

EMPREENDEDORISMO

**QUAIS OS MOTIVOS QUE
NOS LEVAM A
EMPREENDER?**

Autoria: Dra. Ana Lúcia Ferraresi Schmitz - Revisão
técnica: Dr. Leandro Trigueiro Fernandes

Introdução

Neste material, vamos estudar o fenômeno do empreendedorismo abordando tópicos como o empreendedorismo no Brasil, em que você irá conhecer a motivação para empreender em nosso país; as perspectivas comportamentais, item para compreender as necessidades pessoais para empreender; as características do empreendedor que possibilitam descrever o perfil do empreendedor; e, por fim, a importância de uma rede de relacionamentos no processo empreendedor.

Para começar o estudo, você precisa criar uma consciência crítica e reflexiva respondendo a perguntas como: O que há de diferente entre empreender no Brasil e no mundo? Como as necessidades humanas podem influenciar na ação de empreender? Como posso me reconhecer como um empreendedor? Por que um empreendedor deve desenvolver uma rede de relacionamentos? Estas reflexões irão facilitar sua compreensão dos tópicos deste capítulo e posteriormente desenvolver respostas ao questionamento proposto – qual o motivo que nos leva a empreender?

Portanto, tenha em mente que você está prestes a construir um conhecimento científico e para tal ele precisa ser racional, objetivo, factual e verificável.

Bons estudos!

Tempo estimado de leitura: 49 minutos.

2.1 Empreendedorismo no Brasil

Neste tópico, você irá conhecer como se desenvolve o empreendedorismo no Brasil e no mundo, as diferenças e características entre um modelo e outro. Desde o início da história da humanidade, o desenvolvimento da sociedade e da vida humana vem sendo acompanhada por ações empreendedoras desenvolvidas por obras resultantes das necessidades sentidas e observadas por homens contemporâneos às suas idades e eras.

Já na pré-história, período onde as habilidades mais elementares foram desenvolvidas, encontramos o desenvolvimento de instrumentos para caça, pesca e coleta de alimentos, bem como estratégias para a organização social dos grupos de pessoas.

Embora não sendo utilizado o termo empreendedorismo, foi justamente essa capacidade de visão, criação e inovação que levou o homem a desenvolver e encontrar soluções para as necessidades surgidas ao longo das épocas.

Empreendedorismo tem despertado o interesse econômico e social de vários países e tem se mostrado um motor propulsor de desenvolvimento devido a suas características inovadoras e arrojadas predispondo ao crescimento econômico e social destes. A figura do empreendedor torna-se necessária aos desafios apresentados pela abertura dos mercados mundiais às inovações tecnológicas em constante mutação e ainda a velocidade das mudanças.

O conceito de empreendedorismo passa, desde o século XII, por vários significados designando desde características de personalidade até características econômico-ambientais, conforme apresenta Schmitz (2009). Adotado no modelo *Global Entrepreneur Monitor* - GEM tem um significado econômico bastante acentuado, apresentando toda e qualquer atividade com características econômicas e esforço autônomo para a criação de uma base de recursos (GEM, 2017). Assim, o conceito de empreendedorismo é definido como:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente. em qualquer das situações a iniciativa pode ser de um indivíduo, grupos de indivíduos ou empresas já estabelecidas (GEM, 2017, p. 17).

Segundo o GEM (2017, p. 18), uma classificação para diferenciar a forma de empreendedorismo entre os países do mundo, acontece por características como:

- a) Países onde o empreendedorismo é impulsionado por forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais;
- b) Países onde o empreendedorismo é impulsionado pelo avanço da industrialização e organizações intensivas em capital;
- c) Países onde o empreendedorismo é impulsionado pela inovação em que os empreendimentos são intensivos em conhecimento e também pela expansão e modernização do setor de serviços.

Ao analisar os fatores podemos corroborar com a afirmação que poderíamos classificar da seguinte forma: países subdesenvolvidos, países em desenvolvimento e países desenvolvidos. E como fica o caso brasileiro? Quais seriam as características que diferenciam o empreendedor brasileiro de outros empreendedores no cenário mundial? Vamos à resposta no tópico a seguir.

2.1.1 Características do empreendedor brasileiro

Com base na classificação do GEM, o Brasil encontra-se entre os países em desenvolvimento, sendo assim o empreendedorismo é impulsionado pelo avanço da industrialização e organizações intensivas em capital, ou seja, organizações que correm muito mais riscos, uma vez que necessitam de maior investimento de instituições financeiras. Com isso depreende-se que o empreendedor brasileiro é aquele que empreende por necessidade.

Dornelas (2012, p.11) afirma que “em todo mundo há interesse pelo empreendedorismo [...] Há uma convicção de que o poder econômico dos países depende de seus futuros empresários”. Assim, a construção de um modelo brasileiro que mensura o empreendedorismo interpreta sistematicamente informações de fontes seguras como a base de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), bem como do SEBRAE, em que o cruzamento de informações permite definir o modelo de empreender por oportunidade ou por necessidade. O modelo aponta que a diferença encontra-se nas características comportamentais do indivíduo empreendedor.

Então, você conseguiu se encontrar como um empreendedor brasileiro? Ou você ainda não havia pensado a respeito? Vamos às próximas colocações!

