

EMPREENDEDORISMO E O PERFIL DO EMPREENDEDOR NO MUNDO GLOBALIZADO

Lilian Bueno de Souza¹, Heliana Mércia Galhardo², Friedhilde Maria K. Manolescu³

^{1, 2} Faculdade Ciências Sociais Aplicadas, UNIVAP, Av. Shishima Hifumi, 2911; 12244-000; Urbanova; São José dos Campos – SP - lilianbue@gmail.com; heliana.galhardo@mpv.org.br

³ Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento, UNIVAP, Av. Shishima Hifumi, 2911, 12244-000 Urbanova – São Jose dos Campos SP- frida@univap.

Resumo O empreendedorismo é fundamental para o sucesso de uma nação e tem sido a cada dia mais estudado, analisado e estimulado. O presente trabalho analisa a sua importância no mundo globalizado, em que o desafio dos empreendedores, pessoas que não temem correr riscos e sabem reconhecer as boas oportunidades para criar um negócio verdadeiramente competitivo, de acordo com os padrões de qualidade e preços internacionais. Algumas características comuns no perfil dos empreendedores são: visão, energia, determinação e autoconfiança. O processo empreendedor envolve agregação de valor tanto no setor público quanto no setor privado e independe do tamanho das organizações. Um empreendedor tecnológico e social deverá possuir uma cultura técnica e conhecimento afim de prospectar nicho de mercado.

Palavras-chave: empreendedorismo, perfil empreendedor, globalização

Área do Conhecimento: VI Ciências Sociais Aplicadas

Introdução

Vivemos num mundo globalizado em que as alterações no ambiente internacional estimulam cada vez mais a integração econômica dos países e a competitividade. E no cenário da economia globalizada, o desafio dos empreendedores já atuantes ou que ainda vão abrir um negócio, é o de criar uma empresa realmente competitiva e de acordo com os padrões de qualidade e os preços internacionais (PORTES, 2001).

Nesse contexto, é possível observar a importância do empreendedorismo no sucesso das organizações. Cavalcanti (2001) afirma que o estudo deste assunto é tão amplo que está no início, mas já tem influenciado diversas disciplinas nas escolas e em cursos do ensino superior. Os primeiros a levantarem a questão do empreendedorismo, foram Cantillon (1755) e Say (1839). Eles estavam preocupados com a área de Economia, mas se dedicaram ao estudo de empresas, criação de novos empreendimentos, desenvolvimento e gerenciamento de negócios. Por meio de seus estudos, constatou-se que os empreendedores eram pessoas que corriam riscos e investiam capital próprio em negócios. Schumpeter também teve grande importância nos estudos sobre empreendedorismo ressaltando o fenômeno da inovação.

Por um lado, economistas como Smith, Mill, Knight, Innis, Baumol, Broehl, Leff, Kent e Sexton criam que o empreendedorismo era como um motor do sistema econômico. Por outro lado, outros como Cantillon, Say, Schumpeter enfatizavam o aspecto da inovação que o

empreendedorismo promovia. Contudo, a preocupação desses economistas em quantificar e mensurar impedia o avanço dos estudos sobre o empreendedorismo. O tema só foi aprofundado quando envolveu estudos comportamentalistas. Depois de McClelland, os comportamentalistas se destacaram no campo do empreendedorismo durante cerca de vinte anos, até o início da década de 80. Eles tinham como meta definir o que são empreendedores e suas características comuns. As ciências do comportamento tiveram um grande progresso, diversos assuntos eram pesquisados e surgiram várias publicações descrevendo características referentes a empreendedores como: liderança, riscos, independência, criatividade, energia, tenacidade e originalidade. E desde Schumpeter, a inovação é uma das características essenciais para um empreendedor. Os pequenos negócios (uma maneira empreendedora) surgiram nos anos 20, mas se consolidaram nos anos 70. Nos anos 80, o empreendedorismo expandiu-se e passou a fazer parte de outras disciplinas e o número de instituições fornecendo cursos sobre o assunto também aumentou. No Brasil, somente há pouco tempo as escolas e o ensino superior apresentaram a preocupação com a formação de novos empreendedores. Entidades voltadas às Micro, Pequenas e Médias empresas têm apresentado uma preocupação maior, como Sebrae, Senac, Senai e Simpi (CAVALCANTI, 2001).

No atual mundo globalizado, os negócios estão focados nos lucros e perdas. A eficácia e a produtividade são constantemente enfatizadas.

