



**QUEM É O EMPREENDEDOR E COMO ELE SURGE? A EVOLUÇÃO DO CONCEITO
NA LITERATURA CIENTÍFICA**

**WHO IS AN ENTREPRENEUR AND HOW DO THEY EMERGE? THE EVOLUTION OF
THE CONCEPT IN SCIENTIFIC LITERATURE**

Errol Fernando Zepka Pereira Junior¹

Gabriel Guerra Braga Pereira²

RESUMO:

Esse texto disserta a respeito da evolução histórica do conceito do empreendedor ao longo dos anos. Apresentam-se as literaturas que compõem a apresentação da evolução histórica do conceito da figura do empreendedor destacam a análise contextual da evolução histórica de cada um dos conceitos apresentados por meio da utilização de quadros e figuras expositivas. Desse modo, como principais contribuições do ensaio teórico, destacam-se a análise contextual detalhada do processo evolutivo dos conceitos do empreendedor e por conseguinte do empreendedorismo, contudo, aponta-se como limitação a ausência de indicadores quantitativos, uma vez que o estudo em questão é teórico. Sugerindo-se assim para futuras pesquisas sobre o tema, a elaboração de artigos bibliométricos para obtenção dos indicadores e a realização de levantamentos empíricos diretamente com empreendedores para validação dos conceitos discutidos na presente obra acadêmica.

PALAVRAS – CHAVE: Empreendedor. Empreendedorismo. Background do empreendedor.

ABSTRACT:

This text discusses the historical evolution of the concept of the entrepreneur over the years. It presents the literature that constitutes the historical evolution of the concept of the entrepreneur, highlighting the contextual analysis of the historical evolution of each of the concepts presented using tables and illustrative figures. Thus, the main contributions of the theoretical essay include a detailed contextual analysis of the evolutionary process of the concepts of the entrepreneur and consequently of entrepreneurship. However, it points out the limitation of the absence of quantitative indicators, as the study in question is theoretical. Therefore, it is suggested for future research on the topic to develop bibliometric articles to obtain the indicators and to conduct empirical surveys directly with entrepreneurs to validate the concepts discussed in this academic work.

KEYWORDS: Entrepreneur. Entrepreneurship. Entrepreneur background.

¹ Mestre em Administração (FURG); MBA em Gestão estratégica de Negócios (Unopar); aperfeiçoado em Tecnologias na Educação (IFMG); Aperfeiçoado em Como ensinar a distância (Uniasselvi), Bacharel em Administração (FURG) e Licenciado em História (Uniasselvi). Atualmente, é Estudante do Doutorado em Administração (UFSC). E-mail: zepkaef@gmail.com

² Bacharel em Administração (FURG). Atualmente é estudante do Mestrado em Administração (FURG). E-mail: gabrielpereira1421rs@outlook.com



1. INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedor pode ser designado àquele que se dedica a geração de riqueza, seja a partir da transformação de seu conhecimento de produtos ou serviços, na inovação ou até mesmo na geração do próprio conhecimento (Dolabela, 1999). Partindo dessa afirmação, Schumpeter (1982) associa a figura daquele que empreende diretamente a perspectiva de inovação e conseqüentemente ao fator capaz de explicar e acentuar o desenvolvimento econômico.

Portanto, o ato de empreender e por conseguinte, o empreendedorismo, se baseiam na crucialidade de desenvolverem a economia e o âmbito social de determinada nação. Sendo responsáveis pela criação de empregos, garantia de realização pessoal e autônoma para o empreendedor e fortalecimento da resiliência e de flexibilidade econômica, Paes et al. (2019) relata que a escolha por empreender se divide em variáveis de impacto ou determinantes, sendo os aspectos únicos do indivíduo capazes de fomentar o reconhecimento de oportunidades e realização de projetos.

Desse modo, a evolução do conceito da figura do empreendedor pode ser vinculada a inúmeros contextos. Pereira Junior (2020), por exemplo, mapeou em seu estudo teórico empírico o background de doze empreendedores, chegando ao resultado divisional de três tipos diferente de background dos empreendedores: oportunista (nascidos dentro de suas antigas atividades profissionais), disruptivos (aqueles que por meio da tecnologia e respectivas ideias, recomeçam ou iniciam estruturas de negócio) e de família (aqueles que veem pessoas próximas ou parentes empreendendo).

Na obra de Diogo et al. (2023), o empreendedor tem seu background analisando diretamente perante o ramo de barbearias no sul do Brasil, sendo um estudo direcionado as características de background que constituem os empreendedores no ramo de barbearia, e a classificação desses backgrounds quanto a empreender por necessidade ou oportunidade.

Fonseca e Oliveira (2022) realizam uma análise em meio ao período pandêmico da Covid-19 para obter dados a respeito do índice de mulheres



empreendedoras em home-office. A partir dos resultados, foi possível analisar que embora o home-office tenha seus pontos positivos, existe uma imensa dificuldade em conseguir separar atribuições profissionais dos pessoais e domésticas, sendo assim considerado um desafio diário e constante.

Santos et al. (2023a) utiliza do perfil do empreendedor sênior brasileiro para realizar uma pesquisa bibliográfica com abordagem qualitativa responsável por verificar que mesmo representando a minoria entre as faixas etárias de empreendedores, o grupo pode contribuir positivamente para qualquer organização por conta da experiência que possui.

Santos et al. (2023b) relaciona o papel do empreendedor com uma revisão integrativa da literatura acerca das produções acadêmicas com o tema de empreendedorismo digital sendo feitas por mulheres, tendo como resultado um notável aumento de produções por conta das questões de inclusão social, empoderamento feminino, redução da pobreza e estímulo ao crescimento e desenvolvimento econômico regional.

Todavia, as pesquisas mencionadas em questão tinham em seu objetivo uma análise dos “aqui e agora” dos respectivos momentos em que foram desenvolvidas. Assim, pouco se tem discorrido a respeito do contexto geral e da evolução do conceito da figura do empreendedor em meio ao passar do tempo. Portanto, o presente ensaio teórico tem como objetivo geral a realização da dissertação a respeito da evolução histórica do conceito do empreendedor ao longo dos anos.

