

O PERFIL E AS PERCEPÇÕES DOS EMPREENDEDORES DO MUNICÍPIO DE VIDEIRA - SC

Gelso Brunetti *

Sidnei Grigolo **

RESUMO

O empreendedorismo é tema que vem despontando na literatura da área de administração e também apreciada pela mídia e entidades, uma vez que o papel e atuação do empreendedor parecem cada vez mais transparentes e fundamentais. Isso se deve, principalmente, ao reconhecimento de seu papel no desenvolvimento social e econômico das nações. Em consequência, a educação empreendedora torna-se assunto relevante, em função da possibilidade de oportunizar um maior entendimento sobre o assunto, possibilitando o aumento da capacidade gerencial e do crescimento de sua visão empreendedora, com um todo. Este estudo tem sua relevância pela finalidade de examinar o perfil e as percepções dos empreendedores do município de Videira, suas atividades, os efeitos da sua atuação na sociedade e na economia, bem com analisar as práticas que dão suporte à gestão ou projetos na organização que conduz.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Características Empreendedoras, Tipos de Empreendedores.

* Bacharel em Administração – pela Unoesc Videira SC; Acadêmico do curso MBA em Empreendedorismo Estratégico – UNOESC Videira; e-mail: gelsogb@gmail.com.

** Mestre em Administração pela Universidade Regional de Blumenau – FURB; Especialista em Recursos Humanos e Consultoria Empresarial – UNOESC Videira; Diretor de Pesquisa pós-Graduação e extensão – Unoesc Campus Videira; e-mail: sidnei.grigolo@unoesc.edu.br

1 INTRODUÇÃO

A complexidade social e econômica que se observa de forma generalizada no cenário global, e cuja origem pode estar na valorização do conhecimento e na globalização da economia, é responsável por criar no universo organizacional a necessidade de atualizações constantes, inovações, busca acirrada a diversos tipos de informação e acesso a novas tecnologias.

A capacidade do gestor e a tecnologia da informação são poderosos aliados da administração moderna, conduzindo as empresas a um parâmetro ao qual a importância relativa da organização passa a ser a orientação pelo mercado. Assim, organismos econômicos dirigidos pelo mercado é a fórmula do sucesso nos negócios, e a tecnologia juntamente com a informação é fundamental para a inovação e criatividade nesse contexto.

Diagnosticar o perfil dos Empreendedores para identificar seus desejos e necessidades e transformá-los em indicadores, passa a ser uma ferramenta para os planos estratégicos organizacionais, levando em conta a prerrogativa fundamental que coordena o próprio plano com as tendências e oportunidades iminentes e que deverão ser atendidas.

A importância deste estudo, no sentido de fornecer informações sobre o Perfil e a Percepção dos Empreendedores de Videira, terá com o objetivo de identificar os efeitos da sua atuação na sociedade e na economia bem como analisar as práticas que dão suporte à gestão ou projetos na organização.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 EMPREENDEDORISMO

Segundo Filion (1999), o empreendedorismo pode ser definido como a área cujo objeto de estudo são os empreendedores. A palavra *empreendedora* tem sua origem no termo francês “*entrepreneur*”, que literalmente traduzido significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. Hisrich e Peters (2004) apresentam exemplos desta definição que nos

remetem ao período da Idade Média, onde o empreendedor assinava um contrato com uma pessoa de recursos (o atual capitalista de risco) para vender suas mercadorias. Enquanto o capitalista assumia riscos passivamente, o intermediário assumia o papel ativo do negócio, tendo de suportar seus riscos físicos e emocionais.

Dolabela (2007), em um de seus trabalhos, afirma que uma teoria visionária foi criada e apresentada pelo canadense Louis Jacques Filion, a qual ampliou o campo da ação empreendedora ao dizer que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. (FILION, 1999, p. 19). Tal abordagem foi muito explorada pela escola empreendedora do pensamento estratégico, que via a formação da estratégia justamente como um processo visionário, onde o executivo principal, ao centralizar todas as ações e decisões, desempenha uma liderança empreendedora, guiada pela perspectiva e visão do futuro da organização. (AHLSTRAND; LAMPEL; MINTZBERG, 2000).

Entre as atuais definições, o empreendedorismo pode ser entendido da seguinte forma:

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal. (HISRISH; PETERS, 2004, p.29).

