curso ou disciplina de empreendedorismo ensina ou deveria ensinar? Este primeiro capítulo propõe que se reflita sobre um tema para o qual o mundo, incluindo o Brasil, procura caminhos, meios ou soluções, qual seja: contribuir para que ocorra a manifestação do maior número possível de indivíduos empreendedores.

Grande parte dos pesquisadores sobre Educação para o Empreendedorismo alerta para a necessidade de se elaborar uma “Teoria do Empreendedorismo”, a qual seja aceita pela comunidade acadêmico-científica. Este livro pretende contribuir com o diálogo sobre o tema “Educação para o Empreendedorismo”, colocando-se como uma proposta de “Teoria Aberta sobre o Empreendedorismo”.

O termo empreendedor é de origem francesa (século XII), *entrepreneur*, o qual foi apropriado por economistas políticos franceses no século XVIII, e por economistas ingleses no século XIX, espalhando-se pelo mundo por meio de diversas obras. Este dá nome ao livro, considerando-se que os indivíduos que

demonstram esse comportamento sejam imprescindíveis, pois são responsáveis por fazer as coisas acontecerem.

Porém, conforme será demonstrado na primeira parte do presente livro, o tema refere-se a um fenômeno complexo e multidimensional, exigindo esforço e paciência por parte dos interessados em obter uma adequada compreensão sobre o assunto, inclusive para ensinar o empreendedorismo.

Segundo Caird (1990), mesmo que não se tenha ainda um consenso quanto ao que significa ser empreendedor (e ainda não se tem este consenso, é bom que se diga) o crescimento do número de cursos sobre o empreendedorismo é um fato e se deve em razão de que muitos governos acreditam que este fenômeno representa um elemento chave para o sucesso econômico e social. Schumpeter já havia anunciado esse fenômeno em 1911 em seu livro *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (ou Teoria do Desenvolvimento Econômico, em português).

O empreendedorismo que gera novos empreendimentos ou implementa inovações dentro das empresas já existentes representa um dos maiores impulsionadores do desenvolvimento econômico (RASMUSSEN e SORHEIM, 2006). Supõe-se, segundo os autores, haver uma relação íntima entre o empreendedorismo (empresarial) e o desenvolvimento local e regional.

Essa compreensão resultou numa explosão de iniciativas, públicas e privadas, visando promover atividades empreendedoras (empresariais), movidas pela esperança de acelerar a inovação, o desenvolvimento da tecnologia e a criação de empregos e de renda.

Raposo e Paço (2011) destacam que o empreendedorismo emergiu como a mais importante força já vista no mundo no que se refere ao desenvolvimento econômico, inclusive nos programas de ensino sobre negócios. O crescente interesse sobre o papel do

empreendedor na economia levou ao surgimento de um crescente corpo de pesquisadores, os quais buscam incessantemente identificar os fatores responsáveis pela promoção do empreendedorismo.

Obviamente, o nível de empreendedorismo varia consideravelmente entre os diversos Países, e em diferentes momentos. Ambas as causas e suas consequências em relação ao fenômeno do empreendedorismo são objeto de estudos e debates entre cientistas, formuladores de políticas públicas e governos. Uma alta taxa de empreendedorismo (empresarial) é tida como fator fundamental para acelerar-se a inovação, o crescimento econômico, a criação de empregos e o bem-estar da sociedade (RAPOSO e PAÇO, 2011).

Entretanto, o fato do termo “empreendedor” ter se difundido de forma espantosa na língua inglesa pode às vezes induzir a compreensões equivocadas. Por exemplo: o termo “*entrepreneur*” significa “empreendedor” em inglês e em francês, sendo a França o país de origem do termo. Porém, por questões histórico-culturais, o mesmo termo significa também “empresário” (em inglês, mas não em francês), com o mesmo grau de relevância. É absolutamente plausível afirmar que o comportamento empreendedor se manifeste nas mais diversas atividades humanas e que nem todos os empresários demonstrarão tal atitude. Assim, ao buscar-se ensinar o empreendedorismo, caberia questionar: 1) é possível ensinar um indivíduo a agir de forma empreendedora?; 2) educação empreendedora, educação empresarial e educação para o empreendedorismo, são todas a mesma coisa? e 3) produzirão o mesmo resultado?

A “Educação para o Empreendedorismo”, notadamente o empreendedorismo “empresarial”, é hoje uma das mais fortes linhas de pesquisa existentes sobre o empreendedorismo e o empreendedor. Debates acalorados são travados nas mais diversas partes do mundo, presencial e virtualmente, através das inúmeras redes de pesquisadores e interessados no tema, de professores

universitários a formuladores de políticas públicas, passando por fundos de investimento e movimentos sociais.