2. EMPREENDEDORISMO E A FIGURA DO EMPREENDEDOR

Este capítulo apresenta o conceito de empreendedorismo, por meio da evolução histórica do conceito (primeira seção), seguido da segunda seção que apresenta a figura do empreendedor, e a composição de seu background, onde, além de outros aspectos aparece também a educação empreendedora.

2.1 EMPREENDEDORISMO: EVOLUÇÃO DO CONCEITO



As definições para os termos empreendedor e empreendedorismo foram se modificando ao longo do tempo, uma vez que foram assumindo diferentes significados dependendo do contexto de seu uso (Soares, 2022). Kinias (2013) introduz que o termo “empreendedor” começou seu uso na França, ainda no século XV, para descrever o comandante que levaria as tropas até a batalha. Soares (2022) explica que, historicamente, o empreendedorismo tem sua origem advinda das relações comerciais entre compradores e fornecedores, no século XVII e XVIII, através dos entrepreneurs, que eram as pessoas que intermediavam essas trocas. Assim, o termo “empreendedor” teria surgido na economia francesa, remetendo àqueles sujeitos que se comprometem com um trabalho ou uma atividade específica e significante, em uma visão que os colocava como indivíduos ousados que estimulam o progresso econômico, buscando novas e melhores formas de fazer as coisas (Rabelo, 2021).

O Quadro 1, a seguir, apresenta, baseado na organização de Costa (2020) as tipificações e conceitos de empreendedorismo em três grandes eras, a saber: (i) era econômica, (ii) era das ciências sociais; e (iii) era dos estudos de gestão.

Quadro 1: Conceito de empreendedorismo em três eras

ERA	PERÍODO	PROTAGONISTAS	FOCO
Econômica	Século XVIII-1940	Richard Cantillon; Jean Baptiste Say; Joseph Schumpeter; e Israel Meir Kirzner.	impacto do empreendedorismo na economia e sua relação com a inovação é a principal característica
Ciências sociais	1940-1970	Max Weber; e David Clarence McClelland.	indivíduo e em seus traços comportamentais
Estudos de gestão	1970-[...]	Peter Drucker; e Shane e Venkataraman.	empreendedorismo é tratado como sendo complexo, multidisciplinar e heterogêneo



Fonte: adaptado de Costa (2020).

Sobre a (i) era econômica, Para Rabelo (2021), o termo empreendedorismo foi usado pela primeira vez em 1755, por Richard Cantillon, em um contexto em que “esses empreendedores” compravam matéria-prima por um determinado preço com o objetivo de processá-la e revendê-la por um valor ainda não definido, sendo percebidos, então, como pessoas que aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros, assumindo todos os riscos.

Na sequência, a alcunha “empreendedor” tomaria seu formato em Jean Baptiste Say³, ao passo que alguns autores o colocam como o primeiro a desenvolver o conceito (Soares, 2022; Zambon, 2021). Nesse sentido, Costa (2020) explica que Jean Baptiste Say ampliaria a definição de empreendedorismo desconectando-o da simples atividade capitalista de financiamento de investimentos, colocando o empreendedor como um investidor em atividade inovadora, dando-lhe a atribuição de ser quem organizaria e coordenaria os meios de produção, assumindo seus riscos e incertezas. Em Say, o empreendedor se tornaria o empresário que se posicionaria no centro do processo econômico de forma a equilibrá-lo, assumindo, assim, o papel de intermediário entre as classes de produtores, e entre os produtores e os consumidores (Oliveira, 2022). Essa definição, quando comparada com a anterior, não encerra a atuação do empreendedor no investimento de capital, envolvendo outras atividades correlacionadas que geram valor Costa (2020).

Assim, enquanto Cantillon classificava como empreendedor aquele que tivesse a capacidade de assumir riscos e apresentasse inovações nos produtos ou serviços ofertados Say, por sua vez, já percebia nos empreendedores a habilidade na organização e gestão de recursos para alcançar os seus objetivos (Silva, H. B, 2020).

Pereira Junior (2020) explica que é no início do século XX, mais especificamente nos anos 1930 que, Joseph Alois Schumpeter desenvolve o conceito de empreendedorismo como o mecanismo por meio do qual a sociedade transformaria informações técnicas em produtos e serviços, deslocando o foco para o empreendedor como aquele que conseguiria identificar uma oportunidade,



inovar, quebrar a ordem existente até então e criar um mercado. O empreendedor se toma, a partir daí em uma visão econômica, onde o empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente por meio da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais. Gerando, assim, riquezas para a sociedade, a função do empreendedor precisaria ser reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando alguma possibilidade tecnológica que o levasse a produzir uma nova mercadoria ou produzir uma antiga de uma maneira.

Fechando a fase econômica, Campanha, Lorenzo e Fonseca (2022) explicam que, para Israel Meir Kirzner, o empreendedor seria um sujeito em estado permanente de alerta, a fim de descobrir e explorar novas oportunidades, sendo o primeiro a identificar oportunidades lucrativas de negócios e percebendo as oportunidades de lucro resultantes da ignorância dos participantes originais do mercado. A sucessão de decisões e de suas revisões que ele enfrenta, poderia ser vista como uma sequência de ações interligadas, fruto da aprendizagem devido ao estado de alerta do empreendedor. Assim, como o estado de alerta estariam ligados à descoberta e à surpresa, Kirzner aponta que as oportunidades de lucro não “caem do céu”, ao passo que são consequências imprevisíveis da ação humana dentro do mercado competitivo.

Abrindo a era (ii) ciências sociais, tem-se Weber. Interessante destacar, inicialmente, que, para Swedberg (1991), não haveria dúvidas de que Weber e Schumpeter tenham se influenciado mutuamente, uma vez que ambos sustentavam um interesse pela economia e sociologia, enquanto Weber se considerava um sociólogo, Schumpeter queria ser visto como um teórico econômico.

