



Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Edi Carlos de Oliveira, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil ¹

RESUMO

Este estudo se concentra em apresentar o empreendedorismo enquanto campo de análise ainda em construção, partindo da perspectiva da natureza, evolução e conceitos. Por se tratar de um ensaio teórico, permeado pela revisão bibliográfica de autores que melhor representam o escopo desta área, apresenta-se a natureza e evolução do empreendedorismo, bem como as definições do conceito que se mostram como as mais aceitáveis neste campo de estudo emergente. Outro enfoque abordado diz respeito aos dilemas enfrentados pelo empreendedorismo, pois ao evidenciar que suas fronteiras ainda não estão consolidadas, a evidência e delimitação do campo de estudo se mostram como algo relevante que orienta acadêmicos, profissionais e pesquisadores em relação ao espaço disponível tanto para pesquisas quanto para atuação profissional, de forma que ao se investigar o empreendedorismo como um processo ou como campo de análise, abrem-se as possibilidades de consolidação do seu desígnio epistemológico e evolucionário, contribuindo para com a validação do conhecimento já disponível e dos conhecimentos que ainda estão por emergir. Neste sentido, o presente artigo tem por objetivo descrever a natureza e o desenvolvimento do empreendedorismo, bem como ampliar as discussões acerca dos dilemas enfrentados na delimitação de seu campo de pesquisa.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Natureza, evolução e conceitos; Delimitação e campo de análise.

1. INTRODUÇÃO

Como em toda área do conhecimento, não são as perguntas que se destacam no cerne das pesquisas, são as respostas! Assim, pesquisadores buscam respostas para demonstrar uma abordagem conceitual de empreendedorismo, levantando discussões

¹ Doutorando em Administração pela UEM – Universidade Estadual de Maringá; Mestre em Administração pela mesma Instituição; Graduado em Administração pela FAFIPA; Professor do curso de Administração da UNESPAR – Universidade Estadual do Paraná, Campus de Paranavaí.

e-mail: edicarlosdeoliveira@hotmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6316-6142>

Oliveira, E.C.; 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, Maio/Agosto. 2022. Artigo recebido em 25/07/2022. Última versão recebida em 02/08/2022. Aprovado em 25/08/2022.

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

inerentes à definição do campo como processo ou como atividade. Neste sentido, Baron e Shane (2007) ressaltam que ao tratar o empreendedorismo como um processo, tem-se que avaliar os diversos fatores que o afetam, como: relacionados ao indivíduo, relacionados às relações pessoais e relacionados ao meio. Por outro lado, Shane e Venkataraman (2000) apresentam – de forma mais cognitiva – as relações do empreendedorismo com outras áreas, sendo que neste viés evidenciam o empreendedorismo como atividade, destacando o entendimento de como as oportunidades surgem, como são descobertas ou como são criadas. Sob este enfoque, este processo se desenvolve mediante a atuação de indivíduos e de meios ajustados à exploração e ao desenvolvimento de ações no que tange a oportunidades específicas (Shane & Venkataraman, 2000).

Neste sentido, tratar de estudos que envolvem o empreendedorismo é estabelecer relações ou pressupostos de que existem condições favoráveis a inovações, à elaboração de planos para melhoria e desenvolvimento, todavia não são todas as regiões e todos os indivíduos que estão preparados para estas evoluções (Shane & Venkataraman, 2000). Deste modo, para que o empreendedorismo tenha campo para evolução é necessário que o indivíduo utilize dos meios diversos para explorar e/ou desenvolver “coisas novas”.

A abordagem conceitual, bem como a epistemologia e significado serão melhor explanados nas discussões aqui apresentadas, todavia, é fato que o campo de estudo e as fronteiras do empreendedorismo ainda estão em construção. Em termos de apresentação desta temática, nota-se na visão de Cole (1942 *apud* Julien, 2010, p. 15), que o empreendedorismo pode ser visto como uma atividade que possibilita a criação, manutenção e crescimento de uma empresa. Com isso, ao criar ou alterar uma atividade, o empreendedor precisa se preocupar não apenas com o resultado, mas também com os benefícios/malefícios que esta atividade causará para a população da região a qual o empreendimento está instalado.

Neste âmbito de discussões, o artigo apresenta a natureza e evolução do empreendedorismo, evidenciando desde a sua gênese as contribuições existentes e relevantes para a consolidação deste campo de pesquisa. Posteriormente, apresentam-se alguns conceitos, no intuito de evidenciar o conhecimento existente sobre a temática em questão, levando à percepção dos dilemas e delimitações do campo de estudo, que

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

estabelecem as fronteiras de investigação do empreendedorismo enquanto atividade e possibilidade de investigação científica para ampliação de seu escopo de análise.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Para sustentar teoricamente as discussões deste ensaio teórico, são abordadas – nesta seção – as seguintes teorias: empreendedorismo, com foco na abordagem de sua natureza e evolução; abordagem conceitual do empreendedorismo; e, os dilemas relacionados à delimitação do campo de estudo.

2.1. EMPREENDEDORISMO: ABORDAGEM DE SUA NATUREZA E EVOLUÇÃO

Ao iniciar as reflexões acerca da natureza e evolução do empreendedorismo por meio de um retrospecto histórico, evidencia-se que o entendimento de sua natureza faz com que se tenha uma melhor percepção da origem do termo e da trajetória evolucionária deste foco de pesquisa. Como descrevem Landström e Lohrke (2010, p. 8), “a compreensão da configuração histórica e do contexto institucional são necessários para desenhar generalizações sensatas sobre o comportamento do empreendedor”. Com isso, esses autores salientam que a tradição analítica de contextualizar o comportamento e a cognição no tempo e espaço moldou o desenvolvimento das concepções de empreendedorismo que são utilizadas atualmente.

Logo, revisitar alguns aspectos históricos mostra-se relevante para toda e qualquer investigação científica, pois contribui para que os pesquisadores se utilizem das abordagens generalizadas para evitar a “reinvenção da roda” e para demonstrar a trajetória existente, no sentido de que ações e resultados encontrados a posteriori possam ser comparados e analisados de forma a contextualizar o campo de estudo; neste caso, especificamente, o campo de estudo do empreendedorismo.

Ao situar uma abordagem epistemológica, mostra-se relevante buscar a gênese e o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo. Assim, como descrevem Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 27) a “... primeira definição do empreendedor como ‘intermediário’ é [credenciada a] Marco Polo, que tentou estabelecer rotas comerciais para o extremo oriente”.

Marco Polo era o intermediário na assinatura de contratos para a venda de mercadorias, resultando na conotação de que o empreendedor – ou capitalista de risco – é aquele que assume riscos de forma ativa, física e emocional. Com o passar do tempo (já na Idade Média), o termo “empreendedor” passou a representar o indivíduo que gerenciava volumosos projetos de produção, pois o empreendedor deixava de assumir riscos ao receber incentivos (como financiamentos) da esfera governamental (Hisrich, Peters & Shepherd, 2009).

No século XVII, volta-se a concepção dos riscos atrelados às atividades empreendedoras e o empreendedor passa a ser visto como o indivíduo que desenvolve produtos e serviços estipulados pelo governo por meio do estabelecimento de contratos entre as partes (Hisrich, Peters & Shepherd, 2009). Os autores destacam que John Law foi um empreendedor deste período que conseguiu permissão para instituir um banco real, que resultou em uma franquia exclusiva de empresa comercial – a *Mississippi Company*. Os preços eram prefixados, sendo que o resultado financeiro (lucro ou prejuízo) era somente do empreendedor.

