

Empreendedorismo, Inovação

e Economia Criativa



Créditos -

Centro Universitário Senac São Paulo – Educação Superior a Distância

Diretor Regional

Luiz Francisco de Assis Salgado

Superintendente Universitário e de Desenvolvimento

Luiz Carlos Dourado

Reitor

Sidney Zaganin Latorre

Diretor de Graduação

Eduardo Mazzaferro Ehlers

Diretor de Pós-Graduação e Extensão

Daniel Garcia Correa

Gerentes de Desenvolvimento

Claudio Luiz de Souza Silva Luciana Bon Duarte Roland Anton Zottele

Sandra Regina Mattos Abreu de Freitas

Coordenadora de Desenvolvimento Tecnologias Aplicadas à Educação

Regina Helena Ribeiro

Coordenador de Operação Educação a Distância

Alcir Vilela Junior

Professores Autores

Edna Mara Baars Juliane Borges Ferreira Kênia Cristina G. dos Santos Nelson Nogueira Schirlei Mari Freder Sirlene S. de Amorim Pereira

Revisores Técnicos

Aline Delmanto Capone Donizetti Leonidas de Paiva Polise Moreira de Marchi

Técnica de Desenvolvimento

Carolina Tiemi Sato Komatsu

Coordenadoras Pedagógicas

Ariádiny Carolina Brasileiro Silva Izabella Saadi Cerutti Leal Reis Nivia Pereira Maseri de Moraes Otacília da Paz Pereira

Equipe de Design Educacional

Alexsandra Cristiane Santos da Silva Ana Claudia Neif Sanches Yasuraoka Angélica Lúcia Kanô Anny Frida Silva Paula Cristina Yurie Takahashi Diogo Maxwell Santos Felizardo Flaviana Neri Francisco Shoiti Tanaka Gizele Laranjeira de Oliveira Sepulvida

Hágara Rosa da Cunha Araújo Janandrea Nelci do Espirito Santo Jackeline Duarte Kodaira João Francisco Correia de Souza Juliana Quitério Lopez Salvaia Jussara Cristina Cubbo Kamila Harumi Sakurai Simões Katya Martinez Almeida Lilian Brito Santos Luciana Marcheze Miguel Mariana Valeria Gulin Melcon Mônica Maria Penalber de Menezes Mônica Rodrigues dos Santos Nathália Barros de Souza Santos Rivia Lima Garcia Sueli Brianezi Carvalho Thiago Martins Navarro Wallace Roberto Bernardo

Equipe de Qualidade

Ana Paula Pigossi Papalia Josivaldo Petronilo da Silva Katia Aparecida Nascimento Passos

Coordenador Multimídia e Audiovisual

Ricardo Regis Untem

Equipe de Design Audiovisual

Adriana Mitsue Matsuda Caio Souza Santos Camila Lazaresko Madrid Carlos Eduardo Toshiaki Kokubo Christian Ratajczyk Puig **Danilo Dos Santos Netto** Hugo Naoto Takizawa Ferreira Inácio de Assis Bento Nehme Karina de Morais Vaz Bonna Marcela Burgarelli Corrente Marcio Rodrigo dos Reis Renan Ferreira Alves Renata Mendes Ribeiro

Thalita de Cassia Mendasoli Gavetti Thamires Lopes de Castro Vandré Luiz dos Santos

Victor Giriotas Marçon William Mordoch

Equipe de Design Multimídia

Alexandre Lemes da Silva Cristiane Marinho de Souza Emília Correa Abreu Fernando Eduardo Castro da Silva

Mayra Aoki Aniya

Michel Iuiti Navarro Moreno Renan Carlos Nunes De Souza Rodrigo Benites Gonçalves da Silva

Wagner Ferri

Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa

Aula 01

Empreendedorismo: uma abordagem introdutória

Objetivos Específicos

• Apresentar os conceitos principais da disciplina iniciando a construção da base teórica do aluno.