Um dos caminhos introdutórios do ensino de empreendedorismo nas Universidades está relacionado ao curso criado pela escola de Administração de Harvard, em 1947, visando qualificar ex-combatentes de guerra para a abertura de pequenos negócios. No Brasil, um dos primeiros atos baseou-se na introdução de uma disciplina em um curso de Especialização em Administração, em São Paulo, pela Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1981. Em 1984, a proposta foi estendida para o curso de graduação em administração da FGV-SP (DOLABELA, 2008; GUIMARÃES, 2003). Deste período em diante, o ensino de empreendedorismo tem se expandido para vários Cursos por todo o País (MARTENS; FREITAS, 2008; SOUZA; GUIMARÃES, 2006).

2.2 PERFIL DO EMPREENDEDOR

Identificação de traços característicos de personalidade e comportamento empreendedores tem sido a linha de estudo adotada por pesquisadores como a tentativa

de estabelecer parâmetros que se apresentam de forma constante em empreendedores a fim de se chegar a um perfil desses sujeitos (SANTOS et al., 2008). Schumpeter (1984) pondera, entretanto, para a discordância dos pesquisadores quanto à definição do sujeito empreendedor, alertando que diversos estudos consideram da mesma forma uma pessoa que criou um negócio e aquela que apenas gerencia uma empresa. Nesse sentido, Fillion (1999c) relata que, enquanto empreendedores criam o negócio com base em uma visão e tendem a iniciar um processo de desenvolvimento, os gerentes ou operadores compram um negócio e procuram ganhar a vida por meio do bom uso de suas habilidades operacionais.

A relevância da definição do perfil empreendedor está associada ao fato de criar-se referência para o desenvolvimento de processos que contribuam para a formação de empreendedores, utilizando tais características como premissa pedagógica. Segundo Dornelas (2008, p. 23):

Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender.

Fillion (1999b) resume da seguinte forma o perfil do empreendedor, segundo pesquisas realizadas por ele em todo o mundo: o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em ambiente empreendedor vê isso como algo positivo e tem motivação para criar o seu próprio negócio – ao que Degen (1989) chama de capital social. Pode-se afirmar que quanto mais empreendedores uma sociedade tem e quanto maior for o valor dado aos modelos empresariais, maior será o número de jovens que procurarão imitar modelos empreendedores como opção de carreira. Consoante com as ideias de McClelland (1961) de que o ser humano é um produto social, pode-se ver o empreendedorismo como um fenômeno cultural, ou seja, é fruto dos hábitos, práticas e valores dos grupos sociais.

A realização de um objetivo ou de um projeto pessoal ou coletivo na maioria das vezes parte de um sonho ou um ideal maior. do contrário não passará de mais uma ação isolada que raramente resultará em realização. Por outro lado, o sonho sem ação disciplinada esta acompanhada de iniciativa, persistência, autoconfiança além de outras variáveis comportamentais não terá êxito. O empreendedor segundo Fillion (1999), é

aquele capaz de concretizar seus sonhos como se a realidade fosse uma projeção da mente. É aquele que imagina, desenvolve e realiza visões (FILION, 2004).

A maioria das definições converge para a caracterização do empreendedor como sendo tipicamente alguém que tem o sonho de criar algo diferente que seja para si como para seu próprio negócio quer para sua satisfação, como uma curiosidade. O empreendedor é frequentemente considerado como uma pessoa capaz de identificar as oportunidades de negócios os nichos de mercado e que sabe se organizar para progredir.

Dentre tantas definições, uma das mais antigas e que melhor reflete o espírito empreendedor, como diz Schumpeter (1949 apud DORNELAS, 2005 p. 39): “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”. Kirzner (1973, apud DORNELAS, 2005, p. 39) tem uma abordagem diferente. Para este autor, o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, que encontra uma posição positiva e clara em meio a um ambiente de caos e turbulência, ou seja, aquele que identifica oportunidades. A perspectiva apontada por Filion (1999) é a comportamental, que encontrou na figura de David McClelland o autor que deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo. Essa perspectiva trata das responsabilidades individuais na criação e gestão de negócios, tendo como fundamento as características psicológicas e comportamentais dos empreendedores. Depois de McClelland, os comportamentalistas dominaram o campo do empreendedorismo, e entre as características atribuídas por eles aos empreendedores estão a inovação, liderança, criatividade, iniciativa, autoconfiança e necessidade de realização.

