

EMPREENDEDORISMO E EMPRESAS QUE DÃO SUPORTE AO EMPREENDEDOR

Entrepreneurship and companies that support the entrepreneur

Anderson Lisboa da Silva¹

Ariane B. Mendes¹

Gleice Anazilda das Neves Pinto¹

Janice Wanzeler da Silva¹

Anderson Amorim Ferreira¹

Resumo: O presente artigo tem como tema a análise e a reflexão sobre “Empreendedorismo e Empresas que dão suporte ao empreendedor”. Assim, objetiva-se refletir sobre a importância da mudança de postura de administradores e empresas no sentido de aderir e incentivar cada vez mais posturas empreendedoras focadas na criação de novidades ou ainda de formas particulares de transformação de uma situação cercada de precariedades de recursos em um empreendimento de sucesso. Diante dessa assertiva, acredita-se que na atualidade os profissionais da área da administração devem repensar seus processos formativos e não mais tomar como referência única e exclusivamente as grandes empresas, mas formar profissionais que sejam capazes de em situações adversas fazer uso da criatividade e ajudar no desenvolvimento de projetos hoje situados no plano das micro e pequenas empresas. Para dar suporte às análises propostas ao longo desse texto, optou-se pelo uso da metodologia de pesquisa bibliográfica, que tem como princípio básico o desenvolvimento de uma revisão bibliográfica em que se discute o conceito de empreendedorismo no contexto atual, bem como definição de grupo/empresa empreendedora e, por fim, as características de uma empresa que dá suporte ao empreendedor. Acredita-se que a adoção de uma postura empreendedora independe dos fatores biológicos, mas podem ser treinados e desenvolvidos ao longo do processo formativo e profissional dos sujeitos, por isso os grupos empresariais podem, sim, dar suporte para que novas ideias revolucionem o mercado.

Palavras-chave: Administração. Empreendedorismo. Empresas.

Abstract: This article has as its theme the analysis and reflection on "Entrepreneurship and Companies that support the entrepreneur". Thus, the objective is to reflect on the importance of the change of position of managers and companies in the sense of joining and encouraging more and more entrepreneurial positions focused on the creation of novelties or even on particular ways of transforming a situation surrounded by the precariousness of resources in a Successful venture. Faced with this assertion, it is believed that today professionals in the area of management must rethink their training processes and no longer take as a reference only and large companies, but train professionals who are able in adverse situations to make use of creativity and help In the development of projects presently situated in the field of micro and small enterprises. In order to support the analysis proposed throughout this text, we chose to use the methodology of bibliographic research, which has as basic principle the development of a bibliographic review in which the concept of entrepreneurship in the current context is discussed, as well as definition of group / Entrepreneurial company and, finally, the characteristics of a company that supports the entrepreneur. It is believed that the adoption of an entrepreneurial attitude is independent of biological factors, but can be trained and developed throughout the training and professional process of the subjects, so business groups can support new ideas to revolutionize the market.

Keywords: Administration. Entrepreneurship. Companies.

¹ Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI – Rodovia BR 470 - Km 71 - nº 1.040 – Bairro Benedito – Caixa Postal 191 – 89130-000 – Indaial/SC Fone (47) 3281-9000 – Fax (47) 3281-9090 – Site: www.uniasselvi.com.br

Introdução

Não há mais como negar a existência de práticas empreendedoras no Brasil, tais práticas se fazem presentes nos mais diversos setores existentes em nossa sociedade. O empreendedorismo se apresenta nos dias atuais como opção de carreira, que se contrapõe às fissuras sociais e econômicas que têm fragilizado a própria formação dos profissionais, assim como uma estratégia de enfrentamento das poucas oportunidades para os sujeitos que buscam integrar o mercado de trabalho.

Não se pode deixar de considerar que a existência de práticas empreendedoras tem sido determinante para as empresas que não são capazes de se alinhar a esta concepção e têm sido gradativamente levadas à falência, tendo em vista a competitividade no mercado, que a cada dia que passa se torna mais acirrada.

Dentre as principais razões para que as práticas empreendedoras não façam parte do cotidiano de alguns grupos empresariais está a própria organização curricular dos cursos de formação de profissionais da área da administração, que se voltam exclusivamente para as grandes empresas e não abordam de maneira focalizada temas da atualidade que subsidiariam a formação de profissionais arrojados, criativos e empreendedores.