Com o desenvolvimento rotineiro de suas atividades, Law monopolizou o comércio francês, o que levou sua empresa ao colapso. Observando este cenário, Richard Cantillon (considerado por algumas linhas teóricas como o criador do termo) – um notável economista – compreendeu o erro de John Law e, por meio deste episódio, concebeu uma das primeiras definições teóricas sobre o empreendedorismo, pois constatou que o empreendedor é o indivíduo que corre riscos, em oposição à definição de capitalista, como aquele que fornece o capital (Hisrich, Peters & Shepherd, 2009).

Landström e Lohrke (2010) destacam que Cantillon delineou os princípios da economia de mercado precoce com base em direitos de propriedades pessoais e interdependência econômica, reconhecendo três classes de agentes econômicos: proprietários de terras, empresários e assalariados.

Costa, Barros e Carvalho (2011) destacam que Jean Baptiste Say foi um outro economista que destacou uma posição especial para o empreendedor, de forma que para ele, “o empreendedor é o empresário que se posiciona no centro do processo econômico de forma a equilibrá-lo, assumindo o papel de intermediário entre as classes de produtores, e entre os produtores e os consumidores” (Costa, Barros & Carvalho, 2011, p. 185).

Percebendo a oposição de definição em relação à Cantillon, os autores Landström e Lohrke (2010) evidenciam que Jean Baptiste Say definiu uma outra concepção do empreendedorismo, enfatizando o papel de coordenação da produção e distribuição, ou seja, Jean Baptiste Say foi o primeiro a tratar sobre a combinação dos fatores de produção. Nesta perspectiva, percebe-se que Say apresenta “quem é o empreendedor”, pois ao passo em que delimita o foco de atuação, define as características intrínsecas deste indivíduo, que é extremamente relevante por ser dotada de habilidades e competências inatas que configuram seu ímpeto empreendedor.

Em um período não tão longínquo – no século XVIII – o capitalista e o empreendedor foram diferenciados, hipoteticamente pelo início da industrialização que se despontava em todo o mundo, conforme descrevem Hisrich, Peters e Shepherd (2009). Deste período, destacam-se os construtos de Eli Whitney e de Thomas Edison, que conforme descrevem Hisrich, Peters e Shepherd (2009) estes desenvolveram grandes invenções, porém não tinham condições financeiras de abarcarem no projeto de desenvolvimento industrial. Por essa razão, passaram a ser vistos como usuários de capital (empreendedores) e não como fornecedores (investidores de risco). Daí resultou a distinção entre empreendedores e capitalistas de risco (*business angel*).

No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores, sendo que esta percepção se fundamenta somente pela visão econômica. Porém, vale destacar que embora as características empreendedoras sejam inatas, elas também podem ser desenvolvidas, de modo que o “novo empreendedor” deve manifestar suas habilidades e competências como um bom “administrador” (Hisrich, Peters & Shepherd, 2009).

E, embora esta confusão ainda seja percebida na contemporaneidade, é notório o fato de que o empreendedor se destaca por ser visionário e por ter competências e habilidades que o distingam do profissional da Administração. Hisrich, Peters e Shepherd (2009) evidenciam que Andrew Carnegie foi um dos melhores exemplos desta distinção, pois este não inventou nada e conseguiu desenvolver uma nova tecnologia para a busca de vitalidade econômica na indústria americana do aço, o que resultou – em meados do século XX – na definição de empreendedor como inovador, no desenvolvimento de algo único.

Landström e Lohrke (2010) salientam o empreendedorismo como campo de pesquisa surgiu nos anos 70 e 80, em paralelo e reforçado por uma série de fatores externos, como aspectos políticos e governamentais, o que justifica o desenvolvimento desenfreado de pesquisas sobre o tema. Neste sentido, os autores frisam que o campo de pesquisa tem crescido bastante, tanto em número de pesquisadores, quanto em relação aos artigos publicados, às conferências e revistas voltadas para sua base epistemológica, evolucionária, conceitual e repleta de dilemas.

Assim, por se tratar de um campo de estudo em construção, Landström e Lohrke (2010) justificam que o olhar *ex-post-facto* não contribui para o avanço das discussões, pois não faz sentido aprender com o passado, mas criar história a partir de aspectos atuais, porém um olhar no sentido de se compreender as contribuições passadas ajuda a impedir a “reinvenção da roda” todas as vezes que algum pesquisador iniciar uma nova pesquisa sobre o tema.

Por se tratar de uma área multi e interdisciplinar, Landström e Lohrke (2010) ressaltam que é extremamente comum a apropriação de conceitos e teorias de outros campos de estudo e pesquisa. Com isso, o interesse das pesquisas atuais fará com que o futuro do empreendedorismo evidencie conhecimentos que contribuam com a delimitação das fronteiras de seu campo, garantindo maiores espaços no que diz respeito à compreensão, conceituação, delimitação e evidências de seus suas melindras e de seus dilemas.

Kuratko (2005) volta-se às discussões sobre a revolução empresarial para descrever a natureza do empreendedorismo, justificando que esta impactou consistentemente o mundo dos negócios e fomentou o surgimento do empreendedorismo como a mais potente força econômica que o mundo já experimentou. Assim, a mentalidade empreendedora foi consolidada com o passar dos tempos e, principalmente, como descrevem Landström e Lohrke (2010), por meio de três eras: econômica, estudos gerenciais e Ciências Sociais, o que possibilitou a evolução como uma área de investigação específica em seu próprio direito.

A era econômica, conforme descrevem Landström e Lohrke (2010), recebeu a contribuição de Frank Knight (1885–1972), com a questão do risco e incerteza; de Joseph Schumpeter (1883–1950), com o reconhecimento da inovação como papel endógeno no crescimento econômico, de forma que para este autor, o empreendedor promove a

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

destruição criativa das coisas; e Israel Mises Kirzner (1930 – ...), com o “alerta” do empreendedor, ou seja, salientou a essencialidade de identificar e lidar com oportunidades que proporcionem lucro e fomentem o equilíbrio do mercado.

A partir da era de estudos gerenciais, o empreendedorismo ganhou uma posição no currículo das escolas de negócios norte-americanas e entre os pesquisadores dos estudos de gestão, em função de grandes mudanças políticas e econômicas na sociedade (Landström & Lohrke, 2010). Com isso, a dinâmica do empreendedorismo e da indústria se tornou um tema dominante na sociedade e as pesquisas se tornaram extremamente diversificadas ao receber contribuições de historiadores econômicos, psicólogos, sociólogos e antropólogos sociais.

No que tange à era de Ciências Sociais, Landström e Lohrke (2010) ilustram que, apoiados na história econômica e social, alguns cientistas sociais começaram a ter interesse no empreendedorismo enquanto campo de análise. Assim, com o passar do tempo, estudiosos da psicologia entraram nas investigações com interesse em pesquisar os traços de personalidade do empreendedor como um indivíduo social.

