



Créditos da Imagem: Depositphotos

EMPREENDERISMO

“O que leva uma pessoa a empreender?”

POR **CARLOS ARRUDA,
ANA BURCHARTH,
ERIKA BARCELLOS E
SAMARA PAGANINI**

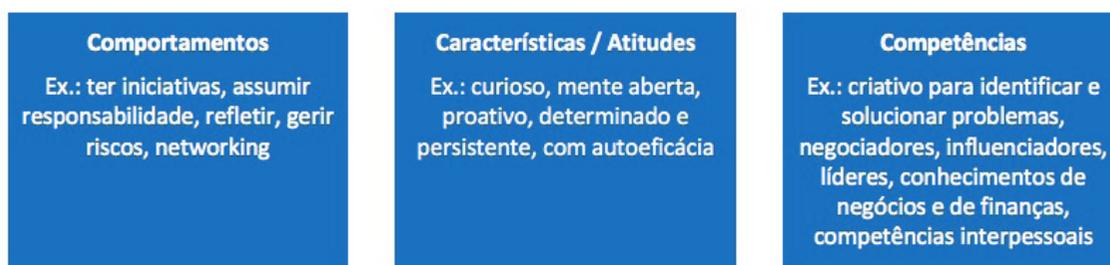
EMPREENDEDORISMO COMO OPÇÃO DE CARREIRA

O conceito de “empreender” é mais antigo do que se imagina. A primeira definição foi feita por Cantillon, no século XVIII, e, posteriormente, foi re-significada pelo economista austríaco Joseph Schumpeter, em 1912. Todavia, é nos últimos anos que a car-

reira empreendedora vem ganhando espaço nos planejamentos do futuro de muitos jovens e adultos. Inclusive no Brasil, tem sido impulsionada pelo surgimento de vários ídolos empreendedores, como Ariel Lambrecht, Renato Freitas e Paulo Veras, três ex-colegas na Escola Politécnica da Universidade de São Paulo que fundaram a 99 (anteriormente 99 Táxi).

As carreiras “mistas”, marcadas por experiências de emprego e de empreendedorismo em fases distintas, também estão cada vez mais frequentes. Algumas pessoas optam por trabalhar como empregados para adquirir experiência antes de se aventurarem no mundo do empreendedorismo, e outras iniciam suas carreiras como empreendedores antes de conquistar um emprego formal. Em alguns casos, a carreira mista tem ocorrido de maneira paralela. Enquanto a pessoa ainda é empregada, ela utiliza dos seus horários vagos e de lazer para planejar e executar seu empreendimento, controlando assim os riscos inerentes.

FIGURA 1. A EMPREGABILIDADE DEPENDE CADA VEZ MAIS DE COMPORTAMENTOS, ATRIBUTOS E COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS



Fonte: Elaborado pelos autores

Independentemente da decisão por ter um negócio próprio ou um emprego, cada vez mais as pessoas estão cientes da necessidade de competências empreendedoras para a obtenção do sucesso profissional. Mesmo que mal sucedida, a experiência como empreendedor tem sido muito valorizada no mundo do trabalho e, frequentemente, é associada à capacidade de trazer soluções inusitadas para problemas, proatividade e curiosidade. Muitas empresas estabeleci-

das têm consciência da importância dos chamados “intraempreendedores” para a obtenção de alta competitividade e buscam recriar a cultura empreendedora internamente a fim de promover o desenvolvimento de novos negócios.

A Figura 1 traz exemplos da união de comportamentos, atitudes e competências tipicamente associadas aos empreendedores e que interferem positivamente na empregabilidade.

O COMPORTAMENTO PLANEJADO DO EMPREENDEDOR

Reconhecidos como motores do desenvolvimento econômico, os comportamentos, atributos e competências empreendedoras tornaram-se, portanto, objeto de políticas públicas de educação em diversos países, inclusive no Brasil. Várias universidades brasileiras têm iniciativas consolidadas de educação empreendedora. No nível de graduação, incluem não somente a oferta de disciplinas, mas também atividades extracurriculares, como seminários e workshops, competições de planos de negócio, *hackathons*, feiras de negócios, incubadoras de empresas e empresas júniores, dentre outras.

Nesse contexto de desenvolvimento e busca por competências empreendedoras, uma questão ganha evidência: Quais são os fatores que contribuem para que uma pessoa opte por ser dona do seu próprio negócio? Uma pesquisa realizada, em 2019, pela Fundação Dom Cabral e pelo CER (Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora), com 786 universitários de seis universidades em três Estados do país contribuiu para o entendimento dessa questão, pois confirma a Teoria do Comportamento Planejado (TCP), proveniente do campo da psicologia (BOX 1).