Ao considerar-se que a maior parte dos artigos e livros publicados sobre os temas “empreendedor” e “empreendedorismo” é publicada em inglês, e que uma pequena parte destes é traduzida para o português visando facilitar o acesso ao seu conteúdo, no Brasil isso pode causar uma série de confusões quando a tradução de determinado texto é questionável, como será apresentado no decorrer do presente livro.

Ao tratar da formação de novos empreendedores tem-se ainda as seguintes situações: o termo “*entrepreneur*” pode funcionar como um substantivo (um empresário), assim como um adjetivo (um indivíduo realizador). Porém, os termos “*enterprise*” e “*entrepreneurial*” também podem significar “empreendedor” como um adjetivo (“*an enterprise person*” ou “*entrepreneurial people*”). Na prática, às vezes, o autor pretende dizer uma coisa e se traduz de uma forma diferente daquela pretendida pelo mesmo.

Segundo Caird (1990), pessoas empreendedoras não são, necessariamente, empresários ou empresárias. Pode-se definir uma pessoa empreendedora como alguém que cria um projeto e o executa. Muitos indivíduos podem ser citados como empreendedores: Margareth Thatcher (ex-primeira ministra inglesa), Martin Luther King (pastor e líder negro norte-americano) ou Steve Jobs (empresário visionário).

Em todos estes casos é possível identificar o compromisso, o entusiasmo e a resiliência dos agentes em diferentes contextos. Isso quer dizer que as características psicológicas e comportamentais de empresários, líderes comunitários ou governantes podem ser idênticas, diferenciando-se pelo fato de que cada um deles têm motivações e objetivos diferentes.

A caracterização do empreendedor feita pelo chamado “pai da inovação”, o austríaco Joseph Schumpeter, é solenemente ignorada em muitos textos acadêmicos que afirmam utilizá-lo como fonte de pesquisa. O autor afirma em seu texto original: “[...] chamamos empreendedores não apenas os empresários independentes em uma economia de troca, como são usualmente designados, mas todos os que realmente cumprem a função pela qual definimos o conceito”, ou seja, todos os que realizam e inovam (SCHUMPETER, 1949, p.74 – tradução livre).

Schumpeter explica que o conceito proposto por ele é, ao mesmo tempo, mais amplo e mais restritivo que o usualmente proposto, pois amplia a tipificação daqueles que podem ser considerados empreendedores: empregados dependentes de uma empresa, como gerentes, membros do conselho de administração ou qualquer outro que tenha real poder para executar a função empreendedora; e também restringe a tipificação do “empreendedor (empresarial)” àquele que promove novas combinações, as quais contribuam para o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1949 – tradução livre).

Outro autor clássico no estudo sobre o empreendedorismo, o qual figura entre os mais citados em trabalhos acadêmicos sobre o tema, o psicólogo americano David McClelland, afirma em seu famoso estudo sobre o comportamento empreendedor, “*The achieving society*”, que:

[...] o estudo do comportamento dos empresários é conceitualmente distinto de se estudar o comportamento empreendedor [pois] aqueles que ocupam a posição de empresários não demonstrarão, necessariamente, um comportamento empreendedor (MCCLELLAND, 1961, p.66 – tradução livre).

Segundo o autor o que estaria por trás do comportamento ou da iniciativa empreendedora seria uma forte “necessidade de realização” demonstrada pelo indivíduo, associada ao risco calculado presente na decisão de empreender algo. Em sua pesquisa o autor estudou jovens que manifestamente tinham a intenção de abrir seu próprio negócio, mas o próprio McClelland afirma que o mesmo estudo poderia ser realizado considerando-se outra atividade profissional.

Diante do até aqui exposto, parece plausível refletir sobre se os cursos de empreendedorismo, seja um treinamento oferecido por instituições de apoio aos pequenos negócios, seja uma disciplina em programas de pós-graduação, são mesmo capazes de entregar o que afirmam ser seu objetivo básico: fomentar o empreendedorismo.

Neste momento apresenta-se uma primeira oportunidade para uma nova proposição, a partir do exposto por Schumpeter (1949) e McClelland (1961), corroborados por Caird (1990), Dolabela (2003) e outros: o comportamento empreendedor é uma característica distribuída entre, e necessária a, todas as atividades humanas. Assim, ao se referir ao comportamento empreendedor em atividades “empresariais” o correto seria, então, qualificar o empreendedor do qual está se tratando como “Empreendedor Empresarial” ou “*Business Entrepreneur*”.

É necessário esclarecer que se sugere o termo “*Business Entrepreneur*”, como o correspondente em inglês para “*Empreendedor Empresarial*”, pelo fato de que o termo “entrepreneur”, como foi dito anteriormente, significa com o mesmo grau de relevância os correspondentes em português a “empreendedor” e “empresário”. Assim, seria uma redundância se a tipificação proposta fosse traduzida para o inglês da forma convencional. No presente estudo será adotada, doravante, a tipologia aqui sugerida, desde que corresponda

a essa tipologia, apesar de que nos textos originais utilizados como fonte de pesquisa o mesmo não tenha recebido este tratamento.