Dentre os economistas, destaca-se Max Weber (1864–1920), que comparando o empreendedor ao burocrata, enfatizou o papel do primeiro no processo de mudança econômica. Dentre os sociólogos, destacam-se Georg Simmel (1858–1918), que se preocupou com as interações/associações interpessoais, tornando-se um precursor da análise de redes; e, Werner Sombart (1863–1941), que cunhou o conceito de destruição criativa, atributo que posteriormente se tornou um elemento-chave na teoria de inovação de Joseph Schumpeter (1883–1950), conforme apresentado por Landström e Lohrke (2010). A cronologia das eras do pensamento empreendedor pode ser constatada na figura 1, a seguir.

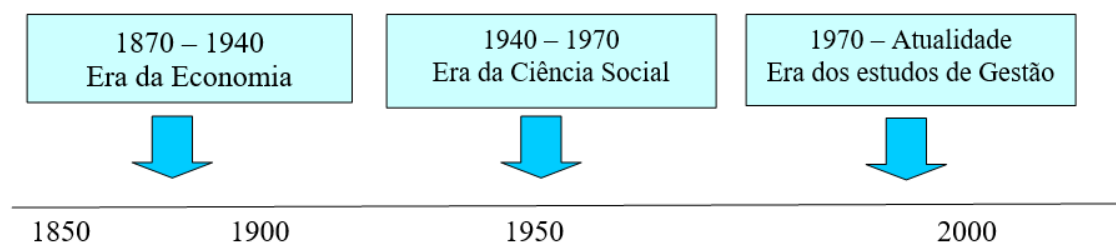


Figura 1: Três eras do pensamento empreendedor
Fonte: Landström e Lohrke (2010, p. 20)

Verifica-se, na figura 1, que existe uma estreita relação dos estudos realizados sobre o empreendedorismo, economia e sociologia. Isto se deve pela ligação do campo de REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº2, p. 195-221, Maio./Agosto.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 201

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

estudo do empreendedorismo com a evolução dos estudos sobre a sociedade, que evoluiu juntamente com a história do empreendedorismo. Esta percepção demonstra que a inovação e a criatividade fazem diferença no mercado e trazem inovações no processo de troca de bens e serviços, de forma que estas características fazem parte do processo do empreendedorismo e das características existentes na ação empreendedora.

Landström e Lohrke (2010, p. 2), apoiados em Witzel (2009), delineiam o estudo do empreendedorismo de três maneiras:

a) A pesquisa em empreendedorismo tem uma longa história e o fenômeno atraiu – por um longo período – estudiosos de diferentes áreas, indicando a existência de conhecimentos de qualidade e a possibilidade de espaço para o desenvolvimento de futuras pesquisas; b) A pesquisa em empreendedorismo tem sido cada vez mais dirigida por teoria, e pelo fato do campo ser altamente multidisciplinar, a tendência é tomar conceitos e teorias emprestadas de disciplinas de correntes principais, tais como economia, psicologia e sociologia, adaptando-as ao estudo do empreendedorismo. Porém, ao emprestar os conceitos e teorias de outros campos, é de vital importância para os pesquisadores em empreendedorismo entender as hipóteses sobre as quais essas teorias estão baseadas e as raízes intelectuais que essas teorias desenvolveram; c) Estudiosos do empreendedorismo têm muito a ganhar de uma colaboração mais próxima a historiadores da economia, pois o conhecimento em história da economia pode contribuir significativamente para o entendimento do empreendedorismo. Assim, a consciência do cenário histórico e do contexto institucional é necessária para que os pesquisadores esbocem sensatas generalizações sobre o campo de estudo em questão.

Witzel (2009 *apud* Landström & Lohrke, 2010) coloca que “a história nos ensina a desafiar o presente” e ainda que muitos dos estudos que valem para uma determinada região ou tempo não necessariamente poderão ser aplicados em outra região e tempo, avaliando que o estudo do empreendedorismo tem relação com outras ciências como a economia, a sociologia e a antropologia. Deste modo, percebe-se que é importante avaliar o contexto e o momento para estudar as oportunidades e ideais que são visualizados pelos empreendedores (Shane & Venkataraman, 2000).

2.2. ABORDAGEM CONCEITUAL DO EMPREENDEDORISMO

Baron e Shane (2007, p. 6) frisam que “definições são sempre traiçoeiras, e para uma área nova como o empreendedorismo, a tarefa é ainda mais complexa”. O empreendedorismo ainda carece de definições mais abrangentes, pois ainda “não surgiu uma definição concisa e universalmente aceita”, como salientam Hisrich, Peters e Shepherd (2009, p. 27). E ainda, que

[...] muitos aspectos da teoria não representem um consenso, é possível visualizar determinadas fronteiras que estabelecem o campo para estudos, tal como a busca de uma compreensão sobre o processo de criação e crescimento de negócios, abrangendo não apenas o surgimento, a identificação de oportunidades e o papel do empreendedor [...], mas também o ambiente e os agentes nele presentes (Machado, 2008, p.10).

Neste sentido, destaca-se que o termo empreendedorismo é uma expressão derivada da palavra francesa – *entrepreneur* – que surgiu por volta dos séculos XVII e XVIII, tendo como objetivo inicial o de estimular o progresso econômico através das formas de agir e de pensar de pessoas. Assim, a expressão “empreendedorismo” foi traduzida da palavra francesa – *entrepreneurship* – que por sua vez, originou-se da palavra latina *imprehendere*, que ao surgir na língua portuguesa, no século XV, recebeu a conotação de empreender (Dornelas, 2017).

Na perspectiva de Baron e Shane (2007, p. 6) cabe o destaque de que

“o empreendedorismo [...] busca entender como surgem as oportunidades para criar algo novo [...]; como são descobertas ou criadas por indivíduos específicos que, a seguir usam meios diversos para explorar ou desenvolver essas coisas novas [...]”.

Isso implica a compreensão da manifestação das oportunidades, bem como dos resultados do processo que levam à criação de algo novo: um novo produto, um novo serviço, um novo mercado, novas formas de produção, novas formas de organização da tecnologia, novas formas de utilização de insumos/produtos existentes, de forma que se consiga extrair benefícios neste processo (Baron & Shane, 2007).

Diante dessas possibilidades, destaca-se que uma das definições mais aceitas sobre empreendedorismo é a de Joseph Schumpeter, que apoiado na definição de Jean Baptiste Say, estabelece novas combinações e novos usos de recursos, resultando na percepção de que o empreendedor é o indivíduo que pode fomentar o desenvolvimento econômico, pois “o empreendedor realoca recursos de uma área de menor produtividade para outra de maiores ganhos em eficiência produtiva” (Schumpeter, 1934 *apud* Drucker, 1987, p. 27).

Dessa forma, partindo-se da análise Schumpeteriana, percebe-se que o empreendedor destrói a ordem econômica existente ao introduzir novos produtos e serviços, seja pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais, transformando ideias em oportunidades.

Landström e Lohrke (2010) complementam que o empreendedorismo investiga como e porque alguns indivíduos identificam oportunidades, avaliam-na como viáveis e

decidem por explorá-las ou não. Por outro lado, Hisrich, Peters e Shepherd (2009) destacam que os estudos relacionados ao empreendedorismo são de extrema relevância tanto para auxiliar os empreendedores a compreender melhor seu campo de atuação e suas necessidades, quanto para contribuir com o desenvolvimento econômico dos novos empreendimentos, pois “o empreendedorismo atua como uma força positiva no crescimento econômico ao servir como ponte entre a inovação e o mercado [...] elo tão importante para o desenvolvimento econômico do país” (Hisrich, Peters & Shepherd, 2009, p. 43).