Segundo a TCP, existem três fatores que precedem a intenção de empreender: a atitude em relação ao comportamento, às normas sociais subjetivas e a percepção sobre o controle do comportamento. As **atitudes** podem ser favoráveis ou não, dependendo de como uma pessoa avalia a perspectiva de

uma carreira empreendedora. Geralmente, as pessoas que possuem atitudes favoráveis ao empreendedorismo buscam maiores retornos financeiros, um trabalho empolgante e independente. Elas também apreciam ter autoridade sobre outras pessoas, realizar seus próprios sonhos e participar do processo completo de um negócio. Já indivíduos com atitudes menos favoráveis ao empreendedorismo consideram a obtenção de segurança e a estabilidade no trabalho mais importantes em suas vidas profissionais. Querem ter horas regulares e bem-definidas de trabalho para preservar seus tempos de lazer. Além

Pesquisa “Impactos da Educação Empreendedora no Ensino Superior Brasileiro”

*Fundação Dom Cabral e CER
(Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora)*

Amostra:

- 786 alunos de graduação
- 12 disciplinas, sendo 3 eletivas e 5 obrigatórias
- 6 universidades (1 privada e 5 públicas, 3 Estados do Brasil)
- Sexo masculino (62%) e sexo feminino (38%)
- Graduação de engenharias (59%), administração ou comércio exterior (23%), outros cursos (18%).

Base teórica:

- Teoria do Comportamento Planejado (TCP)

Coleta de dados:

- Abril a junho de 2019

Análise dos dados:

- Modelagem de equações estruturais

disso, apreciam pertencer a um grupo social e evitam grandes responsabilidades, como serem promovidos.

As **normas sociais subjetivas** consistem na percepção, ou não, da pressão social favorável, exercida por pessoas importantes ou de referência no círculo de relações do indivíduo, para que ele leve adiante ou não a ideia de empreender. Tais normas são alimentadas pelas chamadas influências normativas, ou seja, influências sociais que conduzem a certo comportamento, por exemplo, as expectativas da família, as opiniões de pessoas próximas, o apoio dos amigos e companheiros, bem como o reconhecimento da sociedade frente à escolha de empreender.

A percepção de dificuldade ou a facilidade para desenvolver o comportamento empreendedor, levando-se em conta experiências passadas, deficiências e obstáculos, influencia a intenção empreendedora. O **controle percebido do comportamento** refere-se não somente à autoeficácia em empreendedorismo, que diz respeito à crença do indivíduo em sua habilidade para executar determinadas tarefas com sucesso, mas também ao grau de controle do próprio indivíduo sobre o seu comportamento.

De acordo com a TCP, se as atitudes das pessoas em relação ao empreendedorismo, às normas subjetivas e à percepção do controle sobre o comportamento empreendedor são influenciadas positivamente por alguma interferência (tal qual uma intervenção educacional), suas intenções empreendedoras também irão se modificar, o que, cedo ou tarde, levará ao comportamento empreendedor.

Entre a intenção de empreender e o real comportamento empreendedor está o denominado “comportamento de empreendedor nascente”, que ocorre quando o indivíduo realiza atividades preparatórias ao ato de empreender, como o levantamento de recursos, a contratação de pessoas ou a pesquisa de mercado. O empreendedor começa a dar pequenos passos para também se reconhecer como tal. Esse reconhecimento gera conexões com novos grupos sociais que tenham intenções parecidas. Realizando essas tarefas, e talvez até os primeiros passos do seu futuro empreendimento, o empreendedor nascente identifica potenciais parceiros, pois o trabalho em equipe – indispensável em qualquer empreendimento – revela habilidades complementares.

CONHECIMENTOS E COMPETÊNCIAS PARA EMPREENDER

A percepção das pessoas quanto às suas competências em aspectos relacionados ao ato de empreender, como marketing, inovação, gestão, capacidade de lidar com riscos e finanças, também pode influenciar seus desejos de empreender ou não.