Por esse motivo, o empreendedor deverá preparar-se para que seu empreendimento apresente grandes resultados no médio e no longo prazos. Os empreendedores estão percebendo que além de fazer corretamente é necessário obter resultados. De acordo com Cavalcanti (2001), os recursos humanos são o maior bem de uma sociedade e eles precisam ser mobilizados e direcionados a projetos empreendedores. E nosso objetivo com este trabalho é demonstrar a importância do empreendedorismo e as principais características dos empreendedores no mundo globalizado.

Material e Métodos

Para atingir o objetivo desse trabalho foram utilizados dados de pesquisas qualitativas e quantitativas em livros, internet e artigos científicos específicos da área, e o método apresentado foi o descritivo.

Resultados

Birley & Muzyka (1997) afirmam que atualmente há um grande interesse, proveniente de diferentes campos, quanto à questão da capacidade empreendedora. Os investidores conjecturam a hipótese de atingir um equilíbrio risco-retorno mais promissor apoiando esses indivíduos que lutam para implantar idéias inovadoras e que estão sempre dispostos a correr riscos. Executivos empresariais estão tentando encontrar maneiras de aumentar o crescimento, a renovação e o desempenho de suas companhias e estão pressionando por uma maior atividade empreendedora interna.

A capacidade empreendedora representa o processo e as atividades realizadas por empreendedores, as pessoas que organizam, operam e assumem os riscos associados a um empreendimento que criaram, visando à concretização de uma oportunidade que eles e outros identificaram. O processo empreendedor tem como objetivo à realização do valor associado com as oportunidades de negócios (BIRLEY & MUZYKA, 1997).

Segundo os mesmos autores, o processo empreendedor, envolvendo a identificação de oportunidades e a agregação de valor, está presente no setor público e no privado, assim como nas grandes organizações. O clima socioeconômico (no caso de empreendedores “externos”) e o ambiente corporativo (no caso dos empreendedores “internos”) podem influenciar significativamente no surgimento de empreendedores e da atividade empreendedora.

Birley & Muzyka (1997) afirmam que as capacidades do empreendedor social precisam ser iguais e ao mesmo tempo, diferentes das do empreendedor tradicional. Os dois precisam de visão, energia, determinação e autoconfiança.

Contudo, o empreendedor social bem-sucedido necessita de outros atributos que, provavelmente, são ainda mais escassos. Entre eles estão à capacidade de agir em uma situação pública e política e motivar pessoas que habitualmente têm objetivos diferentes do seu. Além de tudo, o empreendedor social precisa estar à frente da transformação de uma organização existente.

De acordo com os mesmos autores, atingir os seus objetivos e construir a visão dentro do setor público geralmente representa mudar o que já existe. No setor público, limitado em recurso e caixa, o futuro precisa ser construído baseado no passado, o que requer habilidade de liderança que muitas vezes nem o empreendedor privado mais bem-sucedido possui. A criação do empreendedor social está em uma situação instável inserida numa estrutura de setor público que levou um século para evoluir. O conceito já estabelecido de controle político, da responsabilidade pública e do papel do funcionário público são incompatíveis com o conceito do gerente empreendedor.

Tanto para os políticos como para os funcionários públicos existe a tentação de querer pular etapas, reconhecendo a autoridade existente, geralmente no contexto da conveniência política. Depois da criação do empreendedor social, apoiando fortemente o negócio social como uma maneira de solucionar a confusão do setor público e aceitando o crédito quando o sucesso chegou, os políticos precisam aprender a lidar com as implicações e com os limites do seu novo papel (BIRLEY & MUZYKA, 1997).

De acordo com Silva et al. (2003), os empreendedores genuínos são aqueles que dão importância às pequenas coisas, pois acreditam que elas se tornarão, no futuro, grandes conquistas. Inovação e crescimento são considerados duas palavras-chave para se definir um empreendedor. David C. apud Cavalcanti (2001) afirmou que para ser um empreendedor é necessário ter a necessidade de realizar coisas novas, colocar em prática idéias próprias, características da personalidade e comportamento que nem sempre é fácil de se encontrar. Desde Schumpeter, a inovação é uma das características essenciais para um empreendedor. E ele sabe identificar as oportunidades de negócios, os nichos de mercado e sabe se organizar para crescer. O empreendedor globalizado não se conforma com sua situação atual, ele arrisca transformar um problema em uma oportunidade.