Shane (2012) faz uma crítica ao seu próprio constructo teórico publicado no ano 2000 (*The promise of entrepreneurship as a field of research*), destacando que a falta de uma definição mais clara sobre empreendedorismo de certa forma contribuiu com o atraso no desenvolvimento do campo, pois ao definir o empreendedorismo como identificação, avaliação e exploração de oportunidades, diversos autores se permearam única e exclusivamente nesta definição para alicerçar os estudos e pesquisas inerentes ao tema.

Assim, Shane (2012) corrobora a percepção de Aldrich e Cliff (2003), que evidenciaram que a definição do empreendedorismo divulgada no ano 2000 se tornou um consenso, um aporte seminal de definição do conceito, porém não são todos os autores que concordam com esta afirmação, o que impossibilita o estabelecimento de um consenso em relação à definição do conceito, de forma generalizada.

Neste sentido, Shane (2012) realça que a definição mais amplamente apoiada é que o empreendedorismo é o estudo da formação da empresa, sendo que os autores que propuseram esta definição (Reynolds & Curtin, 2007 *apud* Shane, 2012) apresentam os seguintes argumentos: a noção de criação de empresas é mais convincente com a percepção popular de empreendedorismo; a formação de novas empresas é mais facilmente mensurável; e a definição utilizada por Shane e Venkataraman (2000) é tão ampla que dá sentido à incorporação de todos os atores e de todas as atividades do mercado. Sob esta perspectiva, esses críticos apresentam, de fato, alguns pontos válidos, porém não suficientes para descartar a definição apresentada.

Dew *et al* (2008) destacam que uma forma potencialmente proveitosa de pensar sobre o empreendedorismo é a citada por Venkataraman (1997), de que está preocupado com a compreensão de como os bens e serviços – na ausência de mercados de bens e serviços futuros – conseguem vir à existência. Neste sentido, Dew *et al* (2008) apresentam

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

a economia de mercado de Schumpeter (1934) como a introdução do resultado de concentração de novas variações, incluindo novos produtos e serviços, novas tecnologias, novas instituições, novas necessidades dos clientes, novas formas de fornecimento e novas formas de organização.

Para Harmeling (2011) empreendedorismo é um processo onde os bens e serviços futuros tornam-se reais. Esta definição abrange tanto as empresas que se encontram em fase inicial quanto as empresas que estão consolidadas e buscam explorar oportunidades empresariais. Corroborando com o posicionamento de Venkataraman (1997), Harmeling (2011) inclui a análise de como, por quem e com que efeitos as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertas, avaliadas e exploradas.

Por conseguinte, apoiado no estudo em parceria com Hodgestts (2004), Kuratko (2005) define o empreendedorismo como um processo dinâmico de visão, mudança e criação, que exige implementação e soluções criativas de novas ideias. Embora na definição não apareça de forma explícita o risco; a equidade; a carreira ou a capacidade de formação de uma equipe eficaz; a habilidade criativa e de construção de um plano de negócios; a visão no reconhecimento da oportunidade; a construção e a confusão, o autor não destaca estes atributos.

Com base nas definições conceituais apresentadas, pode-se dizer que o empreendedorismo é um processo que interage e é afetado por diversos fatores, que podem ser individuais – com o núcleo de relacionamentos que o indivíduo possui – e também com a sociedade – fazendo parte de uma região que terá forte influência nas decisões tomadas por este indivíduo – sendo que esta influência pode ser cultural, filosófica, econômica social, etc. Segundo Longenecker *et al.* (2007) o empreendedor trabalha uma ideia e agrega valor aos produtos e serviços e faz com que os clientes abram mão do dinheiro em troca destes produtos.

Dado a estas influências, o empreendedorismo cria, forma e se transforma em um processo modificador de situações que possibilita o desenvolvimento e a criação de novas formas de administrar ideias e obter resultados satisfatórios para todos os envolvidos no processo. Diante do exposto, cabe a percepção de Longenecker *et al.* (2007, p. 7) de que “os empreendedores assumem riscos e estimulam mudanças, inovação e progresso do setor econômico – ao contrário dos empregados assalariados, que recebem remuneração específica e não assumem os riscos do empreendedorismo”.

2.3. DILEMAS: A DELIMITAÇÃO DO CAMPO DE ESTUDO

As diferenças entre empreendedores e seus empreendimentos são tão grandes como a variação entre os empreendedores e não empreendedores e entre as novas empresas e empresas estabelecidas. Neste sentido, Gartner (1985) – o primeiro a trazer a natureza epistemológica do empreendedorismo – descreve que a criação de um novo empreendimento integra quatro grandes perspectivas para o empreendedorismo: características do indivíduo que inicia o empreendimento; a organização que ele cria; o ambiente em torno do novo empreendimento; e o processo pelo qual o novo empreendimento é iniciado, conforme descreve a figura 2.

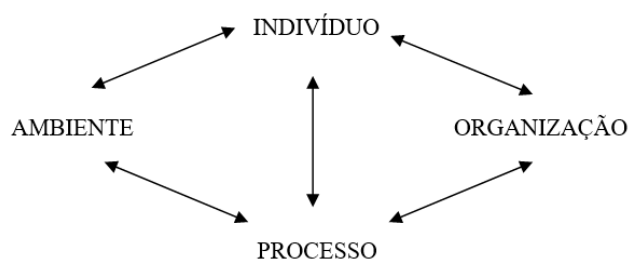


Figura 2: Estrutura da criação de um novo empreendimento
Fonte: Gartner (1985, p. 698).

Com base na figura 2, percebe-se que o ambiente onde o empreendedorismo opera é demasiadamente complexo e que o empreendedor é apenas uma dimensão desta estrutura que é fomentada por oportunidades. Ademais, observa-se que nas relações do indivíduo estão inseridas a necessidade de desenvolver algo novo, a satisfação pessoal, a experiência no fato ou na ideia e os estudos realizados, de forma que ele se inter-relacione com o ambiente avaliando o capital a ser investido, as ações governamentais em relação ao novo empreendimento, a população envolvida – que emerge a necessidade do conhecimento da economia, da sociologia da antropologia, e de outras ciências que darão suporte para a tomada de decisão quanto ao empreendimento, ao processo e à forma como será desenvolvido, evidenciando as fases de início, desenvolvimento, maturação e crescimento.

Desta forma, é oportuno desenvolver uma análise sobre os motivos que levam o empreendedor a desenvolver uma ideia ou propor a criação ou alteração de algo; assim, conhecer e pesquisar este momento possibilita angariar condições de ampliar este universo e prever os resultados que foram ou ainda serão alcançados. Destarte, neste processo de construção do conhecimento sobre o empreendedorismo, entender as relações

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

existentes entre as quatro dimensões apresentadas por Gartner (1985) faz com que o empreendedor compreenda a estrutura de criação de um novo empreendimento.