2.3 CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS

Alguma questão estudada por pesquisadores é sobre características dos empreendedores de sucesso. Filion (1997, apud DOLABELA, 1999, p. 70) acredita que as características variam de acordo com as atividades que o empreendedor executa. Para Dolabela (1999), as características empreendedoras podem ser adquiridas e desenvolvidas. Identificar o perfil do empreendedor de sucesso auxilia no processo de aprender a agir, adotando comportamentos e atitudes adequadas para se tornar um.

O Perfil e as Percepções dos Empreendedores do Município de Videira - SC

De acordo com um trabalho desenvolvido pelo Sebrae, o Empretec desenvolveu 10 características de um empreendedor de sucesso, baseado em estudos da ONU.

1- Busca oportunidades e toma a iniciativa: o empreendedor faz o que deve ser feito antes de ser solicitado ou forçado, age para expandir o negócio, aproveita as oportunidades novas para começar um negócio.

2- Corre riscos calculados: avalia as alternativas, age para controlar os resultados, toma riscos moderados.

3- Exige qualidade e eficiência: age de maneira a realizar ações, desenvolve procedimentos para assegurar que o trabalho seja executado a tempo e que atenda aos padrões de qualidade.

4- É persistente: o empreendedor age diante de um obstáculo significativo, assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.

5- É comprometido: faz sacrifício pessoal para completar as metas que foram determinadas, se esmera em manter os clientes satisfeitos e coloca em primeiro lugar a boa vontade a longo prazo, acima do curto prazo. Características relativas ao planejamento

6- Busca de informações: está sempre buscando novos métodos novas informações para aprimorar o serviço.

7- Estabelecimento de metas: o empreendedor estabelece metas e objetivos que são desafiantes.

8- Planejamento e monitoramento sistemático: planeja dividindo tarefas de grande porte em subtarefas com prazos definidos, constantemente revisa seus planos levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais, utiliza registros financeiros para tomar decisões.

9- Persuasão e rede de contatos: o empreendedor utiliza estratégias para influenciar ou persuadir pessoas. Trabalha com pessoas chave, age para desenvolver e manter relações comerciais.

10- Independência e Autoconfiança: o empreendedor busca autonomia em relação a normas e controles de terceiros, mantém seu ponto de vista, expressa confiança na sua própria capacidade de enfrentar um desafio.

2.4 ENSINO DO EMPREENDEDORISMO

O aprendizado e o desenvolvimento intelectual aprimorados devem também estar sintonizados com as demandas emergentes da sociedade, contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida do homem. Como então ensinar o indivíduo a inovar, aproveitar as oportunidades e converter suas ideias em benefícios sociais? O próprio significado da palavra “empreender”, derivada do francês *entreprendre* (aquele que empreende na administração e no gerenciamento), mostra a relevância de repassar ao educando as formas de transformar os fatores de produção, do capital e do trabalho em novos produtos e serviços.

De acordo com a literatura (DORNELAS, 2001; DUTRA et al., 2001; KIRBY, 2004; JONES; ENGLISH, 2004; GUIMARAES, 2002; HENRY; HILL; LEITH, 2005; IBRAHIM; SOUFANI, 2002), os cursos que pretendem ensinar seus discentes a empreender, seja abrindo um negócio, seja dentro de uma organização, precisam incluir em suas ementas as seguintes habilidades e características:

- Habilidades de comunicação, especialmente persuasão;
- Habilidades de criatividade;
- Habilidades para reconhecer oportunidades empreendedoras;
- Pensamento crítico e habilidades de avaliação;
- Habilidades de liderança;
- Habilidades e competências gerenciais: incluindo planejamento, comercialização, Contabilidade, estratégia, marketing, RH e *networking*;
- Habilidades de negociação;
- Habilidades para tomar decisões;
- Habilidades de resolver problemas;
- Habilidades de *networking*;
- Habilidades de administração do tempo;

