



Empreendedorismo: Social e Corporativo

Nayara Block¹, Luan Carlos de Oliveira¹, Ademir Junior Vedovato¹, Diego Ros¹, Rosimeire Expedita dos Santos Sehaber¹

¹ Universidade Estadual do Paraná Campus de Campo Mourão (UNESPAR)

naay_block@hotmail.com; luanoliveira_gt@hotmail.com; ademirvedovato@hotmail.com;
diegoros1@hotmail.com; rosimeire_epa@yahoo.com.br

Resumo: O processo de globalização, o acirramento da concorrência, os desafios advindos do contínuo aprimoramento tecnológico, dentre tantos outros fatores, não apenas ratificam tal complexidade como também elucidam a necessidade de aprimoramento das empresas e da sociedade como um todo. Frente a todo esse cenário de incertezas e dificuldades, uma determinada ação destaca-se, que é o empreendedorismo. Pois, o empreendedor tem a capacidade de agir como um agente de mudança, de crescimento e desenvolvimento. Deste modo, a presente pesquisa teve por objetivo realizar uma análise descritiva sobre o empreendedorismo, com foco principal na compreensão sobre o que é empreendedorismo corporativo e empreendedorismo social, buscando expor suas diferenças e semelhanças. Para a realização desta pesquisa o método utilizado foi o qualitativo, classificou-se quanto aos meios como bibliográfica e quanto aos fins como descritiva e explicativa. E pode-se concluir com essa pesquisa que apesar dos dois tipos de empreendedorismos apresentados possuem objetivos diferentes, a ação empreendedora vem demonstrando a cada dia uma opção para melhorar a sociedade.

Palavras chave: Empreendedorismo; Sociedade; Intraempreendedorismo.

1. Introdução

O processo de globalização, fenômeno com histórico recente no Brasil, trouxe consigo vários benefícios para a sociedade, tais como avanço tecnológico, aumento da comunicação e maior interação comercial com o resto do mundo.

Não foram apenas efeitos positivos que este processo trouxe, visto que diversos novos desafios foram lançados para as empresas brasileiras, entre eles substituição de mão de obra humana por robótica (SANTOS et al, 2008).



Frente a essa eclosão de mudanças, o empreendedorismo vem como uma ação de fomento para geração de desenvolvimento econômico e vem ganhando cada vez mais espaço no debate acadêmico e empresarial (CARELI, 2013).

De acordo com Melo Neto (2002) o empreendedorismo deve ser entendido como um processo de natureza não estática, mas sim no qual os envolvidos identificam *insights* que podem ser percebidos como oportunidade de viés econômico. Esse processo, de caráter individual ou coletivo, tem como característica a utilização de trabalho, capital e diversos recursos para produção de bens e serviços.

O empreendedorismo é utilizado como um acompanhamento contínuo do cenário mundial, verificando o desenvolvimento de novas organizações e meios de se destacarem, buscando estar à frente de seus concorrentes (CRUZ, 2016).

Nessa corrida pela excelência, pelo primeiro lugar, ou mesmo pela sobrevivência, o empreendedorismo vem como uma ação motivadora, capaz de fazer acontecer, aliando criatividade, planejamento e eficiência.

Segundo Baggio e Baggio (2014) o empreendedorismo consiste no prazer de realizar, por meio do processo de ajuda coletiva e inovação, todo e qualquer projeto pessoal, um cenário de desafios e riscos constantes. Em outras palavras o empreendedorismo é a postura de enfrentar comportamento proativo questões que precisam ser resolvidas.

Tentando ser mais específico sobre esse tema tão amplo que é o empreendedorismo, duas classificações se destacam, e foi o foco deste trabalho, que são o empreendedorismo corporativo e o empreendedorismo social, buscando expor suas principais diferenças e semelhanças.

2. Metodologia

O presente estudo foi realizado no período de 13 de junho a 11 de setembro de 2016, como pré-requisito da disciplina de Desenvolvimento de Novos Empreendimentos, do curso de Engenharia de Produção Agroindustrial da Universidade Estadual do Paraná Campus de Campo Mourão.