Esses baixos índices educacionais no processo formativo dos profissionais, aliados a práticas de gestão conservadoras, desmotivam os profissionais que não se mostram interessados em fazer uso de instrumentos e ferramentas gerenciais capazes de apresentar ideias inovadoras que fortaleçam os aspectos empreendedores como forma de competitividade no mercado, sejam grupos de pequeno, médio ou grande porte.

Acredita-se que a ação empreendedora não é fruto das questões inatistas ou biológicas dos sujeitos, mas, sim, uma habilidade a ser construída e desenvolvida ao longo do processo formativo e atuação profissional dos sujeitos da área da administração. Assim, embora se considere como relevante o plano de negócios e o processo de formação recebido na escola formal de educação, essas características nem sempre são consideradas pelos empresários, principalmente aqueles que já estão há muito tempo no mercado, os quais não se sentem estimulados, nem pretendem abdicar ou mesmo dedicar parte de seu tempo livre para lançarem-se num processo de aprendizagem das novas ferramentas gerenciais.

Conceitos e definições de empreendedorismo

Definir e conceituar empreendedorismo é uma tarefa que envolve uma grande complexidade, dada a característica multifacetada do tema. Para Bosma e Levie (2009), empreendedorismo envolve três componentes básicos: atitudes, atividades e aspirações, pois entende-se empreendedorismo como a canalização de forças e estratégias para o alcance de um determinado fim.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação. A palavra empreendedor, de emprego amplo, é utilizada neste livro para designar principalmente as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organizações etc. (DOLABELA, 1999, p. 43).

A seu modo, Barreto (1998) entende empreendedorismo como sendo a habilidade de transformar uma situação problemática e provida de poucos recursos em uma atividade provida de certo êxito. Com base no autor, pode-se dizer que tal termo não é resultado ou oriundo

da personalidade dos sujeitos, mas elucidada um comportamento focado na criação e desenvolvimento de negócios que envolvem bons resultados. Uma ação empreendedora é aquela que envolve um certo êxito no projeto que foi proposto.

As considerações de Barreto (1998) dão conta de que o empreendedorismo se relaciona diretamente a uma ideia inovadora, sob condições de natureza totalmente precária ou desprovida de recursos materiais e operacionais. Essa precariedade é definida como:

[...] “muito pouco ou quase nada” significa, na prática, pouco capital disponível, precário nível educacional, tecnologia insuficiente, dificuldade de acesso a crédito, poucos estímulos e incompreensão das vantagens em se ter uma educação empreendedora como política de desenvolvimento econômico e social (PEREIRA; ARAÚJO; WOLF, 2011, p. 116).

Com base nas considerações dos autores, o empreendedorismo nasce de situações inusitadas e cercado por diferentes adversidades, mas a implementação de estratégias e técnicas leva à mudança de uma situação estática e problemática a um negócio produtivo e de bons resultados.

O termo empreendedorismo foi usado pela primeira vez em 1814 pelo economista francês Jean-Baptiste Say, considerado o pai do termo. Drucker (1987, p. 27), fazendo referência a Say, assevera que “o empreendedor transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento”. Assim, ser empreendedor é ter visão de logística e, ao mesmo tempo, ser arrojado para tomar decisões que levem um determinado empreendimento ao sucesso.

Nesse sentido, o empreendedor é o sujeito capaz de criar instrumentos e estratégias que possibilitem a superação das precariedades existentes, passando a contribuir para o crescimento econômico, conquistando assim visibilidade no mercado. Dessa forma, todo empreendedor é um empresário de sucesso, mas nem todo empresário é um empreendedor.

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. [...] O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar e utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive (DORNELAS, 2005, p. 37).

Como bem lembra o autor, a palavra empreendedorismo relaciona-se de maneira acentuada com a criação e o planejamento de algo movido por uma iniciativa. É evidente que todo e qualquer empreendedor, para defender seu projeto, enfrenta riscos e trabalha sempre com a possibilidade de reaproveitamento dos recursos que estão disponíveis de forma inovadora e criativa, recebendo reconhecimento e destaque no meio econômico e social.

Assim, o empreendedor é arrojado e possui um perfil diferenciado das demais pessoas, indo além do que os outros já foram. O empreendedor traz resultados cada vez mais significativos dentro de um grupo empresarial, seja pelo reconhecimento no meio social e econômico, seja pelos recursos que são capitalizados por um determinado projeto. Ao tratar do termo projeto, vem a ideia de coletividade, de grupo, o que geralmente lembra empresas e, nesse caso, há de se ressaltar que nem todas as empresas são empreendedoras, tampouco incentivam pessoas empreendedoras em seu projeto.