Para Vale (2014), Weber percebia, no empreendedor que surgia no/do capitalismo como uma pessoa com características diferentes. Esse homem de negócios, surgido no contexto da ética protestante mudaria, radicalmente, a rotina tranquila e confortável de sua época. Weber explica esse empreendedor no contexto da tecelagem, como aquele que, oriundo de famílias que tivessem praticado o êxodo rural, voltavam ao campo e, escolhendo cuidadosamente os tecelões artesanais os transformaria em seus empregados, ampliando a



supervisão sobre os seus trabalhos. Assim, Weber explica o comportamento empreendedor por meio de um sistema de valores; este, como um ser independente e inovador, toma um papel de liderança frente aos negócios (Filion, 1999b).

Pereira Junior (2020) traz que, McClelland apresenta o empreendedor como aquele que assume riscos moderados, possui alta necessidade de realização e determinadas características comportamentais, uma vez que ele identifica as necessidades do empreendedor como: desejo de correr riscos, poder, afiliação e sucesso, em sua necessidade de sentir-se reconhecido. McClelland, considerando que o comportamento empreendedor é algo que pode ser adquirido, aprimorado e estimulado por diversos elementos que permeiam o contexto de vida do indivíduo, concebe a sistematização das dez características empreendedoras como sendo: busca de oportunidades e iniciativas, exigência de qualidade e eficiência, persistência, independência e autoconfiança, correr riscos calculados, buscar informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento, comprometimento, persuasão e redes de contatos (Silva, Garcia e Cabral, 2022).

Assim, a era das ciências sociais contribuiu com um novo olhar para o empreendedor e suas motivações, através de suas pesquisas voltadas para a compreensão do empreendedor enquanto um agente social influenciador e influenciado pela sociedade, além da identificação das características que caracterizam os empreendedores (Costa, 2020).

Na sequência, os (iii) estudos de gestão, tem-se uma abertura do conceito à outras áreas, olhares e conceituações. Pereira Junior (2020) traz que, o aporte de Drucker aos estudos se dá pela associação que o autor faz do empreendedor com a inovação, como o indivíduo que inventa algo novo, diferenciado e consegue gerenciar valores nisto, avançando, desta perspectiva schumpeteriana para perceber os empreendedores como pessoas para quem a mudança é uma nova oportunidade de negócio, os levando a sempre buscar inovação, entender seus princípios e colocá-los em prática, a fim de promover o desenvolvimento na sociedade. E, em Shane e Venkataraman (2000), as questões básicas que hoje ocupam as pesquisas contemporâneas sobre o empreendedorismo são relacionadas aos processos de descoberta das oportunidades de criação de novas



atividades econômicas, a fim de entender os motivos pelos quais alguns descobrem e exploram oportunidades. Ainda os autores relatam que o campo de estudo se tornou um rótulo amplo sob o qual uma mistura de pesquisas foi inserida. Isto ocasionou, em partes, a perda da legitimidade e algumas dificuldades.

Landström e Harirchi (2019), demonstram, em seus estudos, que o tema empreendedorismo vem ganhando espaço no campo acadêmico, porém ainda existem muitos gargalos diante da grande diversidade de tópicos em seu entorno. Ao passo que o empreendedorismo é uma área interdisciplinar, diversas áreas se debruçam sobre a compreensão do fenômeno, o que torna o campo marcado por uma “diversidade conceitual, teórica, ontológica, epistemológica e metodológica” (Garcia e Andrade, 2022, p. 6). Para Landström (2020), o empreendedorismo pode ser percebido a partir de três principais abordagens, a saber: (i) abordagem econômica: empreendedorismo em função do mercado, que explica a importância econômica do empreendedorismo para gerar crescimento e desenvolvimento econômico, onde o impacto socioeconômico e os fatores ambientais que impulsionam o empreendedorismo são questões centrais; (ii) abordagem comportamental: empreendedor como indivíduo, que busca explicar o empreendedorismo a partir do indivíduo, concentrando suas indagações centralizadas na busca por características que diferenciem o indivíduo empreendedor do não empreendedor; e (iii) abordagem processual: empreendedorismo como processo, que busca entender o que o empreendedor faz, centralizando suas ações em explicar como o empreendedorismo é desenvolvido e mantendo seu foco no processo empreendedor que ocorre ao longo do tempo, em uma perspectiva longitudinal.

Nesse cenário, Garcia e Andrade (2022) buscaram revisar, analisar e compreender a evolução do campo do empreendedorismo em diferentes períodos, por meio de uma revisão bibliométrica de literatura com foco na análise de cluster, em aproximadamente três décadas (1990-2019) de pesquisa. Os autores separaram seus achados em três momentos (movimentos) de pesquisa. O primeiro deles (final do século XX), relacionados ao impacto socioeconômico do fenômeno empreendedor, onde o que se buscava analisar era como o empreendedorismo impacta o crescimento e desenvolvimento econômico, e seu fator de mobilidade



social, fortemente ancorados na função econômica do empreendedorismo.

Garcia e Andrade (2022) trazem também que, dada sua importância, a educação para o empreendedorismo já era tema de pesquisa na década de 1990, e a quantidade de cursos de empreendedorismo aumentava de forma significativa. Para os autores, existia, portanto, uma iniciativa no sentido de ensinar e buscar melhores práticas pedagógicas para o empreendedorismo, uma vez que cursos padrões de empreendedorismo envolviam palestras, casos de sucessos, elaboração e avaliação de planos de negócio e administração de empresas, o debate na década de 1990 avança questões sobre a viabilidade de ensinar empreendedorismo, e chega na busca pela melhor forma de fazê-lo.

Já o segundo (meados do século XXI), começa a apresentar ramificações do empreendedorismo para outros temas e conceitos, ampliando as possibilidades de pesquisa. Nesse, destaca-se o conceito de oportunidade empreendedora, onde a pesquisa em empreendedorismo passou a buscar compreender como, por quem e com quais efeitos as oportunidades para criar bens e serviços futuros seriam descobertas, avaliadas e exploradas, conferindo importância ao indivíduo no processo empreendedor ao buscar compreender o porquê de alguns indivíduos e não outros descobrirem essas oportunidades. Também começam a crescer pesquisas sobre empreendedorismo feminino e suas peculiaridades, bem como empreendedorismo social, relações entre universidade e o empreendedorismo – todos estes perpassando, de alguma forma, a abordagem comportamental, principalmente com o conceito de cognição empreendedora (Garcia e Andrade, 2022).