O anuário GEM tem desenvolvido estudo sobre empreendedores ao redor do mundo e estabelece a importância para o desenvolvimento econômico das nações por meio de empreendedores empresários, que apresentam características diferenciadas em função de cada cultura nacional. No Brasil, para ser um microempreendedor individual (MEI) é necessário ter uma fatura anual de até R\$ 81.000,00 ou R\$ 6.750,00 por mês, não deve ter participação em outra empresa como sócio ou titular e ter no máximo um empregado contratado que receba o salário-mínimo ou o piso da categoria. Portanto, MEI é um microempreendedor que já definiu seu empresariado no mercado, mas até chegar a ser um empreendedor microempresário, teve que percorrer um caminho. Os órgãos governamentais consideram esse caminho “informalidade”, no entanto, pensamos que neste percurso, as capacidades empreendedoras tenham se expressado durante a busca.

O anuário GEM (2017) traz a informação que no Brasil 62% dos empreendedores possuem idade entre 18 a 44 anos, são iniciantes, com baixa escolaridade, e além das dificuldades socioeconômicas relacionadas e muitas barreiras, consideram que o empreendedorismo praticado é preponderantemente por necessidade e não por oportunidade.

Esses microempreendedores não procuram e não percebem a necessidade de buscar informações iniciais sobre o ramo de seu negócio, alegando falta de tempo. Outra característica observada é que os empreendedores por necessidade atuam em atividades que requerem pouco investimento financeiro e tenha retorno imediato, atuando com prestação direta de serviços aos consumidores.

Para o GEM (2017, p. 29), os empreendedores por oportunidade “são capazes de identificar uma chance de negócio ou nicho de mercado, empreendendo mesmo possuindo alternativas concorrentes de emprego e renda”. A formalização, mesmo sendo facilitada para MEIs e a custo baixo, representa um entrave aos empreendedores, levando a grande parte a não ter um Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Ainda segundo o GEM (2017, p. 81), “a mentalidade empreendedora é um conceito que está associado à percepção e avaliação interna do indivíduo sobre o ambiente no qual ele está inserido (...)”.



Você sabia?

O empreendedorismo por necessidade é uma característica brasileira visto ser grande o número de pessoas desempregadas com necessidade de subsistência. Normalmente isso acontece com pessoas jovens e com pouco estudo formal e conhecimento do mercado de trabalho. Com isso, desenvolvem atividades para subsistência com sucesso em algumas das vezes.

Portanto, há vários fatores limitantes ao empreendedorismo no Brasil, como: educação e capacitação, visão, capacidade empreendedora, falta de informação, não acesso a recursos financeiros, desconhecimento da gestão de seu negócio, falta de políticas governamentais, entre outros. A figura a seguir apresenta um típico microempreendedor individual por necessidade.



Figura 1 - Ser um vendedor de cachorro quente representa um MEI por necessidade, para garantir renda, por não encontrar outra opção de sobrevivência Fonte: Angkrit, Shutterstock, 2021.

#PraCegoVer Na figura, temos a ilustração de um vendedor de cachorro quente com seu ponto de venda em forma de carrinho. Este tem uma proteção e o desenho de um cachorro quente na frente. O vendedor está atrás, vestindo avental e apontando para uma embalagem de mostarda, a qual está ao lado de uma embalagem de ketchup.

Esses dados nos levam a refletir que muitos dos empreendedores por necessidade no Brasil não se prepararam para tornarem-se empresários, pois não possuem informações sobre o ramo de atividade, noção de gestão, entre outros. Há também uma baixa incidência na busca por órgãos de apoio ao empreendedor, o que leva esses empreendedores a encontrarem maiores dificuldades na gestão do negócio, planejamento, gestão financeira, visão de mercado, dificultando a continuidade e sucesso do empreendimento.

Faz-se urgente, portanto, o desenvolvimento de ações de fortalecimento do empreendedorismo no Brasil, especialmente para empreendimentos de micro, pequeno e médio porte, além dos microempreendedores individuais, sobretudo, com foco nas políticas governamentais, novos processos de educação e capacitação para empreendedores, apoio financeiro ao empreendedorismo., como também avançar na área de pesquisa e desenvolvimento, incentivando a criação de empreendimentos que atuem nesse segmento.

Essa carência coloca o Brasil na perspectiva de país em desenvolvimento, trabalhando muito mais em serviços, ao contrário de países desenvolvidos, onde os empreendedores procuram conhecer, por meio de órgãos governamentais, o mercado. Além disso, possuem o conhecimento acadêmico necessário para abrirem um negócio, fazem cursos necessários durante o percurso de sua colocação no mercado, contam com incentivos e políticas governamentais para que haja continuidade dos negócios e manutenção de empregos.

Já o caso de países subdesenvolvidos, na classificação de empreendedores em nível mundial, está no fato de empreenderem em trabalhos mais extrativistas.

De Masi (2001, p. 164) observa que “a progressiva intelectualização de toda atividade humana é valor emergente da sociedade pós-industrial”. E ainda Cerdeira et al. (2000), chama a atenção para a abertura do mercado mundial e o rápido desenvolvimento tecnológico que tem trazido mudanças sociais, culturais e econômicas em nível global e como isso afeta frontalmente os empregos e trabalhos e acabam por refletir no comportamento das pessoas. Esse mercado global e tecnológico atual exige um novo perfil profissional que demonstre qualificação, visão, estudo, persistência, criatividade e competência.

Você quer ler?



Fazer novos cursos e investir em capacitação é importante para que o empreendedor tenha sucesso. Uma das formas de se capacitar é a leitura. Mas o que ler? O site do SEBRAE (2018) apresenta artigos com dicas e recomendações para os empreendedores, como é o caso do plano de negócios. Saiba o que é um plano de negócios e entenda se as dicas ajudam em suas perspectivas de negócio clicando no botão abaixo!

[Acesse](#)

Sendo assim, o novo mercado global suscita um novo comportamento. Para conhecê-lo veja a seguir a perspectiva comportamental exigida de um empreendedor de sucesso.