Quando se estuda empreendedorismo não tem como deixar de lado algumas indagações que são específicas dos pesquisadores, em constante busca por respostas a suas interrogações. De acordo com Baron e Shane (2007) a cognição existente entre as disciplinas de economia, ciências do comportamento e sociologia podem ajudar a fornecer respostas às perguntas básicas abordadas pelo campo do empreendedorismo, como: “por que algumas pessoas reconhecem as oportunidades e outras não?”, “por que alguns empreendedores são muito mais bem-sucedidos do que outros?”, e “por que alguns meios para desenvolver as oportunidades são mais eficazes do que outros?”.

Amparados por Baron e Shane (2007), pode-se dizer que ao realizar uma combinação de fatores, percebe-se que o empreendedor faz parte de um meio econômico, político e social, que interage com ele na medida em que a relação de troca de produtos e serviços permite a ele criar novos produtos e serviços e também novos métodos de operacionalização em um ambiente em constante evolução.

Neste sentido, evidencia-se que a constante necessidade de mudança, inovação e a realização conseguida por alguns indivíduos e não por outros é inerente ao acesso a informações cruciais para o reconhecimento de oportunidades ou para a formulação de novas ideias, de forma que são mais capazes de utilizá-las combinando ou interpretando essas informações de maneira que revele as oportunidades que outras pessoas negligenciaram.

Segundo Baron e Shane (2007), o fato do indivíduo possuir informações tidas como ricas faz dele o empreendedor – aquele que vislumbra uma oportunidade e desenvolve bons resultados através de atividades que o meio permite, não se esquecendo porém, de que nem todas as ideias podem ser aplicadas para todos os casos, pois como já mencionado anteriormente, o contexto pode ser outro e os resultados de uma aplicação podem obter outros resultados também.

No pensamento de Julien (2010, p. 27), “o fenômeno empreendedor é complexo demais para ser analisado do ponto de vista das regras econômicas”; deve-se, ao contrário, considerar todas os aspectos e análises nas diferentes abordagens do empreendedorismo, que são: a antropológica, psicológica ou behaviorista, sociológica, geográfica ou de economia regional e econômica.

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Com isso, demonstra através da pirâmide empreendedora, na figura 3, que o empreendedor não está sozinho, ele é um ator individual envolto em um contexto social e econômico, que permite ou impede a evolução de determinadas ações empreendedoras.

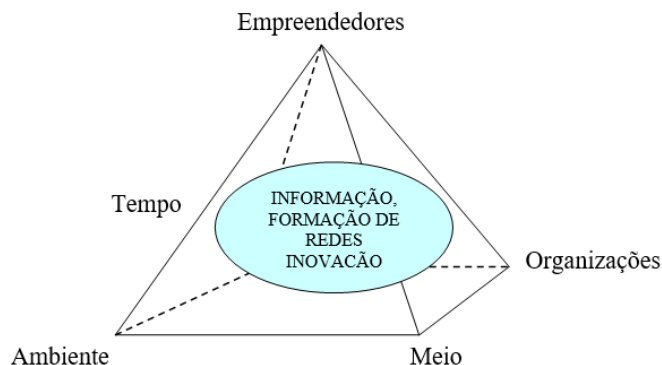


Figura 3: A pirâmide empreendedora

Fonte: Adaptado de Julien (2010, p. 27).

Observando-se a figura 3, pode-se dizer que as ações ou decisões do empreendedor terão impactos diretos e indiretos no ambiente em que a organização estiver instalada, devendo o empreendedor entender e avaliar o impacto que causará no ambiente interno e externo da organização, com suas criações, alterações, inovações, etc., abrindo espaço para a percepção de que as possibilidades de atuação no campo do empreendedorismo são ímpares.

Venkataraman *et al* (2012) frisam que alguns pesquisadores do empreendedorismo são descendentes intelectuais de Schumpeter, que se concentrou em descrever que as inovações estão atreladas à criação de novas combinações, destacando que as operações podem começar com os mesmos ingredientes e terminar com resultados diferentes. Sob este enfoque, os autores citam Venkataraman (1997), que destaca que o domínio distinto do empreendedorismo consiste no estudo de oportunidades de criação de valor, também justificando que abrem-se portas para o incremento teórico de pesquisas para fortalecer o campo de estudo do empreendedorismo.

Com isso, analisar o empreendedorismo como um campo de estudo ainda em construção é entender o que está envolvido neste processo, que visto sob aspectos endógenos não é apenas a lucratividade financeira, mas também econômica que deve ser levada em consideração, no intuito de se agregar melhorias e desenvolvimento para todos os *stakeholders*.

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Landström e Lohrke (2010) destacam que análises Shumpeterianas forçam as relações de modernização nas relações de trabalho e também no desenvolvimento das organizações, aproximando as relações do mercado com os resultados alcançados na transformação dos recursos (mão-de-obra, capital, máquinas e equipamentos) para o desenvolvimento de estratégias para melhorar a competitividade. Neste sentido, quando a percepção de sucesso da empresa está ligada ao lucro, alguns indivíduos se referem às pequenas e médias empresas como sendo algo sem importância, todavia dados demonstram que esta informação é falsa, conforme apontam Longenecker *et al.* (2007, p. 7):

O relatório do *Small Business Administration* (SBA), órgão dos Estados Unidos que dá apoio às pequenas empresas – similar ao Sebrae –, indica que as pequenas empresas: representam mais de 99,7% de todos os empregados; empregam mais da metade de todos os funcionários do setor privado; pagam 44,5% do total da folha de pagamento privada dos Estados Unidos; geram, anualmente, de 60% a 80% de todos os novos postos de trabalho; produzem 13 a 14 vezes mais patentes por empregado que as grandes empresas produtoras de patentes.

Este relatório possibilita o entendimento de que as pequenas ideias e oportunidades iniciam de formas modestas até que sejam percebidas com valor perante o mercado, justificando o fato de que pensar em empreendedorismo é tarefa das mais complexas, pois envolve uma linha de estudo que vai deste a antropologia até a economia, permeada por aspectos humanos e comportamentais.

Shane (2012) evidencia que a premissa de sua obra em parceria com Venkataraman publicada no ano 2000 era de que o campo carecia de um paradigma intelectual. Com isso, percebe-se que esta abordagem foi problemática por não incorporar um quadro teórico próprio para explicar e prever fenômenos intrinsecamente ligados ao empreendedorismo. Sob este aspecto, Landström e Lohrke (2010) destacam que as oportunidades em empreendedorismo surgem a partir de diferentes fontes, o que inclui os choques exógenos do meio ambiente ou da existência de informações assimétricas entre os indivíduos, fazendo com que o campo de estudo e de pesquisa desta área seja expansivamente ampliada.

Neste sentido, Borba, Hoeltgebaum e Silveira (2011) definem os campos e subcampos de estudo do Empreendedorismo por meio dos estudos de Vesper (1977) e Schreier e Komives (1973), conforme pode ser visualizado no quadro 1, a seguir:

CAMPOS DE ESTUDO DO EMPREENDEDORISMO	
Campos de estudo definidos por Vésper (1977)	Subcampos de estudo definidos por Schreier e Komives (1973)
- História do empreendedorismo	- Biografias - História
- Psicologia para empreendedores	- O empreendedor - Psicologia
- Sociologia do empreendedorismo	- O empreendedor feminino - Minorias e o empreendedorismo - Empreendedorismo em outras culturas - Sociologia
- Desenvolvimento econômico via empreendedorismo	- Minorias e o empreendedorismo - Desenvolvimento econômico (regiões) - Desenvolvimento econômico (geral)
- Educação do empreendedorismo	- Programas, escolas
- Metodologia de <i>Startup</i>	- Capital de risco - Financeiro
- Avanços da Administração de pequenos negócios	- Administração de pequenos negócios - Falência do empreendimento - Consultoria para pequenas empresas - Visão geral sobre pequenas empresas - Conceitos de Administração
- Empreendedorismo corporativo	- Conceitos de Administração
- Inovação	- Inovação; tecnologia e pesquisa; e, desenvolvimento - Conceitos de Administração

Quadro 1: Campos de estudo do Empreendedorismo

Fonte: Vésper (1977 *apud* Borba, Hoeltgebaum & Silveira, 2011, p. 175-176).