Segundo O'Connor (2013), há uma tendência crescente nas políticas de governo em se promover o empreendedorismo empresarial pelo seu aparente benefício econômico. Por conseguinte, procura-se empregar a Educação para o Empreendedorismo como um meio para se estimular o aumento contínuo dos níveis de desenvolvimento da atividade econômica.

No entanto, o mesmo autor esclarece que o benefício econômico esperado da Educação para o Empreendedorismo tem sido difícil de traduzir-se em realidade. Afirma que se percebe que o problema é, em parte, devido às multiperspectivas quanto à definição do que seja o empreendedorismo. Logicamente, não havendo um consenso quanto ao que é o empreendedorismo fica difícil definir o que deve ser ensinado. Essas dificuldades derivam, segundo o autor, da falta de bases conceituais teoricamente consistentes que ajudem aos decisores políticos e educadores a definirem programas a partir de objetivos estratégicos específicos (O'CONNOR, 2013).

Para Shane e Venkataraman (2000), o renovado interesse sobre o ensino do empreendedorismo, mais do que apenas uma moda passageira, reflete precisamente a demanda de um ambiente econômico emergente, criado por uma confluência de mudanças no mundo empresarial, pelo frenético surgimento de novas tecnologias e pelos mercados mundiais emergentes.

Segundo Fiet (2000), os educadores no mundo inteiro estão diante de uma grande oportunidade para influenciar positivamente os aspirantes a empreendedores, empresariais ou não, bem como impactar positivamente o desenvolvimento econômico e social. Entretanto, pergunta o autor: "Estamos prontos para enfrentar o desafio, para nos aproveitarmos dessa oportunidade?" (FIET, 2000, p.102).

No título do presente capítulo perguntou-se se a Educação Empreendedora, a Educação Empresarial e a Educação para o Empreendedorismo referem-se aos mesmos conteúdos, pedagogia e conduzem ao alcance dos mesmos objetivos. Com base no exposto anteriormente, se enfrentará agora o desafio de se responder a tal questão, propondo-se algumas reflexões com base em textos acadêmicos consagrados.

Sugere-se, inicialmente, delimitar-se as reflexões a seguir à “Educação para Empreendedores Empresariais”. Ou seja, considerar-se por um momento que o conteúdo e a pedagogia (estratégias de ensino e aprendizagem) visariam despertar e potencializar características empreendedoras em indivíduos que se identifiquem com o autoemprego ou a criação de um novo negócio.

Como o tema escolhido para este estudo refere-se a versões de textos publicados originalmente em inglês, propõe-se também o seguinte: que o termo “Educação Empreendedora” (*Entrepreneurial Education* ou *Enterprise Education*) se refira à *qualidade* da educação, ou seja, às características das práticas e estratégias “inovadoras” utilizadas para se compartilhar e construir conhecimento, independente do conteúdo. Esta tipologia não será tratada neste livro por ser uma abordagem pertencente em outro campo de estudo, apesar de ser essencial também para o ensino do empreendedorismo.

O objetivo, portanto, é refletir sobre a “Educação para o Empreendedorismo” (em inglês, *Education for Entrepreneurship* ou *Entrepreneurship Education*). Porém, mesmo nesse contexto, há muitas dúvidas, como será demonstrado a seguir.

De um ponto de vista mais simples, Caird (1990) propõe que a Educação para o Empreendedorismo possa ser classificada em três tipos diferentes de Educação, baseando-se em um quadro de referência proposto por Jamieson (1994), de acordo com o próprio autor. Ela se dividiria em Educação “para”, “sobre” e “em” Empreendedorismo.

Nesse contexto o que se observa é que a maioria dos cursos se refere ao que se poderia chamar de “Educação Empresarial”, ao invés de “Educação para o Empreendedorismo”. Concentram-se demasiadamente em treinar o aspirante a empresário em disciplinas referentes à criação e à gestão de pequenos negócios, ao invés de se buscar a identificação e o desenvolvimento de características pessoais que despertem e promovam o comportamento ou a atitude empreendedora, típicos de um processo de *coaching*.

Segundo O'Connor (2013), o propósito por trás da chamada Educação para o Empreendedorismo, em geral, aproxima-se a uma forma de preparação do indivíduo para iniciar, possuir e gerir um negócio, oferecendo competências genéricas para a vida e o trabalho, introduzindo os alunos no mundo do comércio e da indústria, sobrepondo-se, de certa forma, ao que pretendem os cursos de Administração.