2.2 Perspectiva Comportamental

Agora que você examinou e refletiu sobre aspectos que diferenciam o empreendedorismo no Brasil e no mundo, terá condições de observar e analisar seu comportamento. Essa reflexão irá permitir pensar sobre quais características encontram-se no seu perfil empreendedor. Ou você ainda não consegue se ver como um? Não se esqueça de que você está se capacitando com esse estudo.

Para facilitar a compreensão sobre os aspectos relacionados ao comportamento empreendedor elencamos alguns conceitos, apresentados de forma simplificada e clara, por meio do entendimento de materiais de autores conceituados na área do empreendedorismo. São eles: Birley e Muzyka (2001), Dornelas (2001), Fillion (1999), Hisrich e Peters (2014), Fialho et al (2006) e Schmitz (2009).

Para começar, temos a definição de empreendedores: são pessoas com características peculiares, no entanto, não exclusivas, que podem atuar por necessidade ou oportunidade, buscando gerar valor por meio da criação ou expansão de alguma atividade, identificando e explorando novos produtos, processos e mercados.

Outro conceito importante é o de atividade empreendedora: que é a ação empreendedora que busca gerar valor, por meio da criação ou expansão da atividade econômica, identificando novos produtos, processos e mercados. Dornelas (2001, p. 39), por exemplo, nos traz que empreendedorismo "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 materiais."

Sendo assim, é preciso de alguém que execute as ações e coloque essas definições em prática, papel que cabe ao empreendedor. Mas como reconhecemos um empreendedor? Quais as características necessárias para ser considerado um empreendedor? Essas questões serão os temas do próximo item.

2.2.1 Características que um empreendedor deve ter

Numa reflexão sob a perspectiva comportamental podemos citar Schmitz (2009) que apresenta características do empreendedor como a capacidade de identificar oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos, além da persistência e visão de futuro que envolve o processo de empreender. Essa concepção evidencia variados fatores psicológicos, como motivação e atitudes que resultam em comportamentos que possibilitam transpor barreiras para o alcance de objetivos e estão envolvidos na noção de empreendedorismo.



Você sabia?

Embora o empreendedor apresente características específicas e diferenciadas das demais pessoas como criatividade, visão, persistência, entre outras, essas características podem ser adquiridas ao longo de sua vida, pois são comportamentais e, portanto, podem ser aprendidas e ensinadas.

Bergamini(1977, p. 84) esclarece o enfoque motivacional que “o estudo da motivação é uma busca de explicações para alguns dos mais intrincados mistérios da existência humana, suas próprias ações”. São as ações humanas responsáveis pelo comportamento que o ser humano traduz na busca por conhecimento, trabalho, execução de tarefas, status profissional e outras atitudes comportamentais. Esse é o comportamento de um empreendedor, pois como afirma Dolabela (2008, p. 29), “o empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”.

Morgan (1996) replica que o ser humano é um ser psicológico, fisiológico e social, que está em constante busca de satisfação das suas necessidades. E corroborando com esta reflexão, Bergamini (1989) complementa

que a motivação vem das necessidades de cada indivíduo, assim, estes não fazem as mesmas coisas pelas mesmas razões. Isso porque o que envolve as escolhas e decisões pessoais está relacionada ao caminho de vida desde seu nascimento, levando em consideração condições genéticas e sociais.



Figura 2 - Ícones que representam as várias etapas da vida de um ser humano e sua inserção nos ambientes e momentos da vida Fonte: Irina Sulima, Shutterstock, 2021.

#PraCegoVer Na figura, temos 16 ícones divididos em quatro linhas e quatro colunas, os quais representam as várias etapas da vida de um ser humano e sua inserção nos ambientes e momentos da vida, como trabalho, amigos, lazer, preocupações, estudos etc.

A fonte de ações de um indivíduo pode ser interna ou externa, ou seja, intrínseca ou extrínseca. Fatores intrínsecos estão relacionados à estrutura psicológica do indivíduo e de suas necessidades pessoais de sucesso, sociabilidade, reconhecimento entre outros. Já os fatores extrínsecos estão relacionados aos sinais e às recompensas sociais.

Vários autores pesquisaram sobre o que impulsiona e motiva o homem a certas ações e no quadro a seguir, podemos ver um resumo das respostas.

Teórico/Pesquisador	Necessidades Humanas Básicas Motivação
Ballachey Krech	Motivação de deficiência – é a necessidade de afastamento para evitar ou fugir do perigo
	Motivação de excesso – desejos de viver alegrias, obter satisfações, conhecer e aprender
D. Birch e J. Verof	Sensorial – regula a experiência física
	Curiosidade – reagir a novos estímulos
	Filiação – depender do contato de outros
	Agressão – reagir a frustração
	Realização – avaliar o próprio desempenho
	Poder – opor-se à influência dos outros
Frederick Herzberg	Independência – agir por si mesmo
	Fatores Higiênicos – são fatores extrínsecos que podem levar a insatisfação
Maslow	Fatores Motivacionais – são fatores intrínsecos que levam a satisfação.
	Necessidades corporais ou fisiológicas
	Necessidades de incentivos sociais
Richard Kalish	Necessidades de incentivo do ego caracterizado pelo domínio do conhecimento e autorrealização
	Necessidades fisiológicas
	Necessidade de sexo
	Necessidade de confiança
	Necessidade de amor
	Necessidade de estima
Mc Gregor	Necessidade de autorrealização
	Necessidades fisiológicas
	Necessidade de segurança
	Necessidade de amor
	Necessidade de estima
	Necessidade de autorrealização

Quadro 1 - Resumo das Necessidades Humanas Básicas a partir dos principais autores pesquisados por Bergamini (1977) Fonte:

Elaborado pela autora, adaptado de BERGAMINI, 1977.