Por meio de estudos, comprovou-se que o dinheiro não é o mais importante no empreendedorismo, e sim, “uma ferramenta que avalia o desempenho em uma das formas da manifestação do empreendimento”. O que torna um empreendedor diferente é o modo como “ele se posiciona e o seu foco na sua área de negócios”. Os verdadeiros empreendedores não

aparecem na grande mídia, mas estão auxiliando, da maneira que podem, na transformação do mundo por meio de suas atitudes empreendedoras e não capitalistas (CAVALCANTI, 2001).

Um empreendedor busca transformar um sonho, uma visão de oportunidade, num negócio que gere valor e riqueza para a sociedade. As competências que um empreendedor globalizado deve possuir para obter o sucesso são: desenvolvimento, habilidade, formação, qualificação, etc. O que não pode lhe faltar é a competência motivacional para alterar a direção de sua carreira (FRANCIS, 2003).

Um empreendedor globalizado tem como pontos fortes: obstinação, gosto pelo controle, capacidade para perceber o todo. E seu ponto fraco é ter dificuldade para admitir que existam pessoas que pensem de modo diferente, de acordo com Roberto Coda apud Silva et al. (2003).

Os empreendedores precisam saber gerenciar o espaço e o tempo. O empreendedor bem-sucedido é aquele que não fica passivo às mudanças que ocorrem no ecossistema organizacional, mas aquele que busca antecipar as mesmas. Ele deve estar sempre pensando no futuro (CAVALCANTI, 2001).

De acordo com Lupetti (2003), das várias características que um empreendedor precisa possuir, destacam-se a coragem, a ousadia, os desafios e a escolha dos melhores caminhos a seguir. “A tomada de decisão diante de uma situação de risco significa enfrentar desafios, ousar e escolher os melhores caminhos de forma consciente”.

As nações estão descobrindo que o fortalecimento da economia ocorrerá com uma grande transformação tecnológica. Logo, o quanto se produz com melhor qualidade, baixos custos e usando a tecnologia de ponta será mais importante do que a alta produtividade. Assim sendo, um empreendedor tecnológico deverá possuir os seguintes traços de personalidade:

- Familiaridade com o mundo acadêmico;
- Buscar oportunidades de negócios na economia digital e do conhecimento;
- Uma cultura técnica predominante que os leva a arriscar-se investindo em um pequeno nicho do mercado onde a porcentagem de sobrevivência é baixa;
- Falta de visão dos negócios e conhecimento inadequado das forças competitivas (CAVALCANTI, 2001).

Constatou-se que muitas atividades que antigamente eram realizadas por funcionários de grandes empresas, atualmente são contratadas em micro e pequenas empresas independentes, a chamada terceirização. Muitas organizações hoje têm realizado parcerias com micro e pequenas empresas com o objetivo de expandir o negócio. E isto tem feito com que elas sejam capazes de

enfrentar o desafio de serem competitivas em uma economia global. Empreendedores atuais têm concebido novas formas de organização e gestão, o que agiliza as operações das empresas. Esta realidade de compartilhamento de um negócio é feita por meio de um contrato de franquia (PORTES, 2001).

Há muitos exemplos de empreendedores que eram empregados de uma grande empresa e com a terceirização, desligaram-se dela e passaram a prestar serviços como empresários independentes. E algumas organizações preferem terceirizar atividades para seus próprios empregados, porque eles já conhecem sua cultura e necessidades. Em muitos casos também, elas estão precisando dispensar funcionários, então, passam a oferecer treinamento específico para que eles criem seu próprio negócio assumindo as mesmas atividades que realizavam anteriormente como empregados.

Para Lakatos apud Portes (2001), as micro e pequenas empresas no Brasil apresentam algumas características distintas: são entidades jurídicas, difíceis de serem classificadas (por causa da multiplicidade de critérios adotados pelos diversos órgãos que possuem relação com essas empresas); têm relevância, pois representam cerca de 90% do total de empresas no Brasil; absorve significativa parcela de mão-de-obra economicamente ativa, desempenhando assim, um expressivo papel na geração global do produto nacional e têm dificuldade de acesso ao crédito (por causa do excesso de exigências dos bancos para fazer empréstimos e de sua estrutura e organização, considerada “risco” pelos bancos).

As micro e pequenas empresas são as maiores absorvedoras de força de trabalho, elas aumentam o volume de emprego a baixo custo, pois requerem menor investimento de capital por emprego gerado.

Levantamentos do SEBRAE nacional demonstram que um grande contingente de micro e pequenas empresas fecham antes de completar um ano. E isso se deve ao fato do mercado ser extremamente competitivo, e a consolidação está diretamente ligada à sua capacidade de estabelecer níveis de qualidade que lhes permitam participar da competição. Além disso, a falta de acesso à informação e fatores incontroláveis ou políticas desfavoráveis também ocasionam o fechamento desses negócios.