A 2ª década do século XXI apresenta uma transição para a contemporaneidade das pesquisas no campo, destacando a manutenção no interesse de pesquisas introduzidos pela fase anterior (oportunidade empreendedora, empreendedorismo feminino e social, universidade e empreendedorismo e cognição empreendedora), mas direcionando seus refinamentos à figura do empreendedor, ao buscar entender fatores determinantes para a intenção empreendedora, e como se constituem espaços de geração do empreendedorismo, e.g. ecossistema empreendedor (Garcia e Andrade, 2022).

Todavia, mesmo diante desse panorama, permanece em aberto o



questionamento sobre o que é empreendedorismo. Dois dicionários de língua portuguesa foram consultados a fim de responder essa pergunta. O primeiro deles, Dicionário de língua portuguesa Luft traz, de forma breve, que o termo se dá pelo ato de cometer e pôr em execução, e indica, na sequência a palavra empreendedor (Luft, 2001). Já o Dicionário Priberam, de língua portuguesa, traz duas definições: (ii) atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração; e é mais direto em afirmar que é a (i) qualidade ou carácter do que é empreendedor (Empreendedorismo, s.d.). Dessa forma, direciona-se o esforço de conceituação em direção à figura do empreendedor.

2.2 O EMPREENDEDOR

O conceito do termo empreendedor é difícil de ser apresentado de forma consolidada, uma vez que, como apresentado, diversos movimentos vão conduzindo o termo de acordo com suas bases epistemológicas. Importante, nesse sentido, apresentar a didática evolução histórica desse conceito. Diversos autores debruçaram-se no intento de conceituar empreendedorismo e a figura do empreendedor. Destacam-se, nesse sentido, os esforços de Fernandes et al. (2020); Pereira Junior (2020); Silva, J. R. (2020) e Zambon (2021). O Quadro 2, a seguir, sintetiza, sem a pretensão de esgotar o assunto, os conceitos de empreendedor e empreendedorismo, a partir dos quatro trabalhos supracitados.

Quadro 2: Conceito de Empreendedor / Empreendedorismo

ANO	AUTORES	CONCEITO DE EMPREENDEDOR / EMPREENDEDORISMO
1755	Cantillon	Criação e crescimento dos negócios, decisões de risco, produção de lucro.
1832	Say	Distinção entre empreendedores: agentes de mudança. Capitalistas: donos do dinheiro.
1848	Mill	Empreendedor propenso ao comportamento de risco. Tolerância ao risco.



1904	Weber	Diferencia capitalista do empreendedor. As atividades do empreendedor tinham um caráter puramente comercial. Líderes empreendedores de sucesso têm as qualidades éticas de um tipo bem diferente daquelas adaptadas ao tradicionalismo do passado. Empreendedor como fonte de autoridade formal.
1934	Schumpeter	Empreendedor é inovador, novas ideias, ousadia, intuição, ataque aos padrões estabelecidos.
1954	Sutton	Empreendedor com um desejo de assumir responsabilidades.
1959	Hartman	Em releitura à Weber, apresenta o empreendedor como fonte de autoridade formal.
1961	McClelland	Identificou o lado psicológico do empreendedor: motivação, impulso para melhorar, faz a diferença em qualquer atividade humana. Identifica as necessidades do empreendedor como: desejo de correr riscos, poder, afiliação e sucesso (necessidade de sentir-se reconhecido).
1963	Davids	As ambições dos empreendedores seriam desejos de independência, responsabilidade, autoconfiança.
1964	Pickle	Empreendedor como figura de dinamismo mental: pautado pelas relações humanas; sua capacidade de comunicação; e seu conhecimento técnico.
1966	Rotter	Identifica o lócus de controle interno e externo: “o empreendedor manifesta lócus de controle interno”



1970	Drucker	O comportamento o empreendedor reflete uma espécie de desejo de colocar sua carreira e sua segurança financeira na linha de frente e correr riscos em nome de uma ideia, investindo muito tempo e capital em algo incerto. Inovação é ferramenta dos empreendedores que pode ser aprendida. Empreendedores são indivíduos que, após uma direção negativa, vão em busca de novas oportunidades.
1971	Hornaday e Aboud	Necessidade de realização; autonomia; agressão; poder; reconhecimento; inovador/independente
1971	Palmer	A percepção de risco estaria associada à condição financeira do indivíduo, às oportunidades de emprego existentes ao seu redor, a seu relacionamento familiar e a aspectos psicológicos do indivíduo.
1973	Winter	Empreendedor como aquele que tem uma necessidade de poder.
1974	Borland	Lócus interno de poder – controle interno.
1974	Liles	O empreendedor tem necessidade de realização.
1975	Shapero	Insiste em um estudo mais aprofundado sobre o empreendedorismo no sentido de minimizar o fracasso.
1977	Gasse	O empreendedor é orientado por valores pessoais.
1978	Timmons	Autoconfiança, orientado por metas, corredor de riscos moderados, centro de controle, criatividade, inovação
1980	Sexton	Energético, ambicioso, revés positivo.



1981	Welsh e White	Necessidade de controle, visador de responsabilidade, autoconfiança, corredor de riscos moderados.
1981	Hisrich	O empreendedorismo é o processo de criação de algo diferente com valor, dedicando o tempo e esforços necessários; assumindo o acompanhamento de riscos financeiros, psicológicos e sociais; e receber as recompensas resultantes de satisfação monetária e pessoal. Empreendedorismo se concentra mais em oportunidades do que recursos; é mais bem sucedido em comunidades que se ajudam mutuamente reinvestindo o excesso do seu capital em projetos de outras comunidades.
1982	Schumpeter	Empreendedor que gera inovações através de suas iniciativas. Indivíduo responsável por promover nova ascensão e impedir o declínio da geração de riquezas, garantindo resultados positivos ao negócio. Criador de oportunidades.
1982	Casson	O empreendedor toma decisões criteriosas e coordena recursos escassos: a busca por inovação, poder e autoridade, além de assunção à riscos.
1982	Dunkelberg e Cooper	Orientado ao crescimento, profissionalização e independência.
1985	Sexton e Bowman	O empreendedor consegue ter uma grande tolerância à ambiguidade.
1985	Schumpeter	Empreendedorismo é encarado como a promoção de novas combinações e inovações. Essas combinações são capazes de modificar a



