**PERFIL DO EMPREENDEDOR**

O Empreendedor: Conceitos

A palavra “empreendedor” não é nova no meio empresarial, talvez tenha tido outras denominações, mas a sua origem vem de longa data e é quase consenso geral na visão de muitos autores.

Na verdade a palavra empreendedor foi utilizada pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. Mais tarde, por volta de 1765 o termo começou a ser utilizado na França para designar aquelas pessoas que se associavam com proprietários de terras e trabalhadores assalariados.

Antigamente falava-se em comerciante, negociante, “homem de negócios” e até mais recentemente empresários. Hoje, o termo empreendedor é muito ouvido e debatido tanto no meio acadêmico como literário. São obras e revistas e cursos que abordam o assunto, tornando este termo conhecido de todos. Apesar de vários autores esboçarem um conceito próprio, todos acabam concordando que para ser empreendedor de sucesso é preciso ter certas caracetrísticas.

Para Degen:

“o empreendedor é o agente do processo de destruição criativa, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros. (DEGEN 1989, p. 2)”

Características do empreendedor

Percebe-se que nesta visão atual o empreendedor é tido como uma pessoa que têm uma visão mais abrangente, holístico, com habilidades próprias e um espírito empreendedor destaável dos demais segmentos.

Já para Dolabela (1999, p. 28), “O empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). É um fenômeno regional, ou seja, o perfil do empreendedor pode variar de um lugar para o outro”.

Desta forma, percebe-se que determinadas regiões que têm muitos empreendedores, tem que ser levado em conta também além dos incentivos fiscais, o espírito empreendedor dos cidadãos que residem nestas regiões. É a questão cultural, social e acima de tudo o entusiasmo que as pesoas vêem nos seus semelhantes e acabam se contagiando passando também a ser empreendedor.

Navarro (2003) vai mais longe e afirma que a discussão sobre o empreendedor é muito ampla, mas o acesso ao seu conceito e aplicação não tem a mesma proporção em nosso país, pois se hoje um em cada oito brasileiros é empreendedor, a grande maioria o faz por necessidade.

Talvez seja por isso que muitas empresas acabam falindo antes dos cinco anos de existência, pois acabam aventurando-se num “negócio”, sem muitas experiências, agem assim mais por necessidade de sobrevivência do que por espírito empreendedor.

Percebe-se então que para ser empreendedor é preciso ter iniciativas, idéias, mudar e inovar constantemente e, isso passa pela busca da melhoria contínua seja do produto, serviço ou do desempenho na função que exercer. O empreendedor na realidade é um grande inquieto. Ele precisa estar se desafiando, se superando com freqüência.

Navarro complementa seu conceito sobre empreendedor desta forma:

“…a meu ver, o empreendedor é um otimista, uma pessoa repleta de energia voltada para realizar, portanto, analisa tudo com muito critério e não esquece nenhum detalhe, mas sem dar mais crédito ao pessimismo do que dá às oportunidades que podem surgir, mesmo em situações adversas. (NAVARRO 2001, p. 35)”

Desta forma pode-se dizer que ser “empreendedor”, é ter uma concepção de vida diferente da maioria das pessoas, ou seja, é realizar tarefas com metas e objetivos bem definidos, é resolver problemas com decisão e iniciativa, é enfrentar desafios, enfim é saber desafiar padrões e ir além do pensamento comum que caracteriza a maioria das pessoas.

O importante é saber que o êxito de um empreendimento, tanto profissional quanto pessoal, pode ser gerenciado, e isto está diretamente relacionada com a prática de gestão. E quando se fala em prática de gestão, se fala em intenção, propósito, objetivo. É preciso, portanto, ter foco em resultados, pois gerenciar e inovar são a mesma coisa, mas a inovação deve criar valor senão é uma mera novidade.

O Perfil do Empreendedor

O que se pergunta no momento, é qual o perfil ideal de um empreendedor, isto é, se existe um perfil a ser seguido, ou se o empreendedor já nasce pronto, sabendo tudo, sem ser preciso se atualizar, comparar e acima de tudo aprender?