#PraCegoVer No quadro, temos 26 linhas e duas colunas retratando um resumo das necessidades humanas básicas a partir dos principais autores pesquisados por Bergamini (1977). Na primeira coluna, encontramos os teóricos/pesquisadores (Ballachey Krech, Birch e J. Verof, Frederick Herzberg, Maslow, Richard Kalish e Mc Gregor). Na segunda coluna, temos as necessidades humanas básicas mencionadas por cada um dos autores apresentados.

A forma de agir de uma pessoa está intimamente relacionada ao seu desenvolvimento humano e influenciada do revestimento biológico, da socialização e das sensações experimentadas. Por isso as pessoas percebem a realidade que as cerca de forma diferente, o que explica reações diferentes em pessoas diferentes.

Para Chiavenato (2012), a necessidade do ser humano está relacionada a um conjunto de motivos que leva o indivíduo a adotar determinado comportamento.

O mundo objetivo e subjetivo das pessoas é construído e reconstruído constantemente a partir das relações e transformações dinâmicas e contínuas que ela estabelece com o mundo externo. E, ainda complementando esse conhecimento comportamental do ser humano, o teórico e pesquisador Maslow afirma que o ser humano procura atender suas necessidades das mais elementares (base da pirâmide) até as mais complexas (alto da pirâmide). Cada vez que uma necessidade é suprida, surge outra que precisa ser atendida.



Figura 3 - Pirâmide das Necessidades Humanas Básicas de Maslow, da mais elementar (Nível I) até a mais complexa (Nível V) Fonte: alinabel, Shutterstock, 2021.

#PraCegoVer Na figura, temos uma ilustração da Pirâmide das Necessidades Humanas Básicas de Maslow, da mais elementar (Nível I) até a mais complexa (Nível V). Partindo da mais elementar, temos as necessidades fisiológicas, de segurança, de relacionamento, de autoestima e de autorrealização.

Assim, percebe-se que o comportamento humano é o resultado da soma dos estímulos recebidos desde a concepção até a morte de um indivíduo. Portanto, normalmente o comportamento do ser humano é resposta sobre o estímulo que o afeta. O que é corroborado por Motta (1979, p. 23) ao afirmar que:

o comportamento do homem não pode ser reduzido a esquemas simples e mecanicistas; o homem é condicionado, a um só tempo, pelo sistema social e demandas de ordem biológica; todo homem possui necessidades de segurança, afeto, aprovação social, prestígio e autorrealização.

Branco (1998) traz ao nosso entendimento que crenças, afetos, desafetos e significados sociais contribuem para a transformação de nossos valores e crenças. Assim, em cada momento de nossas vidas, de acordo com o que recebemos de estímulos, experiências e conhecimentos, podemos sofrer mudanças em nosso comportamento.

O ser humano percebe os sinais do mundo exterior que tenham feito parte de uma de suas opções para o futuro e tenha sido arquitetada por sua imaginação, ou seja, uma interação cognitiva. Nesse sentido, De Geus (2001) corrobora ao afirmar que o comportamento humano é imprevisível e imensurável, podendo ser até ambíguo. Pois o homem ao passar por experiências e adquirir novos conhecimentos acaba por construir projetos que podem orientar ações futuras, de onde se depreende que o homem não é somente espectador, ele age, reage, constrói, destrói, ou seja, ele é parte integrante do contexto em que convive.

Por fim, Skinner (1974), afirma que o comportamento humano é o traço mais familiar do mundo em que as pessoas vivem, ou seja, as ações e reações do ser humano estão intimamente ligadas ao ambiente em que vive. E nos dias atuais, o mundo globalizado, os avanços tecnológicos e a competição empresarial trazem um grande desafio ao ser humano, no sentido de estarem aptos e qualificados para o mercado de trabalho, bem como o comprometimento pessoal por seu crescimento profissional. Esse é o desafio do empreendedor nos dias atuais. Para cumprir essa missão, o empreendedor possui um tipo de perfil que condiz com seu trabalho, ponto que vamos abordar no próximo tópico.

2.3 Perfil do Empreendedor

Após a reflexão sobre os aspectos comportamentais de um empreendedor, podemos nos perguntar: qual motivo para empreender? Para facilitar a compreensão, reflexão e análise, apresentamos características descritas por vários autores que procuraram descrever o perfil de um empreendedor de acordo com suas investigações e pesquisas realizadas em seus construtos.



Você sabia?

O mito do empreendedor muitas vezes revela o empreendedor como um super homem que resolve todas as situações e sabe todas as coisas. Mas o empreendedor é uma pessoa que persiste naquilo que é seu objetivo. Assim, encontramos empreendedores que possuem algumas características mais acentuadas, como a persistência, e outras, até inexistentes, como a facilidade em planejamento, por exemplo.

O termo empreendedor também tem apresentado vários significados ao longo dos séculos. São significados voltados ao indivíduo temporal, ou seja, de acordo com a época, como, homem de briga, estrategista militar, visionário, criativo, líder, inovador entre outros. Isso apresenta o empreendedor como um indivíduo que age de acordo com o contexto e as circunstâncias às quais está exposto, pois o comportamento do empreendedor não é estático.