O método de pesquisa utilizado foi o qualitativo. A pesquisa classificou-se, quanto aos meios, como bibliográfica, pois foi realizada com base em materiais publicados em livros, periódicos e mídias eletrônicas. Quanto aos fins, foi



classificada como descritiva e explicativa. Descritiva, pois expõe características de determinado tema, no caso o empreendedorismo (VERGARA, 2000). Explicativa, pois teve a finalidade de associar uma causa a uma situação ou dado (GRESSLER, 2004).

3. Empreendedorismo

Antes de abordar de fato o tema empreendedorismo, não há como não elucidar, mesmo que sucintamente outro assunto vinculado diretamente a este, que o agente empreendedor.

Das diversas definições que existem sobre o empreendedor adotou-se nesta pesquisa a definição, segundo Dornelas (2008), que “empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Conforme Dolabela (2003), as condições para ser empreendedor estão ligadas ao ambiente macro, à democracia, à cooperação e à estrutura de poder. Ser empreendedor também requer um conhecimento de um caminho bem complexo que imaginam e que demanda uma visão bem ampla das causas e das consequências dos fatores que vivenciam.

Sempre que se estudam os empreendedores, principalmente quando esses estudos são feitos por economistas, estes, ao elaborarem seus modelos, levam em consideração os sistemas de valores da sociedade, sendo isto fundamental para a orientação de seu comportamento individual e dos seus integrantes. Não há meios de existir crescimento econômico sem a existência de uma estrutura de crescimento que tenha empreendedores em sua base (BAGGIO e BAGGIO, 2014).

Assim, Dornelas (2003), defini o empreendedorismo como sendo o ato de criar, fazer, elaborar algo novo, inovando, melhorando, buscando sempre novas oportunidades de negócios, visando sempre a melhor de uma situação.

Deste modo, empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos, e através de trabalho coletivo fazem a transição de ideias em novas oportunidades (Dornelas 2008).

Lançando mão da etimologia, empreendedorismo é definido como um neologismo, derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizado para indicar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema



de atividades, seu universo de atuação (MELO NETO, 2002). A expressão empreendedor, por sua vez vem do francês *entrepreneur* e significa aquele que assume riscos e começa algo novo (CHIAVENETO, 2012).

O termo empreendedorismo vai além da criação e iniciativa por novos negócios ou projetos, possuem aspectos muito importantes. De acordo com Dornelas (2003), estes aspectos são divididos em quatro itens, como: Iniciativa para criar um negócio e paixão pelo que faz; Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive; Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Pereira (2001) diferencia o empreendedorismo de um comportamento, classificando-o como um movimento para o desenvolvimento de novos negócios, visando resultados positivos, baseando-se na ideia de que o empreendedorismo não existe somente em empresas privadas, mas também no mercado autônomo e nas instituições públicas.

3.1 Empreendedorismo social

No Brasil, o empreendedorismo social teve destaque a partir dos anos 90. Duas instituições brasileiras foram criadas para dar suporte a ação empreendedora, que foi o Sebrae - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, e Softex - Sociedade Brasileira para Exportação de Software (NEGRÃO, 2015).

Essas entidades, além de ajudarem diretamente os empreendimentos de modo geral, se tornaram grandes parceiras do empreendedorismo social com vistas à solução de problemas (NEGRÃO, 2015).

O empreendedorismo social tem por finalidade dirimir, minimizar ou solucionar problemas sociais, não tendo o intuito de produzir bens e/ou serviços para obter lucros (DORNELAS, 2003).

O empreendimento social não é direcionado para mercados, mas sim para segmentos populacionais que enfrentam perturbações de caráter social (exclusão social, pobreza, miséria e risco de vida) (MELO NETO, 2002).

Dado a relevância que o empreendedorismo social ganhou ao longo dos últimos anos, hodiernamente ele é um fenômeno mundial, dado que a figura do empreendedor social se apresenta como o responsável pela arguição dos problemas



encontrados na sociedade e, além disso, encarrega-se de procurar as soluções para os problemas (MELO NETO, 2002).