Segundo Dolabela (1999) o perfil do empreendedor tem tudo a ver com o meio ambiente onde vive, pois o mesmo é produto do meio em que vive, isto é, se o indivíduo tem na família alguém empreendedor ou mora numa cidade em que as pessoas estão sempre abrindo alguma empresa, investindo em algum negócio, isto acaba contagiando-o, e motiva-o a ter o seu próprio “negócio”, isto é, acabam se tornando empreendedores porque observam no seu amigo ou parente alguma atividade que está lhe rendendo lucros e bem estar social.

Reforça-se desta maneira a teoria de que o ambiente onde as pessoas vivem acabam influenciando decisivamente o número de empresas a serem criadas, desenvolvidas, gerando empregos e riquezas para a região ou país ao quel pertence.

Entretanto, para Dutra:

“em primeiro lugar é necessário confrontar os mitos sobre pessoas nascidas para o sucesso com as pessoas nascidas para o fracasso. Pesquisadores e estudiosos investigaram centenas de pessoas de grande sucesso e identificaram algumas características que estão presentes em todas elas, alguns caminhos que se repetem e que podemos seguir para alcançarmos nosso próprio sucesso. DUTRA (2001, p. 14)”

A estas questões Dolabela (1999, p.33) procura responder afirmando que o empreendedorismo não é uma ciência, portanto, não existe paradigmas ou padrões a ser seguido.

Percebe-se que muitos vêem a empresa como um instrumento que vai lhe permitir mostrar aos outros que ele tem capacidade de obter o sucesso e ser destacado entre os demais. Entretanto, é preciso salientar que o empresário precisa ser muito flexível e atento às inovações, para isto deve ter conhecimentos diferenciados em cada etapa onde a empresa se encontra.

E quando se fala em inovação, é perceptível que somente aqueles empreendedores que se atualizaram, se adequaram ao novo modelo econômico mundial e que acima de tudo inovaram em suas empresas foram os que ainda até hoje se sustentam em seus empreendimentos.

Ainda com relação a inovar, de acordo com Nobrega (2004), no passado, tinha a ver com supervisionar, porém, ninguém precisa mais de supervisores. Supervisão é coisa de industrial. O que está faltando hoje é empreendedor voltado para a gestão em resultados. E, para isso é importante que o empreendedor acredite em si e faça com que os outros também acreditemo mesmo.

A empresa moderna precisa ser gerenciada como um todo, onde o planejamento deve ser bem elaborado e acima de tudo deve haver cobranças de comprometimento de seus colaboradores (funcionários).

Sabe-se que com o advento da globalização, ser empreendedor hoje no Brasil não é muito fácil, é a concorrência acirrada, os impostos cada vez mais verozes e a falta de comprometimento dos funcionários, causados pelo despreparo dos mesmos. Citar exemplos de empresas bem sucedidas são raros. Segundo o SEBRAE – SP (2004), de cada 100 empresas abertas no país, 35 não chegam ao final do primeiro ano de vida; 46 não sobrevivem ao segundo; e, 56 desaparecem no terceiro ano de vida.

Percebe-se então o quanto é difícil ser empreendedor neste país, pois é preciso ter muita competência para sobreviver num ambiente econômico, de altos e baixos, com juros extravagantes e linhas de créditos reduzidas.

Mesmo assim, Chiavenato apud Viveiros, (2004), afirma que espírito empreendedor, determinação e criatividade são fundamentais, mas têm se mostrado insuficientes para muitas pessoas que abrem seu próprio negócio. A causa maior do fechamento de empresas segundo Chiavenato (2004), pode estar na falta de informação e no uso de modelos puramente intuitivos de gerenciamento.

Percebe-se então que para ser empreendedor, além da competência é preciso ter um mínimo de conhecimento, estar atentamente informado e saber usar as ferramentos de gerenciamento atuais, tais como montar uma equipe, gerenciar a produção, cuidar do marketing e, principalmente das finanças.

Lobos (2000), explica que existem alguns traços de personalidade percebidos nos verdadeiros empreendedores e cita-as como sendo a visão, isto é, empreendedores que enxergam longe, onde normalmente seus concorrentes ainda não perceberam. Afirma ainda que os empreendedores têm que ter energia, uma força interna capaz de mover montanhas, e acima de tudo precisam deixar sua marca em tudo o que realiza.

Percebe-se que na visão destes autores, os empreendedores são visceralmente competitivos, isto é, querem ser os primeiros em tudo, ocupando os espaços o tempo todo. Destacando-se dos demais, sendo audaciosos, ambiciosos e tendo como meta o sucesso.