		ordem vigente por meio de: a introdução de um novo bem; introdução de um novo método de produção; abertura de um novo mercado; conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados e constituição ou fragmentação de posição de monopólio.
1986	Bandura	O empreendedor procura a autoeficácia: controle da ação humana através de convicções que cada indivíduo tem para prosseguir autonomamente na procura de influenciar a sua envolvente para produzir os resultados desejados.
1986	Drucker	Empreendedorismo é fruto da prática sistemática da inovação e envolve a organização dos recursos existentes, de forma a explorar novas alternativas e criar mudanças intencionais focadas no potencial econômico do negócio.
1987	Begley e Boyd	Empreendedor dotado de assunção à riscos, tolerância à ambiguidade
1988	Gartner	Mudança e ambiguidade.
1988	Caird	O empreendedor precisaria de dinamismo.
1998	Roper	Empreendedor enquanto figura de poder e autoridade
1999	Filion	Aquele que transfere recursos econômicos de um setor de baixa produtividade a um superior e mais rentável, sendo um agente da transformação social. Considera o empreendedor como um caráter transitório.
1999	Fillion	Empreendedorismo é um campo de estudo que se traduz num conjunto de práticas



		<p>capazes de garantir a geração de riqueza. Atua como um fenômeno regional, uma vez que o comportamento do empreendedor é o protótipo do ser social. Está associado a iniciativa e inovação, isto é, às possibilidades de fazer coisas novas e/ou de maneira diferente, como também é associado à capacidade de assumir riscos. Caracterizado pelo papel do empreendedor, uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.</p>
1999	Wennekers e Thurik	<p>O empreendedorismo é essencialmente uma característica comportamental das pessoas. Resulta da vontade e capacidade do indivíduo, seja por conta própria, em equipe, dentro ou fora de organizações existentes, de perceber e criar oportunidades de negócios (novos produtos, novos métodos de produção, novos esquemas organizacionais e novas combinações de produtos no mercado) e de introduzir as suas ideias no mercado, perante incerteza e outros obstáculos, tomando decisões quanto a local, forma e aproveitamento de recursos e instituições.</p>
2000	Thomas e Mueller	<p>Empreendedor cujas características seriam: assunção à riscos, necessidade de poder, lócus interno de controle, e busca por inovação.</p>



2001	Gimenez; Inácio Junior e Sunsin	Aquele que constitui um negócio objetivando crescimento e lucro, com comportamento inovador e postura estratégica.
2001	Lee e Tsang	Releitura de Borland: Locus interno de poder – controle interno.
2002	Baumol	O empreendedor como a máquina de inovação do livre mercado.
2004	Tachizawa e Faria	Aquele que faz a diferença, que faz acontecer e que desenvolve sua capacidade de superar limites.
2005	Bernardes	Indivíduo que cria uma empresa ou amplia os negócios de sua empresa. Diferencia-se do empresário, que gerencia e mantém rentável uma empresa, somente pela sobrevivência, sem inovar e fazê-la crescer.
2006	Dolabela	Aquele que provê o próprio sustento, de forma independente. Oferece valor positivo para os outros, não estando assim submetido à outra pessoa, possui certo grau de liberdade.
2008	Farah et al.	Indivíduos com capacidade de criar, aproveitar oportunidades, melhorar processos produtivos, desenvolver inovações que geram riquezas e aumentam o bem-estar das pessoas.
2009	Mendes	Aquele que enxerga a riqueza como consequência e não como meio. Usa habilidades, inteligência e vontade de contribuir.
2010	Lemes Júnior e Pisa	Indivíduo que enxerga as oportunidades, leva adianta e torna viável os projetos, faz sacrifícios pessoais para criar e manter seu empreendimento, com tal entusiasmo que convence os demais a ajudá-lo.



2010	Salim e Silva	Aquele que acredita em algo, sabe avaliar riscos e possibilidades, age normalmente de forma audaciosa e sagaz. Às vezes possui sonhos prematuros para tecnologia e cultura de sua época, mas não são impossíveis. Às vezes não se transforma em sucesso econômico, mas melhora a vida de outras pessoas.
2014	Hisrich, Peters e Shepherd	Aquele que pensa de modo diferente dos outros indivíduos, toma decisões em ambientes inseguros, com altos riscos, pressões de tempo intensas e considerável investimento emocional.
2020	Pereira Junior	Empreendedores disruptivos: que começam ou recomeçam estruturas de negócios através da tecnologia, enxergando lacunas de mercado a serem atendidas e usando coisas novas ainda não imaginadas seja em sua totalidade ou de forma adaptativa.