Esse processo de busca de soluções não se apresenta como uma panacéia ou utopia, mas sim na busca efetiva dos males que, de fato, assolam a sociedade. Por esse motivo que alguns autores dizem que esse tipo de ação empreendedora apresenta-se como um modo ativo e transformador dos valores da sociedade (DOLABELA, 2003).

Mesmo que se possa inferir que o empreendedorismo social divirja muito do que é conhecido apenas como empreendedorismo, como uma ação inovadora, ele não está fora do escopo das funções que envolvem a ação empreendedora que são: a percepções de oportunidade e de criação, a criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e disposição (ÂNGELO, 2003).

O que pode-se concluir é que o empreendedor social tem o papel de agente de mudança na sociedade, visto que se compromete a gerar e perpetuar valor social que se engaja num processo de inovação e aprendizagem ininterruptos.

3.2 Empreendedorismo corporativo

Para Dornelas (2003), o empreendedorismo corporativo pode ser entendido como sendo ação de um indivíduo ou mesmo grupo de pessoas associadas em uma mesma organização buscando objetivos em favor do crescimento e do desenvolvimento dessa organização. Ele acontece em organizações que incentivam e fomentam as iniciativas empreendedoras de seus colaboradores.

O grande objetivo é a tomada de decisão em prol da empresa aonde é adotada, visando o surgimento de inéditos modelos de negócio e buscando por maior agilidade, criação e efetivação de novos projetos. Projetos esses, que cada vez mais possuem maior valor agregado, autonomia e independência na gestão da empresa (Dornelas, 2003).

Ao adotar esse tipo de ação empreendedora, também conhecida como intraempreendedorismo, o meio para alcançar os objetivos citados é por meio de parcerias entre colaboradores, departamentos e empresários.

Mesmo sendo algo com fins tão nobres para as empresas, existe algumas dificuldades para a implementação do empreendedorismo corporativo, pois é com muita dificuldade que se encontra um equilíbrio entre desejos pessoais e realidade.



O empreendedor que for capaz de conciliar realização profissional e necessidade pessoal atingirá todos os objetivos traçados (PINCHOT, 2004).

A atual complexidade que a ação empreendedora possui fez com que se tornasse difícil entender a divisão entre empreendedores e executivos corporativos, sendo que há pouco tempo atrás a distinção entre ambos era mais clara (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Para compreender o empreendedorismo corporativo deve-se partir do pressuposto que sua ação visa estimular e aproveitar os indivíduos em uma organização que, por algum motivo seja Ela real ou não, acham que alguma atitude deve ser tomada para se fazer algo de modo novo e melhor do que até então se estava fazendo (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

Ao fazer um compêndio de características de diversos autores, um empreendedor para poder ser definido como corporativo deve ser: energético; dominante; mais estimulante; socialmente habilidoso; interessado; mais responsável; autônomo; autoconfiante; baixo associativismo; mais participativo; mais amparador; mais tolerância (SEXTON & BOWMAN, 1984, *apud.* BAGGIO; BAGGIO, 2014); menor necessidade de apoio social; maior necessidade de independência (HORNADAY & ABOUD, 1971, *apud.* BAGGIO; BAGGIO, 2014); sentimento de urgência; baixa necessidade de status; conscientização e atenção abrangente; objetivo (HORNADAY & ABOUD, 1971, *apud.* BAGGIO; BAGGIO, 2014); ambicioso; robusto, do ponto de vista física, mental e moral; vitalidade controlada; corajoso; otimista; inteligente; articulado e íntegro (MILLER, 1963, *apud.* BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Segundo Brito (2002) no Brasil o intraempreendedorismo (ou também empreendedorismo interno, utilizados por diversos autores como homônimas de empreendedorismo corporativo) está apenas começando a criar raízes na cultura empresarial, possuindo particularidades que estão se desenvolvendo aos poucos.

Autores como Drucker (1985) dedicou-se ao estudo do empreendedorismo corporativo buscando entender esse fenômeno por diferentes caminhos.