Conforme apresentado no quadro 1, os campos do empreendedorismo variam em abordagem, delimitação e amplitude de pesquisa, de forma que a história deste campo, bem como os aspectos psicológicos, sociológicos, econômicos, educacionais, empresariais, corporativos e inovadores fornecem possibilidades sem medida para a essência do empreendedorismo, delimitando sua fronteira de abrangência e seu campo de atuação.

Apesar da existência de um grande enfoque de pesquisa sobre o empreendedorismo, Cunningham e Lischeton (1991) apresentam a existência de seis escolas de pensamento sobre o empreendedorismo: escola “grande pessoa”, escola das “características REGMPE, Brasil-BR, V.7, Nº2, p. 195-221, Maio./Agosto.2022 www.revistas.editoraenterprising.net Página 210

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

psicológicas”, escola “clássica”, escola de “gestão”, escola de “liderança” e escola “intraempreendedora”.

- A escola “grande pessoa”, cuja interpretação central sugere que o empreendedor tem uma habilidade intuitiva – um sexto sentido – como traços e instintos inatos. De acordo com os autores, tendo como vertente as raízes desta escola, o pressuposto é de que a intuição é a chave do sucesso e que a intuição, o vigor, a energia, a perseverança e a auto-estima refletem as habilidades e comportamentos do empreendedor;

- A escola das “características psicológicas” sugere que os empreendedores possuem valores únicos, atitudes e necessidades que os impulsionam; assim, o pressuposto é de que as pessoas agem orientadas pelos seus valores e comportamentos para satisfazer suas necessidades. Neste sentido, valores pessoais, propensão e aceitação do risco, bem como as necessidades de realização se mostram como sendo as habilidades e comportamentos do empreendedor;

- A escola “clássica” sugere que a característica central do comportamento empreendedor é a inovação, de modo que o pressuposto é que as pessoas contrapõem ao possuir. Com isso, as habilidades e comportamentos do empreendedor nesta escola são a inovação, a criatividade e a descoberta;

- A escola de “gestão” sugere que os empreendedores são pessoas que organizam, possuem e administram empreendimentos econômicos. A interpretação central desta escola é de que o risco é assumido. Quanto ao pressuposto, o argumento da escola é de que os empreendedores transformam pessoas em empreendedores por meio de treinamento. Com isso, as habilidades e comportamentos dos empreendedores se relacionarem ao planejamento, organização, direção e controle;

- A escola de “liderança” argumenta que os empreendedores são líderes de pessoas, de modelo que apresentam habilidades para adaptar seus estilos de liderança às necessidades das pessoas. O pressuposto vigente é que para atingir seus objetivos, os empreendedores precisam e dependem das pessoas, o que demonstra a capacidade de motivação e liderança como as habilidades e comportamentos intrínsecos dos empreendedores;

- A escola “intraempreendedora” apresenta como foco central as habilidades do empreendedor, de forma que estas são úteis em organizações complexas, pois criam unidades autônomas para geração, comercialização e expansão de negócios. O

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

pressuposto desta escola é de que a adaptação é fundamental para a sobrevivência das organizações complexas e que o empreendedorismo resulta na criação de organizações e na transformação de empreendedores em administradores. Desta forma, evidencia-se as habilidades e comportamentos dos empreendedores como a capacidade de decisão e alerta às oportunidades.

Além de apresentar a abordagem das escolas empreendedoras, Cunningham e Lischeton (1991) demonstram que a filosofia destas escolas se aplicam a diferentes estágios de desenvolvimento de empresas por meio do empreendedorismo: a escola “grande pessoa” e a escola das “características psicológicas” tem foco em *start-ups*, ou seja, empresas iniciantes; a escola “clássica” tem foco em empresas que se encontram na fase inicial e em crescimento; as escolas de “gestão” e “liderança” enfatizam as empresas que se encontram na fase de crescimento e maturidade; e, por fim, a escola “intraempreendedora” direciona-se às empresas que estão na fase de maturidade e buscam por alguma mudança no âmbito organizacional.

Descrivendo sobre a tendência do campo para contornar a incompatibilidade entre as definições conceituais e operacionais do empreendedorismo, Shane (2012) apresenta o posicionamento de Alvarez e Parker (2009) e de Davidsson (2004), que argumentam que pouco tem sido feito para identificar os fatores que afetam os diferentes arranjos organizacionais em que as oportunidades são identificadas, avaliadas e exploradas. Isso denota que o campo de estudo e de pesquisa em empreendedorismo ainda está aberto a diversas contribuições sobre este aspecto.

Quanto à maturação das pesquisas, Landström e Lohrke (2010) frisam que é possível identificar algumas características das pesquisas em empreendedorismo, como: uma discussão mais profunda de conceitos fundamentais e da delimitação do campo de pesquisa; a visão do empreendedorismo como um fenômeno complexo, heterogêneo e de vários níveis; e, o regresso de aspectos psicológicos e econômicos nas pesquisas deste tema. Não obstante, os autores esclarecem que são evidenciadas duas tendências contraditórias, de forma que uma proporciona a abertura e a ampliação do campo, levando à migração de diferentes estudiosos de várias áreas do conhecimento e, a outra resulta na criação de uma comunidade intelectual preocupada em estudar a conduta empresarial de forma mais regular, resultando em uma linguagem específica da área, cada vez mais

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

reflexiva – fazendo com que cada vez menos haja a abertura para abordagens multidisciplinares.

Bruyat e Julien (2001) contribuem para com as delimitações do campo de estudo e de pesquisa do empreendedorismo ao afirmarem que o empreendedor não é simplesmente uma máquina cega que responde automaticamente aos estímulos do meio, mas o ser humano capaz de criar, aprender e de influenciar o meio. Destarte, o fenômeno do empreendedorismo é heterogêneo, dinâmico e imprevisível, ao passo em que exerce uma função dialógica entre o indivíduo e a nova criação de valor. Shane e Venkataraman (2000) justificam que o campo de estudo do empreendedorismo pode ser melhor entendido por meio de uma visualização da intersecção entre o indivíduo e as oportunidades. Sob esta perspectiva teórica, a assimetria de informação gera certo desequilíbrio, que por sua vez, é favorável para o surgimento de oportunidades.

Embora o fenômeno do empreendedorismo forneça questões de pesquisa para diversos campos acadêmicos, estudiosos de organização estão fundamentalmente preocupados com três conjuntos de questões de pesquisa sobre empreendedorismo: (1) por que, quando e como as oportunidades para a criação de bens e serviços vêm à existência; (2) por que, quando e como algumas pessoas e não outras descobrem e exploram essas oportunidades; e (3) por que, quando e como os diferentes modos de ação são utilizados para explorar as oportunidades empresariais (Shane & Venkataraman, 2000, p. 218).