Estudo de Caso

O criador de uma loja de departamentos no Brasil foi o primeiro imigrante europeu a apostar na economia de mercado nível C, quando essa ideia ainda não existia. Em meados do século XX, ao chegar ao país e se estabelecer no estado da Bahia, vendia roupas montado em uma bicicleta para sobreviver. Hoje é dono de uma grande rede de lojas do varejo brasileiro. Como visionário, observador e persistente que era, adotou uma prática de mercado até então inexistente no Brasil: a venda a prestação, porque os



moradores da região, em sua maioria trabalhadores pobres, não tinham dinheiro para comprar as mercadorias à vista. O conceito não existia naquela época e com suas estratégias visionárias prosperou e chegou aos dias de hoje como um empreendedor de sucesso. Portanto, este empreendedor nos dá uma visão de como características essenciais a um empreendedor podem ser fatores de sucesso.

A seguir, você irá conhecer algumas características empreendedoras que serão úteis para compreender melhor o perfil de um empreendedor, facilitando a montagem do perfil correto para essa atividade.

2.3.1 Montando o perfil ideal do empreendedor

Veja no quadro a seguir, características empreendedoras identificadas por vários autores e em períodos diferentes. Isso demonstra que o empreendedorismo é um fenômeno que tem feito a diferença na vida da humanidade ao longo dos tempos, e não é um modismo como muitos autores colocam.

Autor	Características	Data
Shumpeter;	1 – Responsável pelo processo de destruição criativa das velhas estruturas;	1934
Gomes, Câmara;	2 – Aventureiro e pioneiro;	2002
Gomes, Leite Drucker;	3 – Trabalha sozinho;	1987 p.33
Barreto;	4 – Liderança, habilidade de liderar;	1998
Leite;	5 – Identifica novos produtos, métodos de produção, idealiza melhor marketing;	2002 p.167
Leite;	6 – Cria e mantém cliente;	2002 p.57
Oliveira;	7 – Forma novos negócios ou desenvolve negócios existentes;	2002
Dolabela;	8 – Gera conhecimento;	1999 p.46-44
Pinchot;	9 – Não são livres para orientar seus próprios empreendimentos;	1985 p.17
Dornelas;	10 – Busca de inovação sistemática ou prática da inovação;	2003 p.10-18
Filion <i>apud</i> Gomes;	11 – Mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive;	2002
Jean Say <i>in</i> Drucker;	12 – Possui e dirige um negócio;	1987, p.32-33

Quadro 2 - Resumo das Características do Empreendedor estudadas por diversos autores em períodos diferentes Fonte: Elaborado pela autora, adaptado de Bueno, 2005.

#PraCegoVer No quadro, temos 13 linhas e três colunas retratando um resumo das características do empreendedor estudadas por diversos autores em períodos diferentes. Na primeira coluna, encontramos os autores (Shumpeter; Gomes, Câmara; Gomes, Leite; Drucker; Barreto; Leite; Oliveira; Dolabela; Pinchot; Dornelas; Filion *apud* Gomes; Jean Say *in* Drucker). Na segunda coluna, temos as características apontadas por esses autores. Já na terceira coluna, há os anos (1934, 2002, 1987, 1998, 2002, 1999, 1985 e 2003).

Para desenvolver perspectiva de futuro num cenário imprevisível é necessário reagir por meio de maneira flexível, oportuna e acidental às pressões do ambiente, onde as experiências, conhecimentos e tecnologias

promovem parcerias e o empreendedor torna-se necessário para a sobrevivência e a competitividade não só empresarial como para a sociedade. Nesse cenário, as ações empreendedoras são molas propulsoras do desenvolvimento e da riqueza de uma nação. Corroborando para o entendimento desse modelo de empreendedor, Dornelas (2001, p. 41), afirma que:

a decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso [...] Na verdade, essa decisão ocorre devido a fatores externos, ambientais, sociais e aptidões pessoais, ou ao somatório de todos esses fatores, que são críticos para o surgimento e o crescimento de um negócio.

Nesse sentido, o empreendedor ao apresentar várias características, que podem ser positivas e geradoras de oportunidades, auxilia no crescimento econômico e na geração de empregos.

Você o conhece?



O pesquisador e estudioso sobre o assunto empreendedorismo Fernando Dolabela, é um dos nomes de referência sobre o assunto. Com mais de 20 anos de carreira, atua, principalmente, na área de educação empreendedora, com destaque para os projetos Oficina do Empreendedor e Metodologia Pedagogia Empreendedora. Sua obra “O segredo de Luísa” se tornou *best-seller* e apresenta valiosas contribuições para quem quer se tornar empreendedor.

O empreendedorismo move não só as organizações, como também as pessoas em direção à novas formas de gestão, à proatividade e capacidade competitiva, à busca de novas opções, visão diferenciada e condições favoráveis a permanência no mercado.

Para Birley e Muzika (2001), os empreendedores são pessoas rebeldes e criativas, pois quando têm uma causa as defendem por estarem motivados a realizá-las. A capacidade do empreendedor envolve sonho, visão e inovação e, comumente, exploram oportunidades independentemente dos recursos que tem em mãos. São estimulados por problemas e necessidades que precisam de soluções.

Já Hisrich, Peters e Shepherd (2014) afirmam que os empreendedores pensam de forma diferente e em ambientes de insegurança e alta pressão conseguem tomar decisões, mesmo correndo risco.

Vamos conhecer a seguir as principais capacidades empreendedoras, com base na pesquisa de Schmitz, Bernardes e Lapolli (2007), que utilizaram o modelo de Almeida (2003) apresentando as atitudes empreendedoras condensadas em quatro principais capacidades.