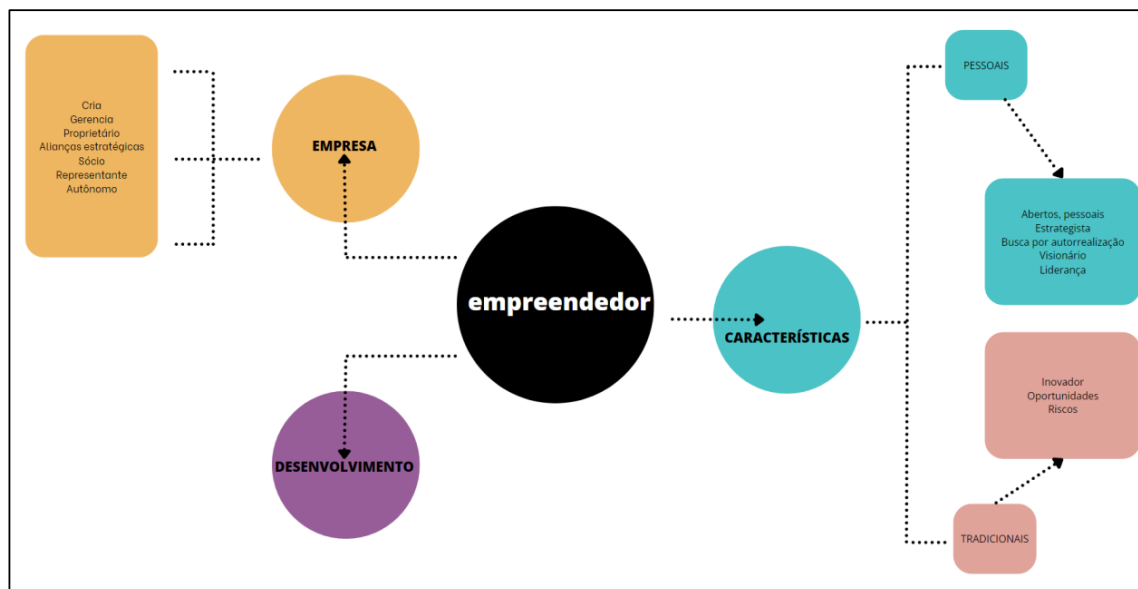
Fonte: elaborado pelo autor (2023), a partir de: Fernandes *et al.* (2020); Pereira Junior (2020); Silva, J. R. (2020) e Zambon (2021).

2.2.1 QUEM É O EMPREENDEDOR?

Perpassando a evolução do conceito é possível perceber duas correntes de embasamento: na perspectiva de mercado, e tomando foco nas características pessoais. Todos, no entanto, trabalhando empreendedorismo pela lógica de “quem é o empreendedor”. A fim de responder justamente essa pergunta, Fernandes *et al.* (2020) buscaram identificar a figura do empreendedor por meio da produção científica entre 2008 e 2019. O panorama geral dessa pesquisa encontra-se a seguir (Figura 1).



Figura 1: O conceito de empreendedor na publicação científica entre 2008-2019



Fonte: adaptado de Fernandes *et al.* (2020).

Fernandes *et al.* (2020) apresentam o empreendedor em três eixos: (i) conectadas diretamente à questão da empresa; (ii) pela lente de suas características pessoais; e (iii) como um articulador do desenvolvimento na sociedade.

(i) A figura do empreendedor enquanto conectado à empresa foi a maior recorrência entre os achados, destacando o empreendedor como aquele que cria uma empresa desde o início, e/ou aquele que gerencia ou administra a empresa, sem especificar se a empresa própria ou de terceiros. Na sequência, apontam o empreendedor como o proprietário de seu negócio, sem afirmar do início ou de sua criação, e como aquele que articula alianças estratégicas, sócio ou representante de uma empresa de terceiro e o profissional autônomo (Fernandes *et al.*, 2020).

No segundo bloco, os autores trazem (ii) a figura do empreendedor conectada às características, divididas em dois eixos. No primeiro, o “perfil do empreendedor”, é escrutinado como portador de características pessoais específicas: como um estrategista e planejador; alguém que busca por realizações; visionário; e como líder que desenvolve e faz a gestão das pessoas por um objetivo, conectada à sua visão. Já o segundo eixo traz as características do empreendedor listadas que se conectam a uma visão mais tradicional do empreendedor e consolidada na literatura. O empreendedor como um agente do processo de



inovação vem junto do empreendedor que busca e desenvolve oportunidades, além do empreendedor com uma assunção à riscos (Fernandes et al., 2020).

O bloco (iii) desenvolvimento mostra o empreendedor como um desenvolvedor da sociedade. Entre as variações na forma como este conceito aparece apresentado nos estudos, a ideia schumpeteriana de empreendedor que, através de suas atuações profissionais colabora com o desenvolvimento da sociedade é basilar na construção do conceito (Fernandes et al., 2020).

2.2.2 DO QUE SE COMPÕE UM EMPREENDEDOR?

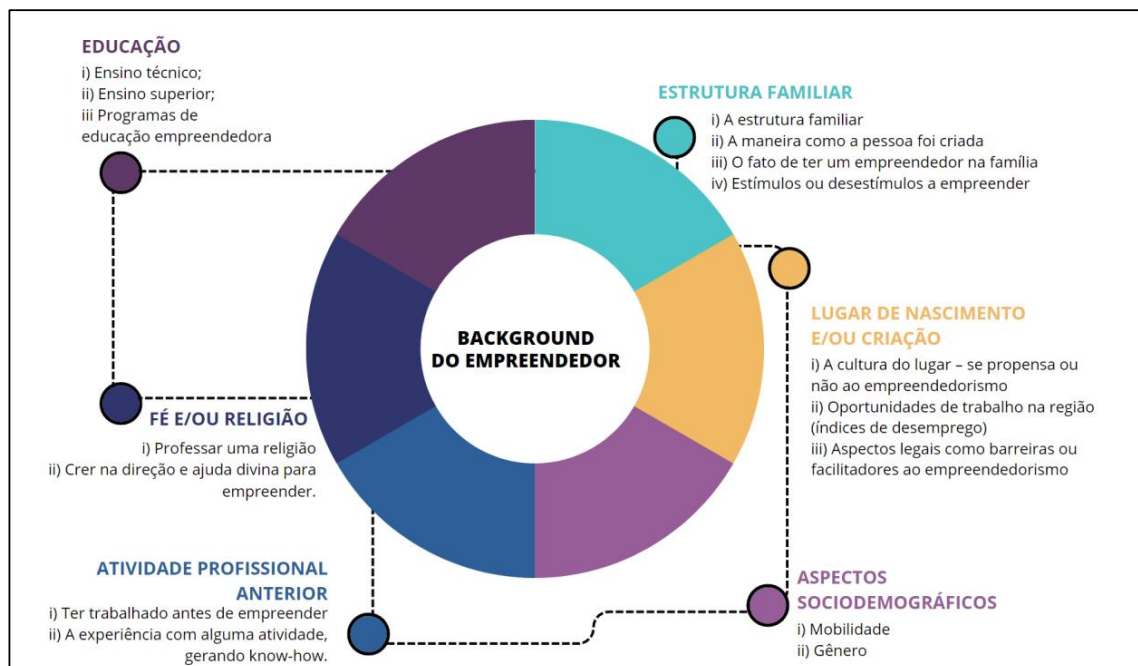
Diante do cenário posto: a pluralidade de conceituações, seguida da paradoxal dificuldade em definir o que é o empreendedor, emerge a necessidade de entender o que constitui um empreendedor. Para Lopes (2010):

Muitos fatores contribuem para o surgimento do empreendedor: personalidade, família, etnia, cultura, religião, exposição a negócios, modelos, experiência de trabalho. Destacam-se também as influências da educação e do treinamento que contribuem para encorajar o empreendedorismo, ao desenvolver atitudes, conhecimentos e habilidades, além da conscientização sobre as possibilidades de carreira de empreendedor. (Lopes, 2010, p. 18).