Grupo/empresa empreendedor/a

A palavra empreendedorismo trouxe novos rumos para a prática comercial, o que exigiu das empresas uma nova postura para competir com outros empreendimentos no mercado. Cada dia que passa os consumidores se tornam mais exigentes e a criatividade torna-se cada vez mais necessária para atender a esse mercado dentro das possibilidades que estão disponíveis. Nos dias atuais, tornou-se comum o surgimento de ideias inovadoras exitosas e isso independe da quantidade de recursos e bens materiais disponíveis.

No setor empresarial, pode-se dizer que uma empresa ou grupo empreendedor é aquele capaz de desenvolver um projeto com poucos recursos, mas que consegue ter muita aceitação que leva ao seu sucesso e reconhecimento no mundo social e econômico. Schmitz e Bernardes (2008) consideram que a definição de empreendedor nasce com a concepção de organização e gestão dos recursos que se encontram disponíveis.

Empreender nos dias atuais implica modernizar o processo de gestão, superando a perspectiva centralizadora e aflorando no seio dos grupos empresariais práticas administrativas que fortaleçam dentre muitos princípios a criatividade e a autonomia dos profissionais, principalmente no que tange à criação e à apresentação de novos produtos.

Para Schmitz e Bernardes (2008), a postura empreendedora é aprendida e requer um estudo cada vez mais acentuado para o despertar da criatividade dos sujeitos, não há como pensar uma empresa empreendedora que não seja capaz de considerar a necessidade de aprendizagem e aprimoramento dos produtos e serviços oferecidos.

[...] à medida que o mundo se torna mais interligado e os negócios mais complexos e dinâmicos, o trabalho precisa ligar-se em profundidade à aprendizagem. [...] As organizações que realmente terão sucesso no futuro serão aquelas que descobrirem como cultivar nas pessoas o comprometimento e a capacidade de aprender em todos os níveis da organização (SENGE, 1999 apud SCHMITZ; BERNARDES, 2008, p. 4).

As considerações dos autores revelam que empreender é um processo altamente complexo, que requer estudo de possibilidades e aprendizagem, principalmente no que diz respeito à gestão dos recursos e os processos de modernização de serviços e produtos que podem ser oferecidos ao mercado. Sem organização/gestão não existe postura empreendedora, já que essa requer uma forma racionalizada de alocação de recursos, estratégias e técnicas para atingir um determinado fim.

O que se está a dizer é que na atualidade as formas de gestão empresarial hierarquizadas, ou ainda verticalizadas, vêm perdendo significativos espaços no campo econômico e social. Por isso, na atualidade a empresa que pretender ter êxito e trilhar um caminho empreendedor deve, segundo Schmitz e Bernardes (2008, p. 5), repensar suas formas de organização e comercialização, pois “as mudanças no gerenciamento estão calcadas na implantação de modernos métodos de técnicas de gestão”.

Russo e Sbragia (2007) consideram que existe uma clara distinção entre um grupo empreendedor e um que não é. Para os autores, é uma tarefa complexa empreender, por isso requer muito estudo. Na mesma linha apresentada pelos autores, Caird (1991) traz em seu estudo cinco pontos fundamentais que segundo ele identificam um grupo empreendedor, com vistas a êxito em seus empreendimentos. Para esse autor, as dimensões são cinco, discriminadas da seguinte forma:

Necessidade de realização - representa o empreendedor que possui algumas qualidades, como visão futura, autossuficiência, postura mais otimista do que pessimista, orientação para as tarefas e para os resultados, incansabilidade e energia, confiança em

si mesmo, persistência e determinação, além de dedicação para concluir uma tarefa; **Necessidade de autonomia/independência** - representando as qualidades de realização por intermédio de atividades pouco convencionais, preferência por trabalhar sozinho, necessidade de priorizar os seus objetivos pessoais e expressar o que pensa, preferência por tomar decisões ao invés de receber ordens, não se rende à pressão do grupo de trabalho;

Tendência criativa - condensa as qualidades de imaginação e inovação, tendência de sonhar acordado, versatilidade e curiosidade, geração de muitas ideias, intuição, gosto por novos desafios, novidade e mudança;

Propensão a riscos - refletida por qualidades como atuação mesmo com informações incompletas, julgamento quando dados incompletos são suficientes, valorização com precisão de suas próprias capacidades, ambição em um nível adequado, avaliação de custos e benefícios correta, fixação de objetivos desafiadores, mas que podem ser realizados;

Impulso e determinação - representa a tendência do empreendedor possuir as qualidades de: aproveitamento de oportunidades, não aceitação de predestinação, atuação no sentido de controlar seu próprio destino, autoconfiança, equilíbrio entre resultado e esforço e considerável determinação (CAIRD, 1991, p. 177).

