

O INTRAEMPREENDEDORISMO COMO FERRAMENTA PARA O CRESCIMENTO E A COMPETITIVIDADE DAS ORGANIZAÇÕES

Roberta Manfron de Paula¹, Flávia Larissa Bandeira Guedes de Almeida²

¹ Professora auxiliar do departamento de Administração - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Eugênio Pacelli, Departamento de Administração de Empresas, Universidade do Vale do Sapucaí – Univás – Av. Prefeito Tuany Toledo 470 – Fátima I – 37.550-000 Pouso Alegre – MG – Brasil - Mestranda em Gestão e Desenvolvimento Regional – MGDR – Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 - Taubaté - SP - Brasil – roberta.univas@terra.com.br

² Graduanda em Administração de Empresas com ênfase em Gestão de Negócios - Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Eugênio Pacelli, Departamento de Administração de Empresas, Universidade do Vale do Sapucaí – Univás – Av. Prefeito Tuany Toledo 470 – Fátima I – 37.550-000 Pouso Alegre – MG – Brasil - fguedes79@terra.com.br

Resumo- Este artigo apresenta o conceito de intraempreendedorismo como ferramenta para promover o crescimento e aumentar a competitividade nas organizações. O objetivo desse trabalho é apresentar como o intraempreendedorismo contribui para ampliar os recursos para gerar inovação e proporcionar crescimento e vantagens competitivas para as organizações, mostrando sua importância como ferramenta para a sustentabilidade organizacional. Para isso, foram utilizados conceitos de autores específicos do assunto, buscando apresentar inicialmente o conceito de inovação, passando para o conceito de intraempreendedorismo e finalmente apresentar o intraempreendedor. Os resultados obtidos através desse levantamento bibliográfico demonstram que o intraempreendedorismo é um grande diferencial competitivo, pois é capaz de gerar vantagens competitivas permanentes através da geração constante de inovação. Mesmo diante de todas as vantagens trazidas pelo intraempreendedorismo, ainda há grande resistência com relação ao desenvolvimento do mesmo no ambiente organizacional, o que torna necessária a maior divulgação do assunto e a realização de novas pesquisas.

Palavras-chave: Inovação, intraempreendedorismo, organizações.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

INTRODUÇÃO

As grandes empresas estão passando por uma fase que exige uma necessidade crescente de inovação, inovação esta que será decisiva para o aumento da competitividade.

Este momento está propiciando o nascimento de um novo modelo de organização, a organização empreendedora, que promove o empreendedorismo corporativo ou intraempreendedorismo, termo que caracteriza empresas que estimulam e incentivam as iniciativas empreendedoras de seus funcionários.

A finalidade do intraempreendedorismo é suprir a necessidade de inovação nas organizações, trazendo inevitavelmente o aumento da competitividade. Dada a crescente importância da inovação para o sucesso dos negócios, as organizações se empenham em descobrir formas de obter inovação com eficácia.

Este artigo tem por objetivo apresentar o intraempreendedorismo como uma forma de preencher essa grande lacuna no processo de

inovação, trazendo a oportunidade de estabelecer uma vantagem competitiva definitiva.

METODOLOGIA

O trabalho foi fundamentado em pesquisas bibliográficas, tendo por base publicações de autores específicos no assunto sobre o intraempreendedorismo ou empreendedorismo corporativo, principalmente nas publicações de Gifford Pinchot, criador do termo.

A INOVAÇÃO

No cenário atual onde a competitividade é a chave para o sucesso, as empresas precisam gerar inovação.

A inovação permite localizar e preencher nichos não ocupados, além de ser uma forma de se manter atualizado em relação à produtividade da concorrência.

Para que uma organização seja bem sucedida a longo prazo, seus produtos e serviços devem sempre criar vantagens competitivas.

Tigre (2006, p. 72) cita Rogers e Shoemaker (1971) define inovação como “uma idéia, uma prática ou um objeto percebido como novo pelo indivíduo”.