Portes (2001) afirma que a rapidez e a flexibilidade na adaptação de suas empresas às novas condições do mercado também são outra característica dos pequenos empreendedores. Eles escolhem suas estratégias de sucesso considerando a economia e a simplicidade diante dos problemas e oportunidades existentes, ou aproveita aquilo que já possui. Finalmente, é possível afirmar que o grande vendedor da

pequena empresa é o empreendedor, e isso ele não pode delegar a nenhuma outra pessoa.

O pequeno empreendedor será um líder quando possuir uma empresa estruturada, fundamental para sua sobrevivência nessa época de extrema competitividade. Ele necessita também estar sempre voltado para o mercado e para os clientes, para conseguir atendê-los sempre da melhor maneira.

Discussão

Uma pesquisa feita pela Folha (2007) constatou que o Brasil está caindo no ranking internacional do empreendedorismo. No entanto, o país sobe algumas posições quando a avaliação é feita a partir do motivo que leva as pessoas a abrirem um negócio: necessidade e não por oportunidade. A dificuldade em encontrar trabalho é a motivação de 55,4% dos empreendedores, o que dá ao Brasil a maior taxa de atividade por necessidade (7,5%) dos 37 países pesquisados. Essa pesquisa é feita desde 1999 pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), instituição criada pela London Business School e pelo Babson College de Boston (EUA). O Brasil participa desde 2000, via Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP). Na primeira vez em que foi avaliado, junto com 21 países, o Brasil foi classificado como a primeira nação em iniciativa empreendedora. No ano seguinte, já com 28 países participando da pesquisa, ficou em quinto lugar. Sérgio Prosdócimo ressalta que o Brasil precisa mudar, "e rapidamente", suas políticas de apoio às micro e pequenas empresas. De acordo com o levantamento do *Global Entrepreneurship Monitor*, os grandes entraves para as micro e pequenas empresas estão no acesso e no custo do capital necessário; na elevada carga de tributos e exigências fiscais e legais; na capacitação para a gestão do negócio e no fato de que políticas e programas dedicados ao setor não serem adequados à realidade do empreendedor.

Conclusão

A globalização tem provocado diversas e constantes mudanças no mundo todo. Neste cenário, são bem sucedidos os indivíduos que se adaptam rapidamente às alterações e estão sempre dispostos a enfrentar desafios e, muitas vezes, a correr riscos. Nesse contexto, o empreendedorismo é extremamente importante, assim como os empreendedores que têm como desafio criar e manter uma empresa verdadeiramente competitiva e de acordo com os padrões de qualidade e os preços internacionais. Eles sempre buscam a inovação e o crescimento, o que os torna fundamentais nas organizações atuais. O empreendedor é o indivíduo que tem a capacidade de reconhecer e aproveitar as oportunidades, e é esse fator que constitui a

capacidade de gerir uma empresa. O empreendedorismo requer dele algumas habilidades como: correr riscos na tomada de decisão; saber organizar os recursos disponíveis; saber liderar; ter talento; ser independente e, sobretudo, ser otimista. E ao decidir pela abertura de um negócio e para ser um profissional de sucesso, primeiramente é necessário conhecer as características de um empreendedor e constatar se ele preparado para abrir uma empresa. Também é preciso conhecer o mercado em que se pretende atuar. E para que isso ocorra, as organizações precisam identificar e incentivar os empreendedores que são os instrumentos para o sucesso das empresas.

Referências

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. **Dominando os Desafios do Empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

CAVALCANTI, Marly. **Gestão Estratégica de Negócios: Evolução, Cenários, Diagnóstico e Ação**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

FRANCIS, Carlos. **Fazendo a Diferença**. Revista Gestão RH. V. 10, n. 55, p. 24-25. Novembro 2003.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade: A Verdadeira Alma do Negócio**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PORTES, Márcio Rosa. **Fazendo do mercado o princípio e o fim dos esforços: algumas reflexões sobre as posturas dos empreendedores de micro e pequenas empresas**. Revista Angrad. V. 2, n. 1, p. 23-45, 2001.

SILVA, Wellington Marques da. Et. al. **Empreendedorismo para Não-Empreendedores Aprendendo a Empreender em Tempos de Globalização**. Revista Angrad. V. 4, n. 4, p. 86-91, 2003.

www.folha.uol.com.br. Acesso em 30 mai. 2007.