Como destacado, ao se entender como surgem as oportunidades, como as pessoas descobrem-nas e exploram-nas e como as ações individuais são colocadas em prática, afloram-se novos nichos de mercado, o que contribui para com a delimitação e fronteira de possibilidades por meio deste campo do conhecimento em construção.

Para Shane e Venkataraman (2000), a atual conjuntura do empreendedorismo oferece apenas um ponto de partida, de modo que uma vez incorporadas as informações obtidas a partir de diferentes pontos de vista, estudiosos de diferentes áreas podem se juntar – cada qual com suas contribuições – na busca sistemática de um corpo ordenado de informações sobre o empreendedorismo, que venha a contribuir para que as fronteiras possam ser bem definidas e que a consistência das pesquisas seja uma vertente incomensurável. É desta forma que o empreendedorismo cria novas formas e “provoca a criação mais ou menos regular de novos valores nos mercados regionais ou externos, tais como novas estruturas de produção e criação de novos bens ou novas localizações” (Bruyat & Julien, 2000 *apud* Julien, 2010, p. 17).

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Gartner (1990) explora o significado do entendimento que os pesquisadores e profissionais têm sobre empreendedorismo e delinea alguns temas que caracterizam as principais questões e preocupações que constituem o debate sobre a delimitação do campo de estudo por meio de oito temas:

- O empresário, que é a ideia de que o empreendedorismo envolve indivíduos com características de personalidades e habilidades ímpares;
- A inovação, que é caracterizada com a ideia de fazer “coisas novas”, como: produto, serviço, mercado ou tecnologia em uma organização nova ou estabelecida;
- A criação da organização, que descreve o comportamento envolvido na criação da organização;
- A criação de valor, que enuncia a ideia de que o empreendedorismo é fundamental para a criação de valor;
- A obtenção de lucro ou sem fins lucrativos, que se direciona ao escopo de constituição da empresa, como sendo de organizações que visam lucro ou daquelas que sem fins lucrativos;
- O crescimento (desenvolvimento), que destaca a importância do crescimento com as características de empreendedorismo;
- A singularidade, que sugere que o empreendedorismo deve envolver singularidades; e
- O proprietário gerente, que sugere que o empreendedorismo envolve indivíduos que são proprietários ou gerentes de seus negócios.

Venkataraman *et al* (2012) estipulam uma forma intrigante para se pensar no futuro das pesquisas sobre empreendedorismo: uma analogia em relação ao método científico, justificando que se este auxiliou os filósofos, da mesma forma pode auxiliar na criação de um método empresarial para afastar a dependência excessiva de indivíduos heróicos ou anônimos e das forças sociais, econômicas e tecnológicas, para estabelecer concepções de novas oportunidades através da aplicação deste “método empresarial” em um campo específico.

Por fim, pode-se estabelecer que, no que tange à delimitação do campo e aos dilemas existentes, percebe-se que vários estudos já foram realizados sobre o empreendedorismo, mas ainda não se tem uma forma única de conceituar sua natureza e evolução, pois o que é revelado é um processo onde se estuda as ações dos indivíduos

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

dentro de um contexto, ao passo em que se propõe o estabelecimento de resultados de uma ou outra situação e, comparavelmente, retirar destas algumas conclusões.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste ensaio teórico foi apresentar o empreendedorismo partindo de uma perspectiva epistemológica rumo a uma discussão acerca da natureza, evolução e conceitos inerentes ao tema, bem como apresentar alguns dilemas que implicam na dificuldade de delimitação do campo de estudo e abrangência do empreendedorismo. Com isso, verifica-se que ainda existem lacunas a serem dirimidas acerca da conceituação ou ainda da abrangência análoga do empreendedorismo.

As pesquisas indicam a perspectiva da atividade empreendedora envolvida nos aspectos epistemológicos das ciências sociais – Administração, mais especificamente – retratando o perfil do profissional que desenvolve uma atividade empreendedora, como apresenta Say sobre “quem é o empreendedor”, pois ao passo em que delimita o foco de atuação, define as características intrínsecas deste indivíduo. Sob este aspecto, essa compreensão da história e do contexto são imprescindíveis para delinear os aspectos intrínsecos ao comportamento do empreendedor.

Por outro foco de análise, os estudos sobre o empreendedorismo, neste momento, revelam um universo a ser pesquisado e avaliado para propor a delimitação do campo como parte da categorização das Ciências Sociais Aplicadas, porém os atuais constructos não estiveram sempre nos mesmos patamares, de forma que a análise epistemológica do empreendedorismo pode ser analisada por meio de um corte longitudinal da Idade Média aos dias atuais. Neste sentido, a pesquisa aqui apresentada contribui com a dimensão de estudos sobre a temática abordada para que o empreendedorismo se apresente, busque sua consolidação e a delimitação de seu espaço de atuação.

Com descrito por alguns autores, a própria Revolução Empresarial contribuiu para com o desenvolvimento do empreendedorismo, pois ao retratar as eras econômica, de estudos gerenciais e de Ciências Sociais, percebeu-se a existência de uma estreita relação entre economia, sociologia e antropologia com os estudos do empreendedorismo. Sobre estes dados, autores como Landström e Lohrke (2010) explanam que apoiados na história econômica e social, alguns cientistas sociais começaram a ter interesse no

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

empreendedorismo como processo e como campo de análise, envolto pelos processos e situações reais que envolvem as empresas, suas ideologias, suas situações de início e fim de atividades e os motivos que revelam tal atividade como ação empreendedora e inovadora. Para que isso aconteça, urge-se que o empreendedor entenda a estrutura de criação de um novo empreendimento, levando em consideração a relação do ambiente, da organização, do indivíduo e do processo em um único foco de análise.

Com base nos pensamentos apresentados acima, percebe-se que o empreendedor nunca atua de forma isolada, mas como um ator envolto em um contexto social e econômico que instiga o desenvolvimento de suas ações empreendedoras. Relacionado a esta discussão, o estudo apresentou a existência de seis escolas empreendedoras, que além de fornecer uma percepção do estilo de empreendimento, dos pressupostos existentes, bem como as habilidades e comportamentos do empreendedor, elas servem para a classificação dos estágios de desenvolvimento das empresas por meio do empreendedorismo.

Como complemento das delimitações do campo de estudo, apresentou-se alguns temas que caracterizam as preocupações com o debate sobre o empreendedorismo: o empresário, a inovação, a criação da organização, a criação de valor, o lucro, o crescimento da empresa, a singularidade da empresa e o proprietário. Assim, neste âmbito de discussões, chega-se ao término deste construto teórico com a certeza de que o empreendedorismo ganhou força e espaço ao longo dos tempos, corroborando com a premissa do empreendedorismo enquanto atuação do processo de empreender por meio da realização de ações concretas, pois como defendido por vários autores, o empreendedor é o indivíduo capaz de identificar as oportunidades, assumir riscos e exteriorizar seu potencial de exploração do mercado.

No que tange às limitações do estudo, conforme demonstrado neste artigo, a indefinição de definições globalmente aceitas e focos de atuação indeterminados deste campo de estudo denota que as pesquisas de empreendedorismo ainda carecem de maiores investigações, o que limitou a interpretação da natureza, evolução e conceitos enquanto premissas consolidadas e aceitas pela comunidade intelectual.