Nessa mesma direção, a partir de uma revisão bibliométrica de literatura, seguida de entrevistas em profundidade com especialistas, um grupo focal com empreendedores e entrevistas em profundidades com empreendedores, Pereira Junior (2020) oferece um modelo de análise do que constitui um empreendedor, por meio do seu background, constituído por seis aspectos, mais bem apresentados a seguir, (Figura 2).



Figura 2: Background do empreendedor



Fonte: adaptado de Pereira Junior (2020).

Dentre os (i) aspectos familiares que influenciam na constituição de um empreendedor, destacam-se o fato de ter um ambiente empreendedor em sua família de criação, conviver com parentes empreendedores (empreendedores na família), e/ou em famílias que estimulam a empreender ou desestimulam e só aceitam algum tempo depois, por medo do risco, criação voltada a lidar com riscos, serem mais audazes e independentes, conselhos dos pais em empreender ou mesmo procurar empregos mais formais, como concursos públicos, a família como um networking de empreendedorismo e também aspectos de criação como superproteção (Pereira Junior, 2020).

Em relação ao (ii) lugar nascimento e/ou criação, destacam-se aspectos de networking, estrutura de educação fornecida pela cidade natal, falta de trabalho (desemprego) na região, a cultura da cidade em aceitar o novo, e o ambiente de empreendedorismo, bem como as questões legais – se essas estimulam ou não o empreendedorismo na região. Na sequência, os (iii) aspectos sociodemográficos sinalizados pela pesquisa apontam questões de mobilidade, a.k.a. ter se mudado de um lugar para outro e ver aí uma oportunidade (ou necessidade em empreender), bem como as questões de gênero, estas, mais relacionadas com o



fato de ser mulher e as peculiaridades do empreendedorismo feminino (Pereira Junior, 2020).

Sobre as (iv) atividades profissionais anteriores, quando este empreendedor trabalha em alguma atividade antes, esta experiência pode contribuir a levá-lo a empreender uma vez que pode gerar certa confiança em conhecer as atividades e/ou formas de gerenciar aquele tipo de empresa (desenvolvendo know-how), buscando as suas próprias experiências na área. Além disso, (v) aspectos de fé e/ou religião aparecem no background empreendedor, uma vez que professar uma religião pode levar a pessoa a ter um amparo através de lideranças espirituais e membros das mesmas religiões ao estímulo ao empreendedorismo. Não necessariamente conectado a isto, aparecem também as crenças em uma direção divina por empreender.

Por fim, a (vi) educação também se coloca como um dos constituintes do background empreendedor, como um dos fatores que leva alguém a empreender, seja por meio de estímulos diretos e/ou indiretos na educação formal, mais especificamente nos ensinamentos técnico e superior e experiências em educação empreendedora (Pereira Junior, 2020).

Na pesquisa, destaca-se, a partir da fala de pesquisadores da área o entendimento de que a educação empreendedora

[...] provoca a experiência empreendedora, pois confronta a experiência empreendedora com os aspectos teóricos dos conteúdos dos cursos. Essa provocação leva então ao amadurecimento da ideia de negócio para facilitar o processo de incubação. [...] esses projetos ajudam na experiência de quem quer empreender, mas não tem a formação gerencial, ao ensinar a utilização de algumas ferramentas. E [...] a interação desses ambientes pode sim propiciar a geração de ideias de negócios (Pereira Junior, 2020, p. 72-73).

Esses dados aparecem validados também a partir dos empreendedores entrevistados, uma vez que, além de relacionar fatos como educação, networking e fé, como uma das entrevistadas:



A história de EmpEnt(7) relaciona educação e networking. Uma vez que foi no curso de ciências contábeis que ela conheceu a colega que futuramente veio a tornar-se amiga e também sócia. Nas palavras dela, —Eu não tinha nada de empreendedora, o que aconteceu foi que nunca perdi o contato com ela. Eu não teria aberto o escritório sozinha. Foi o dedo de Deus que me fez manter essa amizade. Conversando com ela anos depois, informalmente sobre a vontade de abrir o escritório ela topou abrir comigo e fizemos isso juntas. Foi na hora em que Deus disse sim (Pereira Junior, 2020, p. 87).

Outros relatos destacam também a importância de ter uma disciplina de empreendedorismo no seu curso superior, ou passar pelas experiências do EMPRETEC, e do STARTUPLAB.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo tem como objetivo geral a realização da dissertação a respeito da evolução histórica do conceito do empreendedor ao longo dos anos. Para isso, realiza a partir de uma pesquisa bibliográfica, definida por Marconi e Lakatos (2007) como a utilização de elementos científicos provenientes de meios bibliográficos para aprofundar conhecimentos sobre o tema, uma análise da evolução histórica do conceito dos termos empreendedorismo e empreendedor. Além disso, fornece também uma análise referencial sobre quem é e qual o papel do empreendedor, além do que o “compõem”. A partir das considerações relatadas anteriormente, como contribuições a literatura, o presente ensaio teórico destaca a análise contextual da evolução histórica de cada um dos conceitos apresentados por meio da utilização de quadros e figuras expositivas.

Assim, como principal limitação deste trabalho científico, tem-se que por se tratar de um ensaio teórico, a produção científica em questão não apresenta indicadores quantitativos da produção acerca da temática apresentada. Portanto, apontam-se como sugestões para futuras pesquisas: (i) elaboração de um artigo bibliométrico para obtenção dos indicadores quantitativos da produção acerca da



temática apresentada; (ii) realização de um levantamento empírico, juntamente de um grupo de empreendedores com o intuito de validar os conceitos do presente ensaio teórico.