Temas

Introdução

- 1 Etimologia
- 2 Contextualização histórica
- 3 Definições segundo diferentes autores
- 4 O empreendedorismo social

Considerações finais

Referências

Professor Autor

Nelson Nogueira

Introdução

Prezado aluno, iniciamos a nossa disciplina de Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa na intenção de estimular seu comportamento empreendedor, munindo-o de ferramentas para desenvolver suas habilidades, para que possa criar oportunidades de negócio inovadoras que o diferenciarão na construção da sua carreira profissional.

Nesta disciplina você será introduzido aos conceitos sobre empreendedorismo, conhecerá o perfil do empreendedor e os diferentes tipos de esferas em que encontramos tais iniciativas, assim como as motivações que levam o indivíduo a empreender.

Após conhecer as principais dimensões do empreendedor, partiremos para a compreensão do envolvimento deste com o ambiente que o cerca, por meio da análise da relação do empreendedor com a sustentabilidade e responsabilidade social. Na sequência conheceremos melhor os conceitos de inovação e a relação desta com o processo empreendedor, assim como, será introduzida a noção de economia criativa e as oportunidades dela advindas.

Por fim, serão apresentadas a você ferramentas para desenvolvimento de negócios, para melhorar sua concepção de ideia e planejamento, como design thinking, modelo canvas, plano de negócios e alguns formatos para captação de recursos. Complementando, serão apresentadas ideias para aumentar a criatividade e incrementar as habilidades do empreendedor.

Nesta primeira aula vamos conduzir o assunto iniciando pela etimologia, o estudo gramatical da origem e história da palavra, de onde surgiu e como evoluiu ao longo dos anos. Em seguida, vamos para contextualização histórica mostrando a trajetória do conceito aplicado no ambiente interno e externo da organização. Posteriormente, abordaremos as definições que foram sendo aprimoradas e incorporadas com o passar do tempo e por fim os aspectos do empreendedorismo social utilizando a mesma trajetória e tópicos que utilizamos para falar do empreendedorismo.

Ao final desta aula, você terá a sua visão sobre o assunto ampliada, compreendendo o empreendedorismo, a sua importância, os novos caminhos que sua carreira profissional pode ser conduzida, ou até a abertura de seu próprio negócio, independentemente da área da formação que esteja cursando.

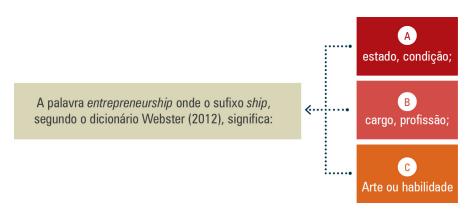
Uma sociedade que passa por constantes processos de reinvenção carece de indivíduos criativos que possam contribuir com a transformação que a sociedade demanda, seja criando uma nova empresa ou inovando nas organizações em que estejam inseridos. E espero que você seja esse agente transformador, capaz de contribuir na mudança por meio de soluções inovadoras.

Assim, o que se espera é que você, aluno, esteja preparado para abrir seus horizontes e perceber soluções inovadoras em suas áreas profissionais. Desejo que esta disciplina contribua no seu desabrochar empreendedor. E você, está motivado para fazer a diferença em sua carreira profissional ou no seu próprio negócio? Então vamos lá, iniciar a nossa aula.

1 Etimologia

O termo empreendedorismo tem origem nas palavras **entrepreneur** e **entrepreneurship**, ambas apresentam problemas de definição em qualquer língua. Assim, entrepreneur poderia ser empresário, mas, segundo Drucker (1986) e muitos outros autores, o empresário não é necessariamente um empreendedor e o empreendedor nem sempre é um empresário.