Pode-se dizer que inovar é dar mais competitividade, agregar valor. Sem inovação posições de baixo custo já conquistadas logo são perdidas.

Para Pinchot (2004, p. 20) “a inovação rápida e econômica é o principal tipo de vantagem competitiva permanente do século XXI. Outros tipos de vantagem competitiva são apenas temporários”.

A inovação pode ser a principal fonte de rendimentos de uma organização, já que se pode dizer que a mesma é capaz de gerar aumento de faturamento, novos mercados e aumento das margens de lucro. Inovar é imprescindível quando o assunto é a sustentabilidade das empresas.

Pinchot (1985) afirma que inovação não é invenção. A invenção é criar um novo conceito para um dispositivo ou serviço potencialmente útil e em inovação isso é apenas o começo. Quando a invenção é feita a segunda etapa da inovação começa: transformar a nova idéia em um sucesso comercial.

O sucesso de uma organização sem dúvida pode ser determinado pela inovação.

Para Hashimoto (2006) a próxima década será marcada pela inovação. Para ele criar o que ninguém tem, imaginar o que não existe, propor novos paradigmas, explorar novos nichos, estabelecer novos produtos e acima de tudo ter visão para detectar novas tendências, são habilidades inerentes ao seres humanos.

O que permitirá às empresas se sobressaírem na década da inovação será seus talentos humanos. A próxima era da competitividade será aquela em que o desenvolvimento do capital humano nas empresas terá grande importância e fará toda a diferença.

Portanto para acompanhar a tendência da próxima década, as organizações precisam encontrar a capacidade criativa e inovadora das pessoas o que é conseguido com sucesso através do desenvolvimento do intraempreendedorismo.

O INTRAEMPREENDEDORISMO

O termo intraempreendedorismo, também muito empregado no Brasil como empreendedorismo corporativo, foi criado em 1978, como abreviatura do conceito de *intra-corporate entrepreneuring ou empreendedorismo intra corporativo*. Nesta época foram propostos argumentos e conceitos que sustentam a idéia de que um profissional não precisa abandonar seu emprego em uma grande empresa para se tornar um empreendedor. (PINCHOT, 2004)

Com isso inicia-se a discussão da importância de se reconhecer e apoiar as iniciativas de inovação e empreendedorismo dentro das grandes empresas, acendendo a chama do intraempreendedorismo.

O intraempreendedorismo foca o funcionário individualmente e sua propensão de agir sozinho de forma empreendedora. (HASHIMOTO, 2006, p. 13).

Embora seja um conceito que existe há três décadas, é relativamente recente o interesse das organizações pelo intraempreendedorismo.

Para Pinchot (1985) o intraempreendedorismo não é somente uma forma de se aumentar o nível de inovação e produtividade das organizações, embora o faça. Ele é uma forma de se organizar as empresas para que o trabalho volte a ser uma expressão da contribuição da pessoa à sociedade.

No Brasil as organizações podem contar com o apoio do IBIE (Instituto Brasileiro de Inovação e Empreendedorismo) para o desenvolvimento do intraempreendedorismo.

O IBIE (2008) afirma que o intraempreendedorismo é uma forma de fazer com que os funcionários tomem para si a responsabilidade para desenvolver e implementar novos produtos, serviços ou processos.

Implementar o intraempreendedorismo significa mostrar aos funcionários que eles têm o poder e a habilidade de inovar.

Nos tempos de acirrada concorrência, a organização que incentivar a inovação através de seus funcionários, inegavelmente estará aumentando a produtividade, gerando comprometimento, responsabilidade e acima de tudo satisfação, o que contribui efetivamente para o crescimento.

O INTRAEMPREENDEDOR

A inovação trazida pelo intraempreendedorismo é a chave para a vantagem competitiva definitiva. Porém para que esta inovação aconteça, precisa-se de um elemento fundamental: o intraempreendedor.

O intraempreendedor representa aquele que dentro da organização assume a responsabilidade de promover a inovação de qualquer tipo, a qualquer momento, em qualquer lugar da empresa. (HASHIMOTO, 2006).