Wever (2004, p.42), afirma que “é preciso seguir as oportunidades e a intuição e não o mercado”. Cita o fundador da Localiza, a maior locadora de carros do Brasil, como um empreendedor bem sucedido. Diz ainda que foi a perseverança que ajudou este empresário a se superar nos momentos de crises, sabendo tirar proveitos dos momentos de crise.

Diante destas colocações, pode-se então traçar algumas características mínimas que os empreendedores deverão ter para obterem sucesso nos seus empreendimentos. Sabe-se, entretanto, que não existe um modelo ou perfil a ser recomendado, porém, diversos autores, baseado em experiências, esboçam algumas características mínimas do empreendedor de sucesso.

Na verdade, o empreendedor pode ser comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, deles extraindo o que têm de melhor, mas consegue transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo uma partitura, um tema, um objetivo. O empreendedor deve definir objetivos, orientar a realização de tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, incentivar as pessoas no rumo das metas definidas e produzir condições de relacionamento equilibrado entre a equipe de trabalho em torno do empreendimento.

Precisa orientar para resultados, para o futuro, para o longo prazo e conhecer muito bem o ramo em que atua, cultivando a imaginação e aprender a definir visões; traduzindo seus pensamentos em ações; definindo o que deve aprender para realizar as suas visões. É importante ser pró-ativo diante daquilo que deve saber, ou seja, primeiramente definir o que quer, aonde quer chegar, depois buscar o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo.

De todas estas características, percebe-se que ser empreendedor é muito mais do que ser apenas um “aventureiro” nos negócios, pois para tudo precisa-se acima de tudo um planejamento. Por isso, é muito comum se ouvir o nome de pessoas que tiveram sucesso nos seus empreendimentos. Entretanto é comum também ouvirmos história de pessoas que atingem o topo e depois desabam. Este é um drama que acontece desde o início dos tempos.

De acordo com Muoio (1999, p. 56), “o maior caso de confusão de identidade na sociedade moderna diz respeito aos quatro marcos de sucesso público: dinheiro, poder, fama e status.” A autora diz que não tem nada contra estas ferramentas desde que estas sejam vistas como recursos, armas e não como metas a alcançar.

Já numa visão mais futurista, Nóbrega (1999, p. 88), “o futuro valorizará cada vez mais o trabalhador da inteligência. E arremata assim: “você tem duas opções: ou caminha para o futuro com as próprias pernas ou será rebocado para lá”.

Percebe-se então que não se pode ficar parado esperando que tudo caia do céu. É preciso reagir. E aí talvez surja um grande dilema: como manter ou melhorar o desempenho na empresa e ainda preservar a qualidade de vida. Legal (2004, p. 18) afirma que “nós somos energia, então, só precisamos gerenciá-la. E quando se fala em gerenciar, não fala do tempo, mas procurar aproveitá-lo melhor.”

O Líder Empreendedor

Percebe-se, entretanto que hoje em dia, para sobreviver em meio à competividade do ambiente empresarial, não basta apenas tornar-se líder: é preciso liderar com criatividade, aprender-se a adaptar às situações e às pessoas ao redor, respeitando limites e comportamentos diferentes.

Para Cardoso,

“todos os líderes, em qualquer tempo, tiveram de lidar com a mudança e buscar saídas para problemas causados por imprevistos, acidentes da natureza – como terremotos -, guerras, fome, pestes e revoltas sociais. Talvez o que caiba seja uma atualização sobre os intervalos entre tempestade e bonança. Hoje, o espaço entre esses dois fenômenos é cada vez menor. A máxima, inclusive, poderia ser alterada para depois da tempestade, vem a bonança e depois, a tempestade novamente. CARDOSO (2002, p. 68)”

Na verdade, percebe-se que liderança é um processo. Não existe fórmula para ser líder, é a pessoa que precisa ser trabalhada, descobrir dentro de si o potencial para dirigir pessoas. Querer ser líder, gostar de influenciar pessoas e exercer o poder talvez sejam as características mais comuns.