Um empreendedor precisa saber conduzir análises de mercado, estabelecer o posicionamento de um produto e expandir um negócio para novos mercados e territórios geográficos, o que exige competências de marketing. Ao mesmo tempo, tem que gerar novas ideias e novos negócios, identificar oportunidades de mercado e desenvolver novos produtos e serviços. Para conduzir os empreendimentos, são importantes as capacidades dos indivíduos de gerenciar seu tempo através do estabelecimento de metas, de definir e atingir objetivos, de definir papéis organizacionais, responsabilidades e políticas, e de trabalhar com produtividade em situações de estresse contínuo, pressão e conflito. Além disso, é preciso ter competência para criar um ambiente de trabalho que encoraja as pessoas a tentar coisas novas, recrutar e treinar novos empregados.

Dentre as competências empreendedoras, também está a capacidade de tomar decisões em situações de incertezas e riscos, assumir riscos calculados e responsabilidade por ideias e decisões. Finalmente, as competências empreendedoras incluem a realização de análises financeiras, o desenvolvimento de um sistema financeiro e de controles internos, o desenvolvimento e a manutenção de bons relacionamentos com potenciais investidores e o controle de custos na gestão de um negócio. Essas competências não podem ser subestimadas, pois, por mais que as intenções sejam certas, nenhum empreendedor se mantém de pé sem saúde financeira adequada.

Autoeficácia empreendedora

O quanto a pessoa acredita que é capaz de realizar tarefas inerentes às diferentes fases do processo de um novo negócio, incluindo pesquisa, planejamento, ordenação de recursos e implementação, também poderá afetar sua intenção de ter uma carreira empreendedora. Vale lembrar que essas fases não são necessariamente sequenciais, pois a necessidade de pivotagem acontece com frequência em novos negócios.

Fatores situacionais

Os fatores situacionais relacionados ao ambiente econômico e institucional podem afetar a intenção de empreender de uma pessoa. Dentre esses fatores, está a perspectiva em relação à obtenção de empregos.

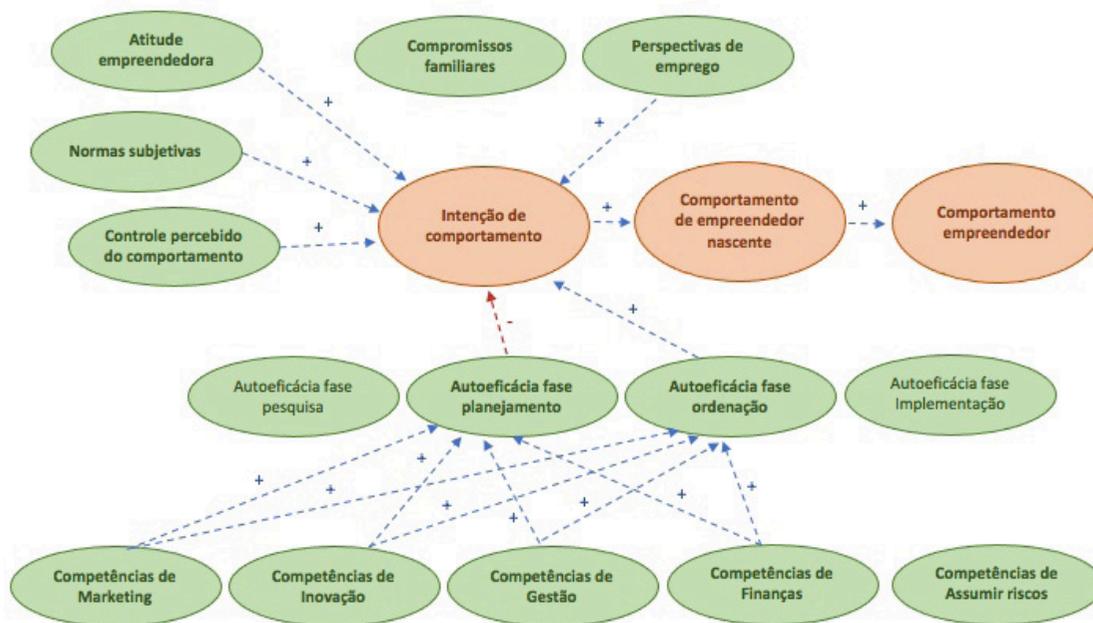
Quando jovens que estão próximos de se graduarem acreditam que não terão oportunidades de emprego quando finalizarem seus estudos, muitos contemplam a ideia de empreender. Além do empreendedorismo por oportunidade, há também o empreendedorismo por necessidade.

Competências contribuem para a decisão de empreender

Os resultados da pesquisa sugerem que sim, como sintetiza a Figura 2. As setas em azul e em vermelho indicam significativas relações positivas e negativas, respectivamente. As relações que estatisticamente não se mostraram significativas não foram indicadas na figura.