Verifica-se que as características empreendedoras são oriundas de toda uma complexidade que requer inovação não apenas na forma de organização dos processos produtivos, mas também requer a absorção de habilidades arrojadas, bem como de um planejamento que valorize a autonomia e a criatividade não apenas do sujeito, mas de seu coletivo, que é a empresa que ele representa. Assim, é importante não apenas que as empresas sejam empreendedoras, mas que valorizem seus profissionais que possuem essa característica de destaque dentro do grupo, mudando a atitude dos demais profissionais para a construção de inúmeros projetos de grande êxito.

As empresas que dão suportes ao empreendedor

É importante ressaltar que na atualidade o ambiente cultural, social, econômico e tecnológico tem passado por profundas transformações propiciadas pelo processo de globalização, que tem exigido dos indivíduos e grupos empresariais uma postura mais arrojada e empreendedora. O processo de globalização, além de possibilitar o crescimento exponencial do comércio internacional, tornou também os consumidores de bens e serviços exigentes e aptos a reconhecer ideias empreendedoras ou não.

A nova concepção, criada a partir do processo de globalização, sinaliza para a reorganização dos grupos empresariais, voltando-se sempre para a adoção de novas ideias e inovação. De acordo com Russo e Sbragia (2007), entre os métodos mais eficientes no que tange às práticas de inovação no cerne das organizações está a ação de encorajar as pessoas a tornarem-se dinâmicas e criativas, pois isso implicaria adotar uma postura empreendedora. Na linha de pensamento trilhada pelos autores, acredita-se que o empreendedorismo só é desenvolvido dentro de um grupo empresarial quando as pessoas têm espaço e liberdade para desenvolver sua criatividade a partir dos recursos que ali estão disponíveis (CAIRD, 1991).

A pessoa ou grupo empresarial que é capaz de criar um empreendimento a partir de uma situação pouco viável é denominada empreendedora ou intraempreendedora (HASHIMOTO, 2006). Diante do contexto em voga, entende-se que uma empresa com perfil empreendedor caracteriza-se pela modalidade processual de criação de ideias, alternativas, produtos e serviços diferenciados do que está sendo oferecido no mercado, com valor, pela dedicação e esforço de alguém ou grupo que assume os riscos financeiros, psicológicos e sociais e que busca as recompensas resultantes na forma de satisfação pessoal e monetária (HISRICH; PETERS, 1986).

Diante desse novo cenário, Tapscott (1999) considera que na atualidade as organizações podem desfrutar de novos mercados para desenvolver e incentivar em seus funcionários atitudes empreendedoras. Os mercados, em contrapartida, tornaram-se cada vez mais diversificados, ampliando-se em alguns momentos e encolhendo em outros, mas tendo sempre como ponto de partida a competitividade legitimada na sociedade capitalista e solidificada pelo processo de globalização.

Nesse novo espaço de competitividade sobrevivem somente os grupos empresariais que possuem visões estratégicas ou que incentivam seus profissionais a desenvolver uma postura empreendedora; os quais são capazes de apresentar ideias e projetos inovadores que tenham boa aceitação por parte do mercado consumidor ou que tragam novas perspectivas para o setor social, cultural, educacional e econômico. Somado às exigências acima, ainda se tem:

[...] um novo ambiente competitivo global, não apenas a partir de concorrentes tradicionais, mas também formado por concorrentes não tradicionais em mercados tradicionais. Soma-se a isso a desintegração das barreiras de acesso a mercados anteriormente monopolizados, cartelizados e protegidos. Isso significa que os gestores das organizações não poderão mais se sentir excessivamente confiantes de que suas fatias de mercado e suas posições competitivas permaneçam asseguradas [...] (PEREIRA; ARAÚJO; WOLF, 2011, p. 114-115).

É nesse contexto que as micro e pequenas empresas ganham visibilidade, pois trazem uma nova forma de competição global, principalmente no que tange à flexibilidade de ação, pelo aspecto complementar em potencial que essas empresas desenvolvem com as grandes empresas e pela característica peculiar de gerar novos postos de trabalho (VILLELA, 1994).