Figura 1 - Entrepreneurship



Em termos gerais entrepreneurship pode ser traduzido como empreendimento, destacando a prática de empreender de maneira difícil, criativa e árdua e o resultado dessa prática. Em complemento, Maximiano (2006, p. 1) traduz o termo latino empreendere ou sua derivação entrepreneur como aquele indivíduo que "realiza tarefa difícil e laborisa" ou "coloca em execução".

É curioso observar que, embora o termo empreendedorismo venha sendo utilizado no Brasil desde o final da década de 1990, não se encontram registros do termo nos dicionários de português lançados antes de 2010. Esse fato mostra que o empreendedorismo é uma atividade recente no país, embora se perceba que a cada ano mais e mais profissionais estejam envolvidos com ele (RODRIGUES, 2008. p. 1).

Em complemento, Maximiano (2006, p. 1) traduz o termo latino empreendere ou sua derivação entrepreneur como aquele indivíduo que "realiza tarefa difícil e laborisa" ou "coloca em execução".

2 Contextualização histórica

A evolução do termo empreendedor ao longo da história é compreendida por meio dos apontamentos de relatos e estudos que objetivavam entender esse ator no processo de criação de novos negócios e desenvolvimento econômico.

Para saber mais 🧭

Os primeiros relatos do aparecimento de noções primitivas do empreendedor são registrados após o desenvolvimento do capitalismo. Nessa conjuntura econômica, surgia a figura dos negociantes, que eram intermediários comerciais que mediavam as transações entre os fabricantes de mercadorias e os compradores, recebendo parcela de lucro sobre a venda/ troca dos produtos.

Nesta noção primitiva dos empreendedores, eles apareciam relacionados a atividades comerciais. Percebe-se transversalmente na atuação desses questões que envolvem a visão de risco e a visualização da oportunidade de ganhos, questões presentes nas teorias mais atuais e que caracterizam o empreendedor.

O intermediário dessa época era caracterizado por vislumbrar uma oportunidade ao adquirir produto sem ter a certeza da sua venda, incorrendo o risco de não a efetivar por não encontrar comprador ou de perder a mercadoria. Porém, como possuía a crença ter uma oportunidade concreta tendo alta expectativa da venda, realiza a transação, mesmo havendo risco, caracterizando, assim, um empreendedor.

Como exemplo de um intermediário da época, Degen (2009, p. 7) aponta Marco Polo, comerciante e explorador de Veneza, que viveu aproximadamente entre 1254 a 1354. Estabeleceu rotas terrestres de comércio com o Oriente trazendo e levando mercadorias para revender.

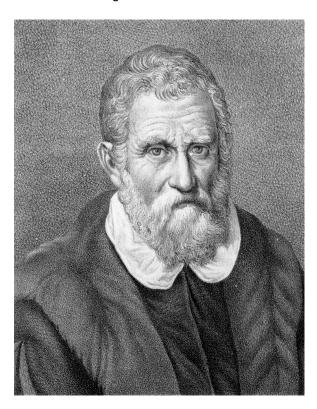


Figura 2 - Marco Polo

Marco Polo desenvolvia novos mercados estabelecendo contratos com comerciantes locais e assumia o risco da operação, pois intempéries podiam ocorrer nas viagens causando a perda de barcos, suprimentos ou, inclusive, mercadorias, mas a sua atividade era financiada pelos contratantes (precursores dos capitalistas de risco da atualidade).

Degen (2009, p. 7) aponta que esses contratos firmados à época previam pagamento de juros em torno de 22% sobre o capital investido. Estima-se que ao final do período no qual o empreendedor realizou suas viagens, o retorno médio dos investidores chegou a 75%, ficando Marco Polo com apenas 25%.

O início dos estudos acerca da atividade empreendedora propriamente dita, foi marcado pela presença dos economistas, que foram influenciados pelo desejo de encontrar explicações para o crescimento econômico e formação de riqueza. Destacam-se as teorias de Richard Cantillon, Jean-Baptiste Say, Joseph Schumpeter. Influenciados por suas áreas de formação e suas perspectivas de mundo voltadas ao desenvolvimento econômico, apresentam posições convergentes sobre a figura do empreendedor e já aquela época chamam atenção para esses indivíduos que marcaram positivamente suas épocas.