REFERÊNCIAS

- CAMPANHA, L. J.; LORENZO, H. C. D.; FONSECA, S. A. Enfoques para o estudo do empreendedorismo: multidimensionalidade conceitual e diversidade de tipos: **Brazilian Journal of Development**, v. 8, n. 8, p. 55066-55093, 2022.
- COSTA, L. C. **O pensar e o agir empreendedor**: Uma proposta de um kit para formação de empreendedores. 2020. 87 f. Dissertação. Mestrado em Administração. (Programa de Pós-graduação em Administração). Universidade Federal de Itajubá, 2020.
- DIOGO, T. L.; D'AVILA, L. C.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z.; CRUZ, A. P. C. D.; BONATO, S. V. Background empreendedor no ramo de barbearias: um estudo no sul do Brasil. **Revista Livre De Sustentabilidade E Empreendedorismo**, v. 8, n. 1, p. 91–133, 2023.
- DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- FERNANDES, N. P.; D'AVILA, L. C.; CRUZ, A. P. C. D.; PEREIRA JUNIOR, E. F. Z. Quem é o empreendedor? a busca por uma definição do conceito através da produção científica brasileira. **Brazilian Journal of Management & Innovation**, v. 7, n. 3, p. 26-62, 2020.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários - gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 3, n. 2, p. 05-28, 1999b.
- FONSECA, T. B. V.; DE OLIVEIRA, E. C.; Home – Office de mulheres empreendedoras: uma análise no período da pandemia do coronavírus. **Revista Gestão, Inovação e Negócios**, v.8, n.1, 2022
- GARCIA, A. S.; ANDRADE, D. M. O campo de pesquisas do empreendedorismo: transformações, padrões e tendências na literatura científica (1990-2019). **Revista Brasileira de Inovação**, v. 21, n. 1, p. 1-30, 2022.
- KINIAS, I. G. The Importance of the Entrepreneurial Background in the Detection and the Utilization of the Information. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**,



v. 73, n. 1, p. 564-572, 2013.

LANDSTRÖM, H. The evolution of entrepreneurship as a scholarly field. **Foundations and Trends in Entrepreneurship**, Boston, v. 16, n. 2, p. 65-243, 2020.

LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. “That’s interesting!” in entrepreneurship research. **Journal of Small Business Management**, v. 57, n. 1, p. 507-529, 2019.

LOPES, R. M. A. **Educação empreendedora**: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: SEBRAE, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico** procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 226 p.

OLIVEIRA, E. C. D. Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas**, v. 7, n. 2, p. 195-221, 2022.

PAES, N. N.; de CAMARGO NETO, R. P.; MORAES, I. S.; MENEZES, G. R. Determinantes do empreendedorismo no Rio Grande do Sul. **SINERGIA - Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis**, v. 23, n. 2, p. 59-68, 2019.

PEREIRA JUNIOR, E. F. Z. **Background do empreendedor**: proposta e validação de um modelo. 2020. 132 f. Dissertação. Mestrado em Administração (Programa de Pós-graduação em Administração). Universidade Federal do Rio Grande, 2020.

RABELO, D. D. S. M. **Economia e empreendedorismo social**: elo estratégico de desenvolvimento socioeconômico. Um estudo na fábrica social do Distrito Federal. 2021 91 f. Dissertação. Mestrado em Gestão Econômica de Finanças Públicas Educação (Programa de Pós-graduação em Economia). Universidade de Brasília, 2021.

SANTOS, J. M. DOS .; FIGUEREDO, R. A.; CORRÊA, R. O. .; CARVALHO, G. D. G. de . Empreendedorismo digital por mulheres: uma revisão integrativa da literatura. **Revista Gestão e Desenvolvimento**, [S. l.], v. 20, n. 2, p. 150–175, 2023.

SANTOS, M. S. DOS .; SANTOS, D. M. dos .; SILVA, P. R. C. da .; OLIVEIRA, R. M. de .; ABICHT, A. de M. .; CEOLIN, A. C. Empreendedorismo sênior no Brasil:



uma análise do perfil do empreendedor. **Peer Review**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 1–18, 2023.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25. n. 1. p. 217-226, jan. 2000.

SILVA, H. B. **Implantação de uma metodologia inovadora de ensino e avaliação para o desenvolvimento de competências empreendedoras**: um estudo de caso no curso de sistemas e mídias digitais da UFC. 2020. 192 f. Tese. Doutorado em Educação (Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira). Universidade Federal do Ceará, 2020.

SILVA, H. P. D.; GARCIA, E. A. D. R.; CABRAL, A. C. D. A. Competências Empreendedoras na Pandemia da Covid-19: Um Estudo com PMES do Varejo de Moda. **REMIPE-Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo**, v. 8, n. 1, p. 79-98, 2022.

SILVA, J. R. **Percepções de impacto da educação empreendedora**: implicações para políticas públicas. 2020. 86 f. Dissertação. Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual (Programa de Pós-graduação em Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual). Universidade Federal de Minas Gerais, 2020.

SOARES, T. P. **Competências empreendedoras no novo ensino médio: uma resposta às dores e aos sonhos educacionais**. 2022. 150 f. Dissertação. Mestrado em educação (Programa de Pós-graduação em Educação). Universidade La Salle, 2022.

SWEDGERG, R. **Josef A. Schumpeter**: the economics and sociology of capitalism Princeton: Princeton University Press, 1991.

VALE, G. M. V. Empreendedor: origens, concepções teóricas, dispersão e integração. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 874-891, 2014.

ZAMBON, S. A. **O empreendedorismo e suas características comportamentais**: uma análise da percepção da atitude empreendedora em teses publicadas no Brasil de 2007 a 2019. 2021. 274 f. Tese. Doutorado em Ciência,



Gestão, Inovação e Negócios

2447-8520

Tecnologia e Sociedade (Programa de Pós-graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade). Universidade Federal de São Carlos, 2021.