Capacidades Empreendedoras	Aplicação
Capacidades Instrumentais	Escutar e adquirir informação, comunicabilidade, sentido de obrigação com os outros, decisão, identificação de novas oportunidades, assumir responsabilidades.
Criatividades pessoais	Perseverança, correr risco, espírito de iniciativa, potencial criativo, inovação, compartilhamento, automotivação, trabalhar.
Capacidade técnica	Formação base relacionada com a atividade, domínio do processo de inovação e conhecimento do setor, experiência profissional, saber usar as tecnologias para a integração da instituição.
Capacidade de gestão	Percepcionar as motivações e medir o grau de satisfação dos clientes internos e externos, saber negociar financiamentos, mostrar um sistema de controle de gestão, saber contratar, controlar, motivar e avaliar os colaboradores, conceber e implantar a estratégia da empresa.

Quadro 3 - Atitudes empreendedoras agregadas em quatro categorias de capacidades empreendedoras Fonte: SCHMITZ; BERNARDES; LAPOLLI, 2007, p. 3.

#PraCegoVer No quadro, temos cinco linhas e duas colunas retratando as atitudes empreendedoras agregadas em quatro categorias de capacidades empreendedoras. Na primeira coluna, encontramos as capacidades (instrumentais, pessoais, técnica e de gestão). Já na segunda coluna temos a aplicada dessas capacidades apresentadas.

Ainda com base nos estudos de Schmitz e Bernardes (2008) apresentamos várias características empreendedoras. No entanto jamais esqueça que o empreendedor não precisa apresentar todas e, tampouco, nasce com todas, mas ao longo de sua vida vai agregando as que necessita.

Realização

O empreendedor é sempre um indivíduo inconformado e que possui uma forte tendência a realizar suas expectativas e sonhos. Possui características que facilitarão o alcance e a satisfação de sua necessidade de realização. Além disso, é otimista e orientado para a realização de tarefas, persistente no alcance de suas metas e objetivos.

Autonomia/independência

Por ser um indivíduo com orientação na realização de seus alvos e objetivos, não se detém na busca e no alcance de seus sonhos por depender de alguém ou algo. Seu senso de visão e realização o leva a priorizar seus objetivos pessoais, tomar decisões pessoais e, até quando é empregado de alguma empresa, acaba por desobedecer a ordens e em alguns casos “remar contra maré”.

Tendência criativa

É um indivíduo imaginativo, sonha acordado, inovador, versátil e com grande curiosidade. Também utiliza muito de sua intuição e se for desafiado apresenta grande prazer por tal. Além disso, está aberto a mudanças e novidades.

Propensão a riscos

Por estar sempre voltado a encontrar soluções para o alcance de seus objetivos e sonhos, não mede esforços e acaba por correr riscos. Move-se por desafios, sente-se estimulado por eles. No entanto, avalia custos e benefícios, fixa metas e objetivos desafiadores, mas realizáveis.

Impulso e determinação

Por ser um indivíduo que busca a realização de suas metas e sonhos, corre riscos, mas é imaginativo, em algumas oportunidades age por impulso em função de sua determinação para alcançar seus objetivos. Sempre procura controlar seu destino e possui autoconfiança, determinação e grande esforço pessoal.

Autonomia

Por ser autodeterminado no alcance de seus objetivos acaba por agir independente de pessoas e situações.

Inovação

Característica percebida no empreendedor pela tendência em apresentar novas ideias, novidades, experimentos, processos, produtos e serviços. Também busca novas oportunidades, soluções e tecnologias.

Pró-atividade

Por serem apaixonados pelo que fazem tem atitude de iniciativa e antecipação de oportunidades.

Competitividade

Gostam de desafios, assim tem a propensão de desafiar seus competidores para alcançar uma posição de destaque.

Visionários

Estão sempre vislumbrando o futuro para seu negócio e sua vida, pois são sonhadores e tem a habilidade de implementar seus sonhos.

Tomam decisões

Por não se sentirem inseguros, tomam decisões independente da situação que se encontram, principalmente nos momentos de adversidade.

Fazem a diferença

Por serem observadores, criativos, persistentes e realizadores, o que idealizam fazem a diferença, pois agrega valor.

Exploram oportunidades

Sua determinação e inconformismo os levam a explorar todas as oportunidades em que se colocam. São exímios identificadores de oportunidades. Sempre apresentando curiosidade, atenção e criatividade.

Determinados e dinâmicos

Por serem inconformados diante da rotina, mantêm um comportamento dinâmico e determinado aos seus objetivos. Fazem acontecer.

Dedicados

Empenham-se para alcançar seus objetivos.

Otimistas e apaixonados pelo que fazem

Adoram o que se propõem a fazer, sendo esse o combustível para a autodeterminação, ânimo e otimismo em suas escolhas.

Líderes e formadores de equipes

Com facilidade para a persuasão, desenvolvem o senso de liderança e são respeitados por seus pares. Sabem valorizar, estimular, recompensar e formar um time em torno de si.

Bem relacionados (*networking*)

Constroem uma rede de relacionamentos para obterem auxílio sempre que se fizer necessário.

Organizados

Por terem tendência a planejar, são organizados em seus planejamentos.

Planejam, planejam, planejam

Estão sempre planejando cada passo de seus objetivos, a fim de alcançar seus sonhos.

Possuem conhecimento

Estão sempre em busca de novos conhecimentos para poderem enfrentar os desafios que se colocam para alcançar seus sonhos. Quanto mais conhecimento, maior sua chance de êxito.

Criam valor para a sociedade

Ao colocarem em prática suas características empreendedoras, buscam soluções para seus desafios e acabam por criar valor para a sociedade, pois melhoraram a vida das pessoas com a abertura de novos negócios.

Velozes

Não esperam passar a oportunidade ou serem ultrapassados por outros. Têm prazer em apresentar soluções, pois são apaixonados.

Você quer ver?