O incentivo na própria formação dos profissionais na área da administração necessita ser repensado, considerando as novas exigências do mercado por sujeitos que desenvolvam ideias empreendedoras e inovadoras. Por isso, a formação de administradores necessita ser repensada para o plano empreendedor das pequenas e médias empresas e não apenas para as grandes empresas, como tem sido.

Dessa forma, não cabe apenas às empresas darem suporte aos seus profissionais, mas é preciso que estes sejam formados a partir de um currículo que considere as novas práticas de gestão e um modelo educacional voltado para a capacidade criativa, inovadora e empreendedora dos sujeitos. Para que isso ocorra, as empresas precisam colocar cada vez mais em evidência a necessidade de profissionais empreendedores, oferecendo suporte até mesmo para que seus profissionais desenvolvam um processo formativo permanente, que levem em consideração temas da atualidade que ainda têm sido tratados de maneira marginal e superficializada, desconsiderando as novas perspectivas de administração voltadas para os pequenos e médios empreendimentos, que têm aumentado significativamente no território nacional, chegando a representar quase 99% do universo das empresas brasileiras.

Considerações finais

Em linhas gerais, o presente texto buscou destacar a importância da adoção de uma postura empreendedora mediante as situações mais diversas que o mercado oferece. No cenário atual brasileiro de crise, posturas empreendedoras têm encontrado espaço para sua difusão, principalmente no sentido de manter seu empreendimento no mercado.

Nota-se ao longo do texto que a ação de empreender não nasce do acaso, mas de uma necessidade pessoal e até coletiva dos sujeitos. Assim, a necessidade, a oportunidade e a cria-

tividade são fundamentais para que nasça e se solidifique uma postura empreendedora. Desta forma, todo empreendedor é detentor de um plano de negócios, ou mesmo de um planejamento menos informal, mas que orienta suas ações. Nesse sentido, o planejamento é o ponto de partida para a ação empreendedora, já que geralmente envolve atitudes racionais para o uso dos recursos que estão disponíveis no desenvolvimento de um projeto e/ou empreendimento.

Destacou-se ao longo deste estudo a importância da educação formal (acadêmica) e o uso de ferramentas gerenciais (novas/modernas práticas de gestão) com base num planejamento que considere o uso racional dos recursos para o exercício de uma gestão de micro e pequenas empresas.

Diante desse contexto em que as micro e pequenas empresas ganham visibilidade, entende-se como necessária uma reformulação dos cursos de Administração com vistas a atender a esse novo mercado que vem se formando, longe das perspectivas de administradores voltados para médias e grandes empresas.

Referências

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BOSMA, N.; LEVIE, J. **Global Entrepreneurship Monitor 2009** – Executive Report. Santiago: Global Entrepreneurship Monitor, 2009.

CAIRD, S. **Testing enterprising tendency of occupational groups**. British Journal of Management. v. 2, p. 177-183, 1991.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

HASHIMOTO, M. **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Establishing a new business venture unit within a firm**. Journal of Business Venturing, v. 1, n. 3, 307-322, 1986.

PEREIRA, M. F.; ARAÚJO, P. C.; WOLF, S. M. A aceitação do uso de ferramentas gerenciais por empresários: um problema de formação acadêmica? GESTÃO.Org. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**. v. 1. n. 9, p. 110-135, jan./abr. 2011.

RUSSO, R. F. S. M.; SBRAGIA, R. Tendência empreendedora do gerente: uma análise de sua relevância para o sucesso de projetos inovadores. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 14, n. 3, p. 581-593, set./dez., 2007.

SCHMITZ, A. L. F.; BERNARDES, J. F. **Atitudes Empreendedoras e Desafios da Gestão Universitária**. 2008. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/>

handle/123456789/61474/Atitudes%20Empreendedoras%20e%20Desafios%20da%20Gest%20Universit%20Elria.pdf;jsessionid=4EF29139EF88F4D015AC7F294D4AA-D04?sequence=1>. Acesso em: 24 abr. 2016.

TAPSCOTT, D. **Economia digital**. São Paulo: Makron Books, 1999.

VILLELA, A. **As micro, pequenas e médias empresas**. Textos para Discussão. BNDES. Rio de Janeiro, 1994.

Artigo recebido em 30/05/17. Aceito em 10/07/17.