Para saber mais 🧭

Maximiano (2012, p. 2-3) ressalta que dentre os economistas que se dedicaram aos estudos, os principais foram Cantillon, Say e Schumpeter, com destaque para Cantillon que foi um dos primeiros a observar a prática de criação de negócios no século XVIII, por volta de 1755. O economista é considerado por muitos o criador do termo empreendedor como se conhece na atualidade.

Cantillon descrevia o empreendedor como o indivíduo que comprava os insumos ou matérias-primas por um preço certo, processava-os e os vendia a outra pessoa, por um preço incerto, que cobria despesas e ainda um ganho. Esta definição ressalta o empreendedor como um capitalista, visto que aproveitava a oportunidade, assumindo o risco da incerteza, na perspectiva de obtenção de lucro, ainda carregando a ideia de intermediário de negócios.

O "empreendedor", dizia o economista francês J. B. Say por volta de 1800, transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento. Porém, a definição de Say não nos diz quem é esse "empreendedor".

Em 1942, o economista escocês Joseph Schumpeter consolida seus estudos sobre o empreendedor e consolida seu conceito abrangendo aqueles que inovam, não somente os que criam invenções, mas introduzem não somente novos produtos, mas também meios de produção e novas formas de organização. Essa visão de descontinuidade dos processos era chamada pelo autor como "destruição criativa", acrescentada ao processo empreendedor sua visão do desenvolvimento econômico, pois esses empreendedores traziam o progresso e o contínuo aprimoramento do padrão de vida da sociedade (DEGEN, 2009, p. 2-3).

A destruição criativa apresentava a descontinuidade de um padrão social, como a caneta tinteiro que foi substituída pela caneta esferográfica, revolucionando a forma dos indivíduos de escrever.

Para Schumpeter o verdadeiro sentido de desenvolvimento econômico era o rompimento desse equilíbrio circular da renda na economia, acionando e colocando em marcha o motor da economia por meio da criatividade, como apontado por Degen (1989). O desenvolvimento não estava relacionado às mudanças que vinham de dentro desse fluxo, mas das que eram impostas de forma revolucionária, trazidas por modificações espontâneas e descontínuas nos processos produtivos.

Para saber mais 🧿

Tendo em vista que a sociedade se modifica, modificam-se também seus hábitos, costumes e desejos. Os bens e as tecnologias também precisam ser adaptados às novas necessidades dos usuários. Surge, então, no mercado espaço para novas oportunidades serem descobertas e exploradas, gerando novos produtos e novos serviços.

Você acredita que a sociedade forma o empreendedor demandando inovações ou é o próprio empreendedor que vem criando essas rupturas econômicas?

Schumpeter, em seu livro *Capitalismo, Socialismo e Democracia* (1942), trata da destruição criativa, trazendo uma noção de inovação, tão fomentada na nossa sociedade atual. Como já verificado por esse autor, a inovação trazia rupturas que geravam novas oportunidades de crescimento econômico a uma nação, mas também o bem-estar social. A destruição criativa promoveria a forma de levar os bens desejados em quantidades e preços acessíveis (DEGEN, 1989). Grandes foram as contribuições dos estudos econômicos sobre o fenômeno do empreendedorismo, porém, por ser um fenômeno complexo, a abordagem econômica isoladamente não se configurou como suficiente para a compreensão do tema. Ainda mais por que a sociedade estava mudando, assim como suas concepções estavam saindo dos fatores produtivos e buscando, também, a compreensão do fator humano por trás desses sistemas.