É comum ouvirmos os conceitos de líder criativo; líder eficaz; líder camaleão. Essas qualidades na verdade não são inatas de alguns privilegiados ou fruto de poderes concedidos ou de hierarquia, mas com certeza, é possível aprender e desenvolver uma das competências mais valorizadas num empreendimento; a liderança, e esta competência segundo Shinyashiki (1999, p. 100), “pode ser dividida em três grupos: lidar com as pessoas; lidar com as informações e lidar com tecnologia.”

Na verdade cada pessoa tem as suas aspirações pessoais, os seus objetivos, as suas preferências, as suas características de personalidade, os seus talentos e habilidades. Cada pessoa é única e ímpar. Da mesma forma, entende-se que para que as pessoas possam trabalhar satisfatoriamente em equipe, precisam de liderança.

Segundo Chiavenato (1993, p. 135), “a liderança constitui uma necessidade típica do trabalho em equipe. Para fazer funcionar e produzir resultados, o empreendedor precisa desempenhar muitas funções ativadoras.”E reforça ainda que a liderança é um fenômeno tipicamente social que ocorre exclusivamente em grupos sociais. Na verdade ele quer dizer que liderança é um tipo de influenciação entre pessoas, isto é, uma pessoa influencia a outra em função dos relacionamentos existentes entre elas.

Percebe-se que não basta ser apenas um empreendedor, pois é preciso ter espírito de liderança e principalmente trabalhar em equipe, e para isto é preciso estar atento às informações e as pessoas precisam ser multifuncionais. Todos têm que estar alinhado no que se refere ao conhecimento.

E para trabalhar em equipe é preciso ter confiança, saber resolver os conflitos e estar comprometido. Diante destas premissas, é importante refletir quais as razões que levam um empreendedor a iniciar uma empresa.

Na verdade percebe-se que geralmente o empreendedor almeja em sua vida conquistar uma posição destaque na sociedade em que vive e ser respeitado por seus amigos. Também tem uma ânsia em aumentar o seu status e prestígio na família, conseguindo desta forma um lugar de destaque e prestígio na sociedade.

Mori (1998, p. 43) afirma que “o empreendedor vê a empresa como um instrumento que vai lhe permitir mostrar aos outros que ele tem capacidade de obter o sucesso e ser destacado entre os demais.”

Percebe-se que o verdadeiro líder empolga, inspira e faz com que as pessoas de seu convívio o sigam sem nenhum esforço aparente. Para Diniz (2004, p.52), “liderança é a capacidade é a capacidade de inspirar, motivar e movimentar pessoas a atingirem e superarem metas, ultrapassando aquilo que aparentava ser seus limites”.

É por essas razões que liderança tem que ter uma certa relação com empreendedor, e esta liderança deve ser uma arte que vem de dentro das pessoas e se descobre isto através do auto-conhecimento, pois quem tem clara a sua missão torna-se automaticamente mais confiante e motivado e estas são virtudes (confiança e motivação) que levam uma pessoa a ter sucesso, tanto em sua vida particular como profissional.

Isso posto, quer dizer que ninguém consegue o sucesso sozinho, é preciso saber trabalhar em equipe. Umas pessoas focam nos resultados, outras focam nas pessoas e, se a liderança é a capacidade de influenciar comportamentos e conduzir pessoas a um propósito, a um resultado, é preciso saber qual foco escolher.

Percebe-se que todo o líder esbarra nesta dualidade: ou focar nas pessoas ou focar no resultado. Mussak (2004, p 98), diz que “parece não haver outra alternativa, se não a do líder aumentar seu estrabismo e manter um olho posto nos resultados desejados e outro nas pessoas que o ajudarão a chegar lá, pois autoridade e democracia não são incompatíveis.”

Já para Degen (1989), o sucesso na criação de um negócio próprio depende basicamente do desenvolvimento, pelo empreendedor, de três etapas: a primeira consiste em identificar a oportunidade de negócio e coletar informações sobre ele; a segunda, em desenvolver o conceito do negócio, com base nas informações coletadas na primeira, identificar riscos, procurar experiências similares para avaliar esses riscos, adotar medidas para reduzi-los, avaliar o potencial de lucro e crescimento e definir a estratégia competitiva a ser adotada; e a terceira consiste em implementar o empreendimento, iniciando pela elaboração do plano de negócio, definição das necessidades de recursos e suas fontes, até sua completa operacionalização.