O autor aponta que pesquisas sugerem que este tipo de Educação “para” o empreendedorismo é inconsistente com seus objetivos, qual sejam, fomentar o empreendedorismo. Afirma ainda que níveis mais elevados de ensino são, em geral, mais importantes do que a educação empresarial, especificamente em relação aos negócios iniciais e ao seu desempenho.

Defende que novas concepções sobre o *espírito empreendedor* têm modificado a ênfase da Educação “para” o Empreendedorismo: de uma excessiva ênfase na criação e propriedade de negócios, para um comportamento inovador em uma série de carreiras e profissões, as quais contribuem para – e estão intrinsecamente ligadas a – resultados econômicos associados ao empreendedorismo (O'CONNOR, 2013).

Observa-se também um grande número de cursos e disciplinas “sobre” o empreendedorismo: o que é, como atua, as competências e características de um empreendedor etc. Notadamente,

esse tipo de conteúdo informativo pouco ou nada contribui para a formação de novos Empreendedores Empresariais. Apenas ressaltar a biografia de grandes indivíduos empreendedores cumpre a missão de inspirar, mas não necessariamente de formar, novos empreendedores. A solução, e ao mesmo tempo o grande desafio, é ensinar “através” do Empreendedorismo, segundo o autor.

James O. Fiet, um dos mais respeitados autores contemporâneos sobre o empreendedorismo, principalmente sobre a Teoria e a Educação para o Empreendedorismo, coordenou no ano 2000 um workshop em um encontro de pesquisadores sobre o tema, promovido pelo *Reenselear Politechnic Institute*, prestigiosa Instituição de Ensino Superior localizada na cidade de Troy, Estado de Nova York (EUA).

Na ocasião o Prof. Fiet apresentou resultados de sua pesquisa sobre “Educação para o Empreendedorismo” e realizou, paralelamente, um levantamento junto aos participantes do evento sobre os conteúdos por eles ministrados nos mais diversos cursos de empreendedorismo espalhados pelo mundo, inclusive nos Estados Unidos. Os resultados, por serem surpreendentes, serão compartilhados com os leitores deste livro como forma de provocar uma reflexão sobre o assunto tratado nesse capítulo, qual seja, “o que se ensina, como se ensina, se é mesmo possível ensinar a alguém a ser empreendedor”.

Com o propósito de não entediar o leitor com aspectos que não sejam de seu interesse, tomou-se a liberdade de pinçar alguns resultados do estudo considerados oportunos e pertinentes aos propósitos deste capítulo e do livro como um todo. Assim, a exemplo da estratégia adotada por Fiet, serão apresentados os resultados do levantamento por ele realizado junto a professores e instrutores de empreendedorismo que participavam do evento, visando conhecer o que era ensinado por eles em seus cursos.

Não seria necessário dizer, porém reforça-se, que a leitura dos dois artigos escritos por Fiet (*The Pedagogical Side of Entrepreneurship Theory*, 2000 e *The Theoretical Side of Teaching Entrepreneurship*, 2000), retratando os resultados do encontro e de seu workshop, é mandatória para todos aqueles que levam a sério a atividade de educar, principalmente quando o tema se refere à Educação para o Comportamento Empreendedor. Eles estão devidamente consignados nas referências ao final do livro.

Infelizmente não foi possível identificar nos artigos o número total de participantes no evento em que os estudos foram tratados, o qual teve a duração de três dias. Considera-se, entretanto, que para os fins desse capítulo este dado não é essencial.

Antes de apresentar os resultados, os quais se espera que provoquem a reflexão pretendida, esclarece-se que o autor destaca que em sua avaliação os inúmeros estudos até aqui realizados com o objetivo de primeiro entender melhor o fenômeno do empreendedorismo, poder explicá-lo e em seguida aplicá-lo visando à formação de indivíduos empreendedores, ainda não teriam sido suficientes para a produção de uma teoria aceita de forma categórica pela comunidade acadêmico-científica, apesar dos avanços e das importantes contribuições sobre o estudo do fenômeno.

Argumenta que se deve buscar desenvolver teorias sobre o tema mais refinadas e de maneira cumulativa, para que possa ser ensinada aos alunos de uma forma que enfatize o aprender fazendo, o que em sua opinião poderia acelerar o domínio do comportamento por parte dos estudantes. Afirmo que esforços têm sido despendidos buscando-se desenvolver uma teoria para o empreendedorismo, porém acumulando propostas que competem entre si separadamente. Essa é também a nossa compreensão.





O termo *Empreendedor* refere-se a um adjetivo, originalmente francês, e qualifica uma pessoa que realiza seus propósitos, ao mesmo tempo em que se autorrealiza, demandando afinidade com aquilo que persegue, além do talento e da resiliência para efetivá-lo. Seria possível ensinar alguém a ser empreendedor? O que um curso de Empreendedorismo ensina usualmente? São algumas das questões que este livro pretende encaminhar e ele foi escrito para pessoas como você, a quem convido a participar desse debate.