Dornelas (2003) afirma que um desses possíveis caminhos é entender a relevância desse tipo de empreendimento com vistas à gestão estratégica da empresa, ou procurar entender qual é o comportamento dos empreendedores corporativos, quais são os possíveis meios de incentivo, de apoio e estímulo para o empreendedorismo corporativo.



Dornelas (2003) ao fazer suas contribuições sobre o tema disse que o empreendedorismo corporativo deve ser entendido como o resultado das ações dos colaboradores que produzem inovações em serviços, produtos, processos e também a criação de negócios que sirvam para melhorias ou renovação da atividade principal da empresa ou até mesmo negócios complementares.

4. Comparação entre empreendedorismo social e corporativo

Visando entender melhor as disparidades entre os tipos de empreendedorismo que o presente trabalho se propôs a analisar, o presente capítulo fará uma análise sobre o que pode ser compreendido como as principais diferenças entre o que é o empreendimento social e o empreendimento corporativo.

Na Tabela 1 apresenta-se as principais diferenças entre empreendedorismo corporativo e social.

Tabela (1): Principais diferenças entre empreendedorismo corporativo e social.

Empreendedorismo Corporativo	Empreendedorismo Social
Individualista	Coletivo
Produz bens e serviços (gera lucro)	Produz bens e serviços à comunidade (sem objetivo de lucro)
Foco no mercado	Foco em encontrar soluções para problemas sociais
Desempenho relacionado ao lucro	Desempenho relacionado ao impacto social
Visa satisfazer necessidades de clientes e atender suas demandas	Visa ajudar pessoas em posição de risco

FONTE: Melo Neto e Froes (2002, p.11).

Observando a Tabela 1 pode-se perceber que a maior diferença entre os dois tipos de empreendedorismo são suas finalidades, dado que, como foi apresentado, o empreendedorismo social procura solucionar problemas da sociedade, tendo como foco principal ajudar as pessoas. Desse modo os bens e serviços produzidos não são feitos em função do lucro do empresário, mas para benefício do coletivo. Já o empreendedorismo corporativo tem como sua principal razão de existir e continuar existindo a geração de lucros.

O empreendedorismo corporativo analisa o risco que a iniciativa pode acarretar para os lucros da empresa, enquanto que a preocupação do empreendedorismo social é a inovação para solucionar problemas da sociedade.

A empresa que apoia o empreendedorismo corporativo necessita estruturar e aplicar políticas de recompensas, o que ajudará ela a conseguir resultados que



reflitam em um ambiente favorável para contínua melhoria interna da empresa, enquanto que no social se pensa em beneficiar a sociedade como um todo, sendo esse benefício isento da necessidade de compensação financeira para o empreendedor (MELO NETO, 2002).

Porém ambos, tanto o empreendedorismo social como o corporativo, estão abertos ao processo de inovação, analisam os riscos, modificam o ambiente de forma significativa quando entram em ação, buscam o aperfeiçoamento de todo o processo antes e depois de sua implementação.

5. Considerações finais

O trabalho buscou demonstrar o crescimento e complexidade que o empreendedorismo vem desenvolvendo no decorrer dos últimos anos. Com o progresso da globalização os avanços do mercado para o empreendedorismo social e corporativo destacam-se cada vez mais.

Pôde se ver que o empreendedorismo, de uma forma geral, pode ser comumente entendido como a ação de um agente, o empreendedor, que visa sempre à mudança do cenário que o cerca. É uma ação que carrega a mudança, a inovação, a melhoria, a mudança de paradigmas, a construção de novas realidades. Nesse processo de mudança, o próprio empreendedorismo apresentou algumas ramificações de atuação bem específicas como o empreendedorismo corporativo e o social.

No empreendedorismo social pode-se verificar que a ação empreendedora é voltada para a solução das mazelas que a sociedade enfrenta. Desse modo, todas as mudanças, as inovações elaboradas, são em prol do benefício social, não almejando o lucro.

Já no empreendimento corporativo a busca das melhorias se dá através da gestão interna da empresa para estímulo a ações empreendedoras, por isso também é conhecido como intraempreendedorismo. O objetivo dessa ação é a criação de produtos e serviços com vistas ao mercado, satisfazendo o cliente atendido e dessa forma visando o lucro.