A mudança deste paradigma tem sido uma vertente nos estudos do ensino do empreendedorismo nas IES. O enfoque educacional do empreendedorismo tende a ser direcionado para os processos de inovação, criação e desenvolvimento de empresas em vez da clássica educação em negócios para gerenciar uma empresa (MARTENS; FREITAS, 2008). Para tanto, o indivíduo poderá desenvolver e aperfeiçoar seus

conhecimentos de três maneiras: trabalhar no mesmo tipo de negócio em que pretende atuar, iniciar um negócio e aprender passo a passo, ou desenvolver um plano de negócios e estudar suas etapas e minúcias. (VESPER, 1992). Dolabela (1999) afirma o que já é tácito no que diz respeito à hereditariedade do empreendedorismo: é possível ensinar e aprender a ser empreendedor. Para Fowler (1997), a educação empreendedora é um sistema que habilita pessoas a criarem e dirigirem seus próprios negócios, utilizando isso como meio de aprendizagem. Assim, a capacidade empreendedora pode ser entendida como o aproveitamento de oportunidades e recursos disponíveis, englobando tanto situações de criação de um negócio como a condução de uma empresa já estabelecida.

O trabalho clássico sobre o ensino do empreendedorismo apresentado por Vesper (1987) considera este enfoque, afirmando ser esta uma prática que merece atenção. O autor propõe novos modelos conceituais incluindo o agir como experiência didática, além do falar, ler e escrever, incentivar ainda o contato com empreendedores. Recomenda medir resultados de projetos que resultem em novos negócios. Criar uma escola empreendedora, não limitada ao calendário escolar, que contemple a produção em projetos de criação de empresas no currículo dos cursos. Seguindo este entendimento, é preciso agregar conhecimento teórico e prático ao mesmo tempo, no sentido de ser o professor um agente transformador que precisa incentivar em seus alunos o autoconhecimento e a obtenção de conhecimento, por meio de vivências e práticas intensas com o empreendedorismo.

3 METODOLOGIA

Para realização do artigo, relacionando ao método de pesquisa, o mesmo quanto aos objetivos foi descritivo. Para Gil (1999), são inúmeros os estudos que podem ser classificados como descritivos, mas dentre esses se salientam aqueles que têm como foco estudar as características de um grupo. Quanto ao método de abordagem do problema, o mesmo foi qualitativo, por meio de entrevista, este tipo de pesquisa não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, neste caso, o aprofundamento será em cima de um grupo de empreendedores do município de Videira – SC.

O estudo de caso em questão, realizou-se em forma de entrevista composta de 10 perguntas, com objetivo de coleta de dados para responder a pesquisa. A entrevista foi a

realizada no dia 15 de março de 2016 durante a reunião semanal do Núcleo Jovem Empreendedor e contou com a participação de 10 integrantes. O tipo de entrevista foi semiestruturado, as questões previamente estabelecidas baseadas no tema estudado, serviram como roteiro, permitindo que o entrevistado falasse livremente sobre assuntos. A pesquisa teve como participantes e colaborações do núcleo dos jovens empreendedores da ACIAV de Videira –SC. O Núcleo dos Jovens Empreendedores – NJE foi criado em agosto de 2011 e atua no desenvolvimento de seus representantes. Tem por finalidade disseminar a cultura associativista; promovendo o desenvolvimento das empresas e dos setores da economia.

O Núcleo do Jovem Empreendedor é um grupo formado por pessoas jurídicas ou colaboradores de empresas de áreas afins, ou profissionais liberais e ou autônomos devidamente legalizados e que se dediquem a atividades econômicas que, mesmo concorrendo entre si na disputa pelo mercado, atuam em conjunto na solução de problemas comuns, quebrando o isolamento. O núcleo jovem empreendedor tem como missão e visão as seguintes informações.

MISSÃO

Estimular a cultura empreendedora, promovendo oportunidades de desenvolvimento.

VISÃO

Ser referência por ações inovadoras de empreendedorismo, destacando-se no meio oeste catarinense.

Os dados coletados seguiram procedimentos interpretativos, sendo as respostas consideradas por meio de análise descritiva, constituindo-se nos resultados a seguir apresentados. A análise do material, as respostas dadas pelos entrevistados foram relacionadas com as 10 Características do empreendedor;

O Perfil e as Percepções dos Empreendedores do Município de Videira - SC

Características	Qtde	Descrição
Busca Oportunidades e Toma Iniciativa	7	Ser empreendedor é dar um passo à frente dos outros.
Corre riscos Calculados	5	Você pensa, comenta e discute com pessoas vai trocando ideias e com isso buscando novas formas de fazer.
Estabelecimentos de Metas	4	Atingir meu objetivo, seja ganhando ou perdendo quero atingir meu objetivo, coloco metas e defino o que quero.
Planejamento Sistemático	6	Você pensa comenta e busca ideias discute com pessoas e vai trocando o conhecimento.
É comprometido	5	Busca fazer o melhor, primeiro passo acredita em mim.
Persuasão e rede de contatos (Networking)	3	A oportunidade é você quem cria, tem sempre que buscar os melhores naquilo que são melhores.
Independência e ter autoconfiança	6	Ter seu próprio negócio sabendo que você faz parte de um todo e acreditar que você é capaz de realizar.
Persistente	4	Eu não acredito no fracasso, pois acredito que falta observação e planejamento dos detalhes.