No canal meuSucesso.com (2018), você encontra a série Estudos de Caso que traz relatos que contam a história de empreendedores de sucesso. Apresentam de forma





especial os aspectos comportamentais do indivíduo empreendedor para realizar ações que acabam por impactar o mundo e instiga você a se tornar um empreendedor de sucesso. Descubra o canal e conheça o conteúdo clicando no botão abaixo!

[Acesse](#)

O mundo e seu futuro próximo, segundo Vieira (2003), serão dominados pela incerteza. Nada será previsível, nada será duradouro, tudo caminhará em processo de mudança e inovação. E essa perspectiva muda também a ordem psicológica das condutas, dos comportamentos, das ações e reações. O homem precisa ser flexível às necessárias adaptações a cenários de permanentes mudanças. Em meio a toda essa complexidade e imprevisibilidade, Drucker (1997), em entrevista comenta que a melhor forma de prever o futuro é criá-lo. Portanto, esse novo cenário suscita um perfil do empreendedor capaz de se adaptar as mudanças, inovar e criar valor, afinal é ele que busca o novo, assume riscos e faz a diferença.



Você quer ler?

O livro *Decolagem de Um Grande Sonho* (SILVA, 2009) conta a história da criação de uma empresa expoente da aviação brasileira. Apresenta motivações e características empreendedoras, como a persistência, movido por desafios, sonho.

Até aqui você conheceu aspectos do empreendedorismo no Brasil e no mundo, aprendeu que ser empreendedor é algo que pode ser aprendido e que o perfil empreendedor é delineado por diversas características comportamentais que permitem alcançar os sonhos e realizar ações que podem modificar as condições de uma comunidade e até de um país. Portanto, ser empreendedor é algo que pode ser aprendido e exercitado por qualquer pessoa que esteja disposta a enfrentar obstáculos e jamais desistir Mas como colocar esses conhecimentos em prática e começar, de fato, a empreender? No tópico a seguir, você irá ter a resposta.

2.4. Começar a empreender

Para empreender, você irá precisar de uma equipe de pessoas que poderão lhe ser bastante útil nas necessidades e solução de problemas e situações que poderão surgir. Essa equipe é a rede de relacionamentos que você irá construir ao longo de sua caminhada. E nesse tópico você vai entender o que é.

2.4.1 Estabelecendo a rede de relacionamentos

O empreendedor precisa de uma rede de relacionamentos como recursos ou até investimentos, pois pode ser útil para encontrar pessoas que venham a trabalhar no seu novo negócio ou auxiliar em seus planos, ou mesmo, serem possíveis fornecedores, que podem ser acionados nos momentos de algum trabalho específico.



Você sabia?

A rede de relacionamentos é uma ferramenta de grande utilidade ao empreendedor, ele precisa do auxílio de outras pessoas para alcançar seus objetivos e metas. São pessoas estrategicamente escolhidas para ajudá-lo a encontrar soluções, produtos, processos, entre outros, com maior facilidade.

Lopes (1999, p. 7) afirma que o empreendedor “é um paradigma na atual sociedade, em que o cenário é cambiante e incerto”. Isso reforça a necessidade da utilização de uma rede de relacionamentos. Portanto, muitos podem ser os momentos, em que o empreendedor precisa usar de persuasão e de uma vasta rede de relacionamentos.

Morgan (1996) evidencia a importância de uma rede de relacionamentos quando afirma que as relações interpessoais podem ser úteis ao crescimento pessoal, além de ajudar, simultaneamente, empresas a atingirem seus objetivos e propósitos.

Outra característica de uma rede de relacionamentos é manter o empreendedor atualizado com informações que podem ajudar a obter indicações de possíveis novos clientes e até de potenciais investidores. A rede de relacionamentos proporciona aos empreendedores orientações e interesses voltados ao negócio e até intenções futuras.

O empreendedor ainda precisa saber que sua rede deve ser nacional e internacional, pois irá facilitar o conhecimento de novos mercados globais.



Figura 4 - A rede de relacionamentos não deve ser restrita apenas ao nível nacional, mas também ao internacional, podendo atingir todos os continentes Fonte: RAJ CREATIONZS, Shutterstock, 2021.

#PraCegoVer Na figura, temos a ilustração de diversas pessoas em diferentes pontos do mapa mundi. Elas estão conectadas por linhas.

Schmitz (2012) faz referência a persuasão e a rede de relacionamentos como estratégia empreendedora para influenciar pessoas, encontrar pessoas-chave, manter relações comerciais e persuadir os outros os direcionando aos seus objetivos e metas pessoais. A autora categoriza essa capacidade na dimensão afiliação.

Portanto, a rede de relacionamentos é uma ferramenta dos empreendedores utilizada em suas ações para o alcance e o sucesso na consecução das tarefas. Schmitz (2012) ainda apresenta o empreendedor como tendo uma forte tendência em exercer autoridade sobre os demais. Essa facilidade de persuasão leva o empreendedor ao poder, o que permite executar ações poderosas. Assim, as duas necessidades dos empreendedores, necessidades de poder e de afiliação, estão intimamente relacionadas e leva o empreendedor a construir uma ampla e consistente rede de relacionamentos. A construção dessa consistente rede de relacionamentos fortalece, traz segurança ao negócio e permite ao empreendedor executar ações específicas e obter apoio das pessoas necessárias, encontrando o resultado que almeja.

Ser bem relacionado e deter a capacidade de persuasão para conseguir convencer. Assim, o empreendedor utiliza a rede de relacionamentos de forma intensa.



Figura 5 - Representação da rede de relacionamentos de um empreendedor, que pode individual ou em grupo Fonte: MicroOne, Shutterstock, 2021.