Assim, os estudos sobre o tema avançam para a análise de outras abordagens que auxiliam no melhor entendimento sobre o assunto em discussão, considerando o empreendedor por uma perspectiva psicológica, principalmente no que tange ao comportamento desse indivíduo. Neste âmbito, surgem os conceitos e análises que tratam das características do comportamento empreendedor que estudaremos nas aulas a seguir.

3 Definições segundo diferentes autores

Segundo Maximiano (2006, p. 57), o termo empreendedorismo, derivado da palavra entrepreneurship, é utilizado para "designar o comportamento do empreendedor", tal comportamento é caracterizado pela ação de iniciar um novo negócio.

Já Sampaio (2014, p. 57) afirma que o empreendedorismo é caracterizado pela ação do indivíduo com disposição ou iniciativa de começar algo novo ou transformar projetos já existentes. A autora complementa que os empreendedores "[...] são pessoas com propensão e habilidade para criar, renovar, modificar e conduzir projetos inovadores".

Outra definição é a utilizada pelo Global Entrepreneurship Monitor – GEM (2013, p. 87), que conceitua empreendedorismo como:

[...] qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como, por exemplo: uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. Em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas.

O SEBRAE (2008) entende que empreendedorismo é a ação de criar e também gerenciar um negócio, responsabilizando-se pelos riscos e visando ao lucro.

Importante 🎝

Para o SENAC, empreendedorismo é entendido de uma forma mais abrangente, incluindo todos os tipos de empreendedores, pois o empreendedorismo seria um caminho ou um modo de pensar e agir, considerando as oportunidades e utilizando a criatividade e inovação, a fim de gerar valor coletivo e individual.

Esta disciplina segue a abordagem defendida por Schumpeter (2000) e Drucker (1986) e define que aquele que empreende é, na verdade, um visionário que age, pois tem iniciativa. Além disso, identifica oportunidades e propõe soluções inovadoras. Portanto, não se limita ao ato de começar um negócio próprio, mas vai além disso. E este comportamento de empreendedor existe nas mais diversas áreas, cargos e em diversos momento da vida.

4 O empreendedorismo social

O empreendedorismo pode se dar em distintos âmbitos da sociedade e com propósitos diferenciados, como no empreendedorismo convencional, tradicional ou serial, este último termo foi introduzido por Arantes e Halicki (2014, p. 36; 85), os quais destacam que a criação de novos negócios tem o objetivo de explorar alguma atividade visando ao retorno financeiro para os sócios, por vislumbrarem uma oportunidade de mercado.

Outro âmbito do empreendedorismo é quando esta ação ocorre em esfera social, onde surge o empreendedorismo social com suas variações terminológicas como empreendedorismo sustentável, empreendedorismo de negócios sociais, empreendedorismo de impacto (NAKAGAWA, 2013).

Essa dimensão empreendedora configura-se como forma do processo criativo, sendo diferenciada pelo objeto-fim desse novo negócio, que é a transformação social (promovendo o bem-estar da população) ou ambiental (que afeta o coletivo).



Figura 3 - Criatividade!



O empreendedorismo social é caracterizado por envolver uma motivação centrada no outro, focando o bem-estar social. Conforme Arantes e Halicki (2014) apontam, é promovido por indivíduos que têm como missão construir um mundo melhor. Assim, o empreendedorismo social está sempre relacionado a causas humanitárias que almejam mudar o mundo.

Os autores citados acima apontam o movimento crescente nos Estados Unidos de um tipo especial que caracteriza o empreendedorismo social, que é o que cria uma Benefit Corporation, também chamada B Corporation. Estas são empresas que desenvolvem atividades privadas para benefício dos empreendedores ou acionistas, mas que paralelamente geram, por meio do seu negócio, benefício social e, por isso, recebem incentivos do governo.

Nesse sentido, qualquer empreendedor pode criar um negócio de impacto não só para si, como contribuindo na sustentabilidade para a sociedade e o meio ambiente, explorando atividade comercial, mas que nesse contexto possa gerar como resultado melhorias para a sociedade ou ambiente.