Neste sentido, este estudo pode auxiliar como auxílio ou orientação para a realização de pesquisas futuras, evitando-se o “reinventar da roda”, pois ao se apegar em um aglomerado de informações que salientam as construções científicas mais relevantes

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

sobre o tema auxilia o pesquisador como ponto de partida para novas pesquisas. Assim, sugere-se que sejam desenvolvidas pesquisas futuras sobre a classificação dos campos de estudo do empreendedorismo com maior amplitude e profundidade, permitindo a ampliação das produções científicas e o melhor entendimento da epistemologia e dos dilemas deste tema.

Ante o exposto e ao que tudo indica, a formalização e delimitação do campo de estudo e das fronteiras do empreendedorismo contribui, de modo satisfatório, para o aumento do entendimento deste tema, tendo em vista que a percepção que se tem é a de que o empreendedorismo é o estudo sobre situações que envolvem a inovação, a alteração ou a criação de algo, sendo que para obter a cientificidade urge-se submeter os conhecimentos ao crivo dos especialistas da área, de forma que se identifique não apenas as características do empreendedor, mas sim as atividades e possibilidades que o empreendedorismo revela.

REFERÊNCIAS

- Aldrich, Howard E., & Cliff, Jennifer E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18, 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Baron, Robert A., & Shane, Scott A. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. São Paulo: Thomson Learning.
- Borba, Marcelo Leandro de., Hoeltgebaum, Marianne & Silveira, Amélia. (2011). A produção científica em Empreendedorismo: Análise do Academy of Management Meeting 1945 – 2005. *RAM, Revista de Administração Mackenzie*, 12(2), mar/abr, p. 169 – 206. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712011000200008>
- Bruyat, Chirstian & Julien, Pierre-André. (2001). Defining the field of research in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 16(2), mar, p. 165-180. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)
- Costa, Alessandra Mello da, Barros, Denise Franca & Carvalho, Jose Luis Felício. (2011). A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. *RAC, Curitiba*, 15(2), mar/abr, p. 179-197. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552011000200002>

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Cunningham, J. Barton & Lischeron, Joe. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), p. 45-61.

<http://hdl.handle.net/123456789/1818>

Dew, Nicholas., Readb, Stuart., Sarasvathy, Saras D. & Wiltbank, Robert. (2008).

Outlines of a behavioral theory of the entrepreneurial firm. *Journal of Economic*

Behavior & Organization, 66, p. 37-59. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2006.10.008>

Dornelas, José . (2017). *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6 ed.

São Paulo, SP: Empreede/Atlas.

Drucker, Peter F. (1987). *Inovação e Espírito Empreendedor*. São Paulo: Pioneira.

Gartner, Willian B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), p. 696-706.

<https://doi.org/10.2307/258039>

Gartner, Willian B. (1990). What are we talking about when we talk about

Entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5, p. 15-28.

[http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M)

Harmeling, Susan. (2011). Contingency as an entrepreneurial resource: how private obsession fulfills public need. *Journal os Business Venturing*, 26, p. 293-305.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.10.003>

Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., & Shepherd, Dean A. (2009).

Empreendedorismo. 7 ed. Porto Alegre: Bookman.

Julien, Pierre-André. (2010). *Empreendedorismo regional e economia do conhecimento*.

São Paulo: Saraiva.

Kuratko, Donald F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education:

Development, Trends and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*,

29(5), September, p. 577-597. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>

Landström, Hans., & Lohrke, Franz. (2010). *Historical Foundations of*

Entrepreneurship Research. Chapter 2 – Entrepreneurship research: a history of scholarly migration, p. 1-39. Great Britain: Edward Elgar Publishing.

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Longenecker, Justin G., Moore, Carlos W., Petty, J. William., & Palich, Leslie E. (2007). *Administração de Pequenas Empresas*. São Paulo: Thomson Learning.

Machado, Hilka P. Vier. (2008). Apresentação. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*. 9(8), nov/dez, p. 10-14.
<https://www.scielo.br/j/ram/a/C5WjkdzJf9ddQbWdzwCtkks/?format=pdf&lang=pt>

Shane, Scott. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), p. 10-20. <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2011.0078>

Shane, Scott., & Venkataraman, Sankaran. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), p. 217-226.
<https://doi.org/10.2307/259271>

Venkataraman, Sankaran., Sarasvathy, Saras D., Dew, Nicholas., & Forster, William R. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award? Whither the promise? Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. *Academy of Management Review*, 37(1), p. 21-33. <http://dx.doi.org/10.5465/armr.2011.0079>

Nature, evolution and concepts: entrepreneurship as a field of analysis

ABSTRACT

This study focuses on presenting entrepreneurship as a field of analysis still under construction, from the perspective of nature, evolution and concepts. As it is a theoretical essay, permeated by the bibliographic review of authors that best represent the scope of this area, the nature and evolution of entrepreneurship are presented, as well as the definitions of the concept that are shown to be the most acceptable in this emerging field of study. . Another approach addressed concerns the dilemmas faced by entrepreneurship, because by showing that its borders are not yet consolidated, the evidence and delimitation of the field of study are shown as something relevant that guides academics, professionals and researchers in relation to the space available for both research as for professional performance, so that when investigating entrepreneurship as a process or as a field of analysis, the possibilities of consolidating its epistemological and evolutionary design are opened, contributing to the validation of the knowledge already available and of the knowledge that still exists. are about to emerge. In this sense, the present article aims to describe the nature and development of entrepreneurship, as well as to expand the discussions about the dilemmas faced in the delimitation of its field of research.

Keywords: Entrepreneurship; Nature, evolution and concepts; Delimitation and field of analysis.

Naturaleza, evolución y conceptos: el emprendimiento como campo de análisis

RESUMEN

Este estudio se centra en presentar el emprendimiento como un campo de análisis aún en construcción, desde la perspectiva de la naturaleza, la evolución y los conceptos. Al tratarse de un ensayo teórico, permeado por la revisión bibliográfica de los autores que mejor representan el ámbito de esta área, se presenta la naturaleza y evolución del emprendimiento, así como las definiciones del concepto que se muestran más aceptables en este ámbito. campo de estudio emergente. Otro enfoque abordado se refiere a los dilemas que enfrenta el emprendimiento, pues al mostrar que sus fronteras aún no están consolidadas, las evidencias y la delimitación del campo de estudio se muestran como algo relevante que orienta a académicos, profesionales e investigadores en relación al espacio disponible para ambos. investigación como para el desempeño profesional, por lo que al investigar el emprendimiento como proceso o como campo de análisis, se abren las posibilidades de consolidar su diseño epistemológico y evolutivo, contribuyendo a la validación de los conocimientos ya disponibles y de los que aún existen. están a punto de surgir. En ese sentido, el presente artículo tiene como objetivo describir la naturaleza y el desarrollo del emprendimiento, así como ampliar las discusiones sobre los dilemas enfrentados en la delimitación de su campo de investigación.

Palabras clave: Emprendimiento; Naturaleza, evolución y conceptos; Delimitación y campo de análisis.

Natureza, evolução e conceitos: o empreendedorismo enquanto campo de análise

Autores

Edi Carlos de Oliveira, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Brasil. ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-6316-6142>