Percebe-se desta forma que ser empreendedor não uma tarefa muito fácil, pois além das habilidades pessoais o indivíduo depende de fatores externos tais como as tendências de mercado.

Percebe-se então que a liderança não é uma qualidade exclusivamente inata e, geralmente, concretiza-se a partir de um planejado desenvolvimento de competências, atitudes e comportamentos ao longo da vida dos indivíduos.

Da mesma forma, pode-se perceber que para ser líder não é necessariamente preciso ser um empreendedor, mas para ser um empreendedor de sucesso é preciso ter espírito de liderança.

Diante das concepções dos autores pesquisados, constata-se que não existe um perfil ideal ou modelo a ser seguido, porém para se ter sucesso é preciso seguir algumas regras observadas em empreendedores de sucesso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAIR, John. Lideranças para o sucesso: deixe de ser chefe para se tornar líder. São Paulo: Nobel, 1992.

BERGAMINI, Cecília W. Liderança: administração do sentido. São Paulo: Atlas, 1996.

CARDOSO, Margot. Líder? Líder, não! Liderança. São Paulo: Intermundi Editora Ltda., 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. Gerenciando Pessoas. São Paulo: Makron Books, 1993.

DEGEN, Ronald. O Empreendedor: Fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill. 1989.

DIEHL, Astor Antonio; TATIM, Denise Carvalho. Pesquisa em ciências sociais aplicadas: Métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DOLABELA Chagas, Fernando Celso. O segredo de Luísa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Ed Pioneira, 1987.

DUTRA, Dácio Bonoldi. Nascido para o sucesso? São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2001.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GÓIS, Maurício. Os oitos focos das pessoas vencedoras. São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2002.

GUARESMIN, Carmem. Por um mundo metamelhor São Paulo: Editora Abril. VOCÊ s.a Ed. 64 out/03.

LOBOS. Júlio. Será você um empreendedor? São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2002.

MORI, Flávio de. Empreendedor: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 1998.

MOTUMURA, Oscar. A decisão numa fração de segundos. São Paulo: Editora Abril. VOCÊ s.a Ed. 62 ago/03

MUOIO, Anna. Não confunda sucesso com riqueza. São Paulo: Editora Abril VOCÊ s.a Ed. 14 ago/99

NAVARRO, Leila. Ser empreendedor independe do negócio. São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2000

\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Habilidades imprescindíveis. São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2004

NÓBREGA, Clemente. A quinta onda é o seu futuro. São Paulo: Editora Abril. VOCÊ s.a Ed. 14 ago/99

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Empreendedorismo: os caminhos para alcançar sucesso. São Paulo: Intermundi Editora Ltda, 2004

O´TOOLE, Jame. Liderando mudanças. São Paulo: Makron Books, 1997.

SHINYASHIKI, Roberto. As estrelas brilham na escuridão. São Paulo Editora Abril. Revista VOCÊ s.a Ed. 14 ago/99

ANEXO 1

QUESTIONÁRIO

Sexo……………………..

Idade………………………….

Grau de Instrução……………………………………

Ramo de atividade………………………………………………………………………..

Ano do início das atividades……………………

Número de funcionários:………….

Possui mais alguém na família que foi ou é empreendedor?……………………………..

Caso seja afirmativa a pergunta anterior. Qual o grau de parentesco:…………………

……………………………………………………………………………………………..

Quando iniciou o negócio, usou capital de terceiros?……………………………………….

Caso seja afirmativa a pergunta anterior, quanto por cento representou no capital total investido…………………………………

Quantos Cursos de aperfeiçoamento participou nos últimos três anos?……………….

Necessitou usar empréstimos bancários nos últimos três anos?……………………………

Nos últimos três anos sua empresa Cresceu, permaneceu do mesmo tamanho ou encolheu?

A sua empresa investe em treinamento em mão-de –obra?………………………………….

Numere de 1 a 10 as maiores dificuldades de sua empresa (o número 1 é a maior dificuldade e assim por diante).

( ) falta de mão-de-obra especializada

( ) falta de linhas de crédito.

( ) falta de apoio do poder público

( ) Carga tributária muito alta

( ) instalações inadequadas

( ) inadiplência dos clientes muito alta

( ) falta de capital de giro

( ) ponto/local inadequado

( ) falta de conhecimento gerencial

( ) falta de clientes