O que se pode inferir sobre ambos é que mesmo possuindo objetivos diferentes, o empreendedorismo vem se tornando cada vez mais uma ótima opção



para melhorar a sociedade, não apenas no âmbito empresarial, mas também no social e no econômico.

REFERÊNCIAS

ANGELO, E. B. **O empreendedorismo**. In: BRITTO, F; WEVER, L. *Empreendedores Brasileiros, Vivendo e Aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campus (2003).

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 10520: Informação e Documentação - Citações em Documentos - Apresentação*. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR 6023: Informação e Documentação - Referências - Elaboração*. Rio de Janeiro: ABNT, 2002b.

BAGGIO, A.F; BAGGIO, D.K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Disponível em <<https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>>. Acesso em: 02 jul, 2015.

BOIKO, T. J. P. **Gestão de Projetos – Slides de Aulas**. Disciplina de Projeto do Produto, Curso de Engenharia de Produção Agroindustrial, Campus de Campo Mourão, Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR), Campo Mourão/PR, 2015..

BRITO, F; WEVER, F. **Empreendedores Brasileiros**. São Paulo: Negócio Editora, 2002.

CARELI, S.LO; ALMEIDA, D. M; Carvalho, C.N; de, et al. **O Empreendedorismo Corporativo como Estratégia Competitiva numa Organização**. SEGeT – Simpósio de excelência em gestão de tecnologia. Out. 2013.

CHIAVENATO, Idalberto, **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor – 4. Ed**– Barueri, SP: Manole, 2012

CRUZ, Carlos Fernando. **Os motivos que dificultam a ação empreendedora conforme o ciclo de vida das organizações. Um estudo de caso: pramp's lanchonete**. 2005. 125 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Cap. 2. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102208/225135.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 25 jun. 2016.

DOLABELA, Fernando – **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.

DORNELAS, Jose Carlos Assis, **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios** 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**. São Paulo: Elsevier, 2003.

DRUCKER, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: HarperBusiness.

FROES, César; MELO NETO, Francisco Paulo de. **Empreendedorismo Social: A Transição Para A Sociedade Sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A..**Empreendedorismo**. 9. ed. Nova York: Amgh Editora Ltda., 2014. 456 p. Janeiro: Campus, 2003.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. 10. ed. São Paulo: Prentice



Hall, 2000.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. **Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

NEGRÃO, P. H. B. ; GENTILIN, G. A. ; FERREIRA, J. ; SILVA, D. de J. M. da ; CASTRO, T. R. de . **Apoio ao empreendedorismo no Brasil**. In: IX EEPA - Encontro de Engenharia de Produção Agroindustrial, 2015, Campo Mourão-PR. Desenvolvimento Sustentável, 2015.

OLIVEIRA, E.M., Empreendedorismo social no Brasil: fundamentos e estratégias,
PEREIRA, Jose Cláudio. Considerações Sobre o Perfil Empreendedor e a Interação Existente no Ambiente de Negócios do Pólo Tecnológico de Santa Rita do Sapucaí – MG o “Vale da Eletrônica”, 2001. Dissertação (Mestrado em). Universidade Cidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

PEREIRA, Jose Cláudio. **Considerações Sobre o Perfil Empreendedor e a Interação Existente no Ambiente de Negócios do Pólo Tecnológico de Santa Rita do Sapucaí – MG o “Vale da Eletrônica”**, 2001. Dissertação (Mestrado em). Universidade Cidade de São Paulo. São Paulo, 2001.

PINCHOT, Gifford. **Innovation Through Intrapreneuring**. Research Management, March-April 2014,

PIRES, S.R.I. **Integração do planejamento e controle da produção a uma estratégia de manufatura**. 223 f. Tese (Doutorado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 1994.

SANTOS, F. C. A. **Integration of human resource management and competitive priorities of manufacturing strategy**. *International Journal of Operations & Production Management*, n.5, p.612-628, 2008.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de pesquisa em Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.