O intraempreendedor é uma pessoa que possui habilidades para atuar em qualquer setor da empresa, onde quer que tenha proposto um novo projeto, justamente por sua interação com os objetivos propostos e a identificação de novas oportunidades que possam beneficiar a empresa.

Segundo Pinchot (1985) o intraempreendedor tem como características: visão, polivalência, necessidade de agir, dedicação, metas, superação de erros e administração de riscos.

Pode-se dizer que o intraempreendedor é criativo, persistente, autoconfiante, dedicado, proativo, inovador, sabe identificar e criar novas oportunidades, tem capacidade de decidir por conta própria e correr riscos.

Sabe-se que o intraempreendedor é a pessoa que vislumbra oportunidades inovadoras e as implementa dentro das organizações.

Identificar o que leva uma pessoa a manifestar este comportamento e analisar as situações que estimulam a motivação do intraempreendedor são fundamentais para que se entenda o porquê deste indivíduo querer agir em prol da organização.

Segundo Hashimoto (2006) a motivação que move o intraempreendedor está diretamente relacionada com a liberdade de fazer o que se quer, o prazer de conduzir seus próprios projetos e a dedicação com que empenha todo seu ser nesses projetos, refletem elementos ainda mais contundentes do segredo do sucesso das redes intraempreendedoras nas organizações.

Pode-se afirmar que são muitas as situações que motivam o intraempreendedor.

Farrel (1993, apud HASHIMOTO, 2006) sugere que o calor da necessidade, a crise e a urgência, a cultura da excelência e a liberdade para a ação, são situações que despertam a ação dos intraempreendedores. Quando se fala em calor da necessidade, entende-se que a necessidade é o que mobiliza as pessoas a inventar, mudar, melhorar e empreender. As organizações inovadoras conseguem transmitir esse calor a todos os níveis da organização. A crise e a urgência são as geradoras da necessidade. O senso de urgência faz com que as coisas aconteçam. A cultura da excelência prega que a inovação tem espaço em qualquer lugar da organização. Crescer e prosperar exige que cada funcionário faça alguma coisa melhor a cada dia. E finalmente a liberdade para a ação, que traduz que sem liberdade o intraempreendedor não consegue transformar suas idéias em realizações.

É certo que somente as organizações inovadoras que abrem espaço para o intraempreendedorismo conseguem desenvolver tais situações e motivar seus funcionários abrindo espaço assim para o sucesso.

CONCLUSÃO

O intraempreendedorismo é sem dúvida a peça chave para desenvolver a inovação nas organizações e que o agente desta mudança é o intraempreendedor.

As organizações interessadas em desenvolver vantagens competitivas definitivas têm que estar preparadas e dispostas a radicalizar sua cultura organizacional e implementar o intraempreendedorismo, com isso criando um

ambiente que estimule o espírito intraempreendedor de seus funcionários.

Desenvolver intraempreendedores e com isso aceitar suas idéias e suas características é inegavelmente um dos maiores diferenciais de uma organização no mercado atual.

Encerra-se este artigo com a certeza de que:

- O intraempreendedorismo é a chave para a inovação geradora de crescimento e desenvolvimento;
- O intraempreendedor é o agente desta inovação;
- Incentivar e desenvolver o intraempreendedorismo nas organizações é a garantia de estabelecer vantagens competitivas definitivas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luíza**. São Paulo. Editora de Cultura, 1999.
- HASHIMOTO, Marcos. **Espírito Empreendedor nas Organizações: Aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- IBIE – Instituto Brasileiro de Inovação e Empreendedorismo. **Intra-empendedorismo**. Disponível em : http://www.ibie.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=14&Itemid=28. Acesso em : 22 março 2008.
- PINCHOT, G. PELLMAN R. **Intraempreendedorismo na Prática: um guia de inovação nos negócios**. Tradução Márcia Nascentes. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004
- _____. **Intrapreneuring: Por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor**. Tradução Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Editora Harbra, 1985.
- TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia do Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.