Pode-se citar um exemplo fictício de uma empresa de desenvolvimento de tecnologias para acessibilidade de pessoas surdas. Essa empresa explora uma atividade comercial, sendo remunerada pelos seus clientes e gerando resultados financeiros para os empreendedores.

Por outro lado, esse segmento de clientes, pessoas surdas, carece de atenção do mercado, no sentido da necessidade de que sejam desenvolvidos produtos e serviços que possam ser consumidos por esse público. São indivíduos com necessidades comuns a outros indivíduos da sua idade e que comprariam tais soluções.

Esse negócio seria positivo para ambos os lados, gerando a inclusão desse público, que tem poder aquisitivo e quer ser incluído no mercado consumidor.

Para saber mais 🧭

Uma das primeiras organizações voltadas ao empreendedorismo social foi a Ashoka, organização mundial sem fins lucrativos que, inclusive, criou esse termo iniciando em 1980 atividades inovadoras voltadas ao social, principalmente na Índia e no Brasil, e no desenvolvimento de empreendedores sociais de impacto, atividade que desempenha até hoje. Visite a nossa Midiateca para ter acesso ao link do site da empresa.

Considerações finais

Nesta aula você teve a oportunidade de conhecer mais sobre o tema empreendedorismo por meio da sua abordagem introdutória, sendo caracterizado como o processo de criação de empresas que promovem a ruptura de padrões sociais e de consumo, gerando emprego e renda, o que, consequentemente, promove o crescimento da economia como um todo.

O fenômeno do empreendedorismo foi estudado pela perspectiva econômica, onde é caracterizado como propulsor do crescimento econômico e desenvolvinmento de uma região, tendo como principais representantes Say, Cantillon e Schumpeter. Sendo este último o autor que contribuiu para os estudos inserindo nesse contexto o fator inovação, como causador de rupturas no modelo de fazer ou oferecer produtos, modificando a sociedade por meio dos padrões culturais e da quebra de paradigmas.

Nesta aula você, ainda, teve a oportunidade de conhecer brevemente o empreendedorismo social, que trata da criação de negócios destinados a resolver ou melhorar um problema social ou ambiental, motivado pela inquietação do empreendedor em transformar o mundo e o ambiente à sua volta.

Em resumo, o empreendedorismo é uma ação sistêmica propiciada pelos negócios que vislumbram oportunidades de reconstruir e inovar, levando um novo produto ou serviço ao mercado. Esse negócio criado pelo empreendedor pode ter objetivo de causar um impacto social, buscando a melhoria de um problema social ou ambiental.

Espero que este texto tenha inspirado você a conhecer mais sobre empreendedorismo, inovação e as oportunidades da economia criativa.

Convido você a continuar nessa jornada empreendedora!

Referências

ARANTES, E. C.; HALICKI, Z. (Org.). **Empreendedorismo e realidade social**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

DEGEN, Ronald J. **O empreendedor:** fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Markon Books, 1989.

_____. **O empreendedor:** empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espirito empreendedor**: prática e princípios. São Paulo; Thomson Pioneira, 1986.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**: Relatório Executivo. IBQP, SEBRAE e FGV: 2014.

MAXIMIANO, Antonio C. A. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

. **Empreendedorismo.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

NAKAGAWA, M. H. **Empreendedorismo:** elabore seu plano de negócio e faça a diferença. São Paulo: Senac, 2013.

RODRIGUES, F. Empreendedorismo em amplo debate. **O Globo.** Caderno Boa Chance, 23 de março de 2008.

SAMPAIO, M. **Atitude empreendedora:** descubra com Alice seu País das Maravilhas. São Paulo: Senac, 2014.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **O que é empreendedorismo?** Sebrae: Página web publicada em 04/11/2008. Disponível em: http://www.mundosebrae.com.br/2008/11/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 2 fev. 2015.