Na amostra estudada, os alunos com maior autoeficácia na fase de ordenação de recursos, ou seja, os que se sentem mais capazes de realizar o levantamento de capital, a busca por investidores e a montagem de um time de trabalho apresentaram maior intenção empreendedora. Ao mesmo tempo, alunos com maiores conhecimentos e competências em marketing, inovação, gestão e finanças apresentaram maior autoeficácia nessa fase de ordenação de recursos para um empreendimento. Essas mesmas competências influenciaram de forma positiva a autoeficácia na fase de planejamento, que envolve a elaboração de modelos ou planos de negócio para a futura execução dos empreendimentos. Contudo, um resultado foi surpreendente: alunos com maior autoeficácia na fase de planejamento apresentaram menor intenção empreendedora. Talvez os estudantes que se sentem mais capazes de realizar essas tarefas de planejamento tenham maior capacidade de reflexão sobre a dificuldade de agregar valor para os clientes e de transformar uma ideia em um negócio lucrativo e sustentável. Em consequência, são menos propensos a empreender.

FIGURA 2. MODELO DE ANÁLISE DA PESQUISA REALIZADA PELA FDC E PELO CER-SEBRAE, BASEADO NA TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEJADO DE AJZEN, 1991.



Fonte: Elaborada pelos autores.

CONCLUSÃO

Em uma amostra de 786 estudantes universitários brasileiros, quanto maiores as atitudes empreendedoras, as normas sociais subjetivas e o controle percebido do comportamento, maior foi a intenção empreendedora. Essa intenção influencia de forma relevante o comportamento de empreendedor nascente e esse o comportamento empreendedor propriamente dito, com real formação de novas empresas. Esses resultados corroboram a TCP, indicando reflexões acerca da promoção do empreendedorismo no Brasil.

Muitos cursos de empreendedorismo oferecem conhecimentos e competências com o objetivo de aumentar a intenção empreendedora, que por sua vez influencia a autoeficácia e as intenções de empreender dos alunos. Entretanto, também é importante que o indivíduo saiba avaliar se possui aptidão para empreender ou não. As atitudes de cada um quanto ao empreendedorismo, que é algo muito pessoal, possuem um peso alto nas decisões de carreira. A obtenção da

capacidade de fazer essa avaliação deveria ser também um objetivo da educação empreendedora, de modo a propiciar melhores escolhas de carreira aos alunos.

Os benefícios podem ocorrer de duas formas: (1) os alunos se tornam empregados, trazendo melhor desempenho à sua organização devido ao conhecimento e às competências adquiridas; e (2) os alunos se tornam empreendedores, criando novos negócios de sucesso. Para a sociedade, os impactos incluem maior número de empregos, geração de renda e inovação.

Outra reflexão interessante é que a divulgação de casos de empreendedores bem-sucedidos para a sociedade como um todo tem um potencial alto de promover maiores intenções empreendedoras, pois está relacionada ao aumento das normas sociais subjetivas quanto ao empreendedorismo. A ideia que empreender é “bacana” está crescendo de forma natural no Brasil em paralelo à digitalização, mas sua promoção de forma intencional pode surtir efeitos para o aumento da taxa de empreendedorismo no país.

PARA SE APROFUNDAR NO TEMA

BOYLES, T. 21st Century Knowledge, Skills, and Abilities and Entrepreneurial Competencies: a Model for Undergraduate Entrepreneurship Education. **Journal of Entrepreneurship Education**. 2012, vol. 15, p. 41-55.

DE CARVALHO ROCHA, E. L. Oportunidade ou necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Revista Gestão em Análise**, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, 2014.

HEUER, A.; KOLVEREID, L. Education in entrepreneurship and the Theory of Planned Behaviour. **European Journal of Training & Development**. 2014, Vol. 38 Issue 6, p. 506-523. 18p.

NABI, G.; LIÑAN, F.; FAYOLLE, A.; KRUEGER, N.; WALMSLEY, A. The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. **Academy of Management Learning & Education**, 2017, Vol. 16, No. 2, 277-299.

NASSIF, V. M. A.; GHOBIL, A. N.; DO AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

CARLOS ARRUDA é professor e gerente executivo do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral.

ANA BURCHARTH é professora e pesquisadora da Fundação Dom Cabral.

ERIKA BARCELLOS é professora convidada e pesquisadora da Fundação Dom Cabral.

SAMARA PAGANINI é estagiária de pesquisa do Núcleo de Inovação e Empreendedorismo da Fundação Dom Cabral.