#PraCegoVer Na figura, temos a ilustração de grupos de pessoas, duplas ou indivíduos sozinhos em diferentes pontos do mapa mundi. As pessoas estão conectadas por linhas, envolvendo mensagens, e-mails, internet, telefone e outros aspectos que permitem a globalização.

Os empreendedores sabem construir suas redes de relacionamentos e agregam pessoas que serão úteis no alcance de seus objetivos. Por sua forte característica de persuasão, acabam por mover as pessoas na direção de seus interesses para a consecução de suas ações e objetivos pretendidos.

E você já iniciou a construção de sua rede de relacionamentos? Mesmo que pense ser cedo, lembre-se que você pode ser um empreendedor em sua vida pessoal ou em qualquer aspecto da vida. Todos os momentos e oportunidades, mesmo na academia, no clube, na academia e até na igreja, você pode desenvolver características e formar um perfil empreendedor bem ajustado a uma rede de relacionamentos que o levará a realização de seus sonhos em nível pessoal, profissional, familiar e social.

Conclusão

Concluimos os estudos sobre empreendedorismo. Com essa apresentação espera-se que você adquira a competência de apresentar os motivos que nos levam a empreender e, ainda, compreender que, embora o empreendedor seja visto como um fenômeno comportamental, o resultado de sua ação é sentida em nível econômico e social na medida em que transforma a vida de uma comunidade e até de um país.

Nesta unidade, você teve a oportunidade de:

- definir o conceito de empreendedor e empreendedorismo;
- compreender a importância da atuação de um empreendedor nos vários cenários de uma sociedade;
- identificar exemplos de comportamento empreendedor, rede de relacionamentos e perfil empreendedor.

Referências

ALMEIDA, P. J. M. B. de. **Da capacidade empreendedora aos activos intangíveis no processo de criação de empresas do conhecimento**. 2003. 179 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão da Tecnologia) – Instituto Superior Técnico, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2003.

BERGAMINI, C. W. **Motivação**. São Paulo: Atlas, 1989.

BERGAMINI, C. W. **Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do comportamento humano na empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1977.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. **Dominando os desafios do empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001.

BRANCO, M. S. A. **Sistemática para o gerenciamento do processo de desenvolvimento de produtos num ambiente de engenharia simultânea**. Florianópolis, 1998. Dissertação (Mestrado em Engenharia) Engenharia Mecânica, UFSC, 1998.

BUENO, J. L. P. **O empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador**. 2005. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102608>. Acesso em: 28 jun. 2021.

CERDEIRA, M. da C.; et al. As novas modalidades de emprego. **Cadernos de Emprego**. Lisboa/Portugal: Ministério do Trabalho e da Solidariedade. Direcção-Geral do Emprego e Formação Profissional. Comissão Interministerial para o Emprego. n. 24, dez. 2000.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Manole, 2012.

DE GEUS, A. **A Empresa Viva**. São Paulo: Makron, 2001.

DE MASI, D. **O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial**. Rio de Janeiro: José Olímpio, 2001.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora de Cultura, 2008.

- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- DRUCKER, P. Uma bússola para tempos incertos. **Exame**. São Paulo, v.30, n.7, p.66-70, 26 mar. 1997. Entrevista.
- FIALHO, F. A. P.; et al. **Empreendedorismo na era do conhecimento**. Florianópolis: Visual Book, 2006.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **RA - Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun., 1999.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil – 2016**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores - Curitiba: IBQP, 2017. 208 p.: il.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9. ed. Porto Alegre: AMGH, 2014. 480p.
- LOPES, R. M. A. **Avaliação de resultados de um programa de treinamento comportamental para empreendedores EMPRETEC**. 1999. 304 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.
- MEUSUCCESSO.COM. **Estudos de Caso**. 23 vídeos. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLHo5oOS2cJkDHoapfbdaF4nNN2G7rUXY6>. Acesso em: 28 jun. 2021.
- MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MOTTA, F. C. P. **Teoria geral da administração**: uma introdução. São Paulo: Pioneira, 1979.
- SILVA, O. **A decolagem de um grande sonho**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.
- SCHMITZ, A. L. F. **Competências Empreendedoras**: os desafios dos gestores de instituições de ensino superior como agentes de mudança. 2012. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

SCHMITZ, A. L. F. **Falta de Oportunidade? Quem disse? Onde está o empreendedor?**. Florianópolis: Pandios, 2009.

SCHMITZ, A. L. F.; BERNARDES, J. F.; LAPOLLI, E. M. Atitudes empreendedoras e desafios da gestão universitária. In: VIII Colóquio Internacional de Gestão Universitária na América do Sul, 8, 2008, Assunção. **Anais...** Assunção, 2008. Disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/61474>. Acesso em: 28 jun. 2021.

SCHMITZ, A. L. F.; BERNARDES, J. F.; LAPOLLI, E. M. Capacidade Empreendedora em uma Instituição Pública. In: Colóquio Internacional sobre Gestión Universitária en América del Sur, 7, 2007, Mar del Plata. **Anais...** Mar del Plata, 2007. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/82907/TRABAJOFERRARESI.pdf?sequence=1>. Acesso em: 28 jun. 2021.

SEBRAE. **Plano de Negócios**. Portal de Atendimento Sebrae/SC, 2018. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/cursos/plano-de-negocio/>. Acesso em: 28 jun. 2021.

SKINNER, B.F. **Sobre o behaviorismo**. Tradução de M. P. Villa Lobos. São Paulo: Cultrix, 1974.

VIEIRA, E. F. Organização e Desempenho: mudança, inovação e comportamento. **GESTÃO.Org**. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, Recife, v. 1, n. 2, p. 1-15, jul./dez. 2003.