O Perfil e as Percepções dos Empreendedores do Município de Videira - SC

Qualidade e Eficiência	6	Ter um lugar que te mantém ocupado e se você gosta do lugar você procurar aprender e melhor cada vez melhor.
Busca Desenvolvimento Social	7	Promover o desenvolvimento das empresas e dos setores da economia.

Fonte: (o Autor)

Foi possível identificar que os entrevistados possuem várias características de empreendedores, confirmando-se assim. Foi perguntado a respeito, de que se consideravam empreendedores, a maioria respondeu que sim e que buscam no seu dia a dia fazer mudanças, inovar buscando melhorias contínuas naquilo que estão fazendo. Assim como define Dornelas (2005), o empreendedor tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.

4 CONCLUSÃO

O objetivo do artigo foi identificar o perfil e o tipo de um empreendedor no município de Videira – SC analisando os conceitos de empreendedorismo, características, os tipos de empreendedores e mitos relacionados aos mesmos. Dornelas (2007) identificou um conjunto de características, traços, formas de agir maneiras de pensar que levaram à definição do que seria o perfil do empreendedor de sucesso. Este salienta também que nem todo empresário pode ser considerado empreendedor e que para ser empreendedor não é necessário ser empresário. O artigo inclui uma entrevista aplicada aos empreendedores do núcleo jovem empreendedor, realizando-se assim um estudo de caso.

A questão principal que se busca encontrar ao longo da entrevista e da pesquisa saber como pensa e age o empreendedor como desenvolver habilidades e competências empreendedoras para atingir o sucesso. Pode-se concluir, portanto, que desenvolver características empreendedoras é essencial para o sucesso do negócio, e conseqüentemente para a eficiência da empresa. Que ser um empreendedor é um fator de sucesso. Sugere-se aprimoramento dessas características para facilitar o

desenvolvimento pessoal, em equipe e empresarial como um todo, já que, de acordo com Kirzner (1973), ser empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, que encontra uma posição positiva e clara em meio a um ambiente de caos e turbulência, ou seja, aquele que identifica oportunidades. Ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias através da congruência entre criatividade e imaginação. Seguindo este raciocínio a ideia de que o empreendedor, em geral, é motivado pelo auto realização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente. Considera irresistíveis os novos empreendimentos e propõe sempre ideias criativas, seguidas de ação.

A auto avaliação, a autocrítica e o controle do comportamento são características do empreendedor que busca o autodesenvolvimento. Para se tornar um empreendedor de sucesso, é preciso reunir imaginação, determinação, habilidade de organizar, liderar pessoas e de conhecer tecnicamente etapas e processos. Assim, aos já empreendedores e aos que desejam empreender, há um ambiente propício a essa prática na atualidade, porém devem ser considerados todos os fatores anteriormente descritos, para garantir que o sucesso seja alcançado e constantemente reafirmado, mesmo num ambiente onde a velocidade das mudanças define os rumos da economia e do mercado, influenciando diretamente no comportamento do consumidor, obrigando o empreendedor a ser ousado e altamente adaptativo.

Abstract

Entrepreneurship is a subject that is emerging in the administration area of literature and also appreciated by the media and entities, since the role and performance of the entrepreneur seem increasingly transparent and fundamental. This is due mainly to the recognition of their role in social and economic development of nations. Consequently, entrepreneurship education becomes relevant subject, due to the possibility of oportunizar a greater understanding of the subject, making it possible to increase the management capacity and the growth of its entrepreneurial vision, as a whole. This study has relevance for the purpose of examining the profile and perceptions of entrepreneurs in the city of Videira, its activities, the effects of its operations on society and the economy, as well as analyze the practices that support the management or projects in the organization leads.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Characteristics, Types of Entrepreneurs.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, Empreendedorismo na prática: **mitos e verdades do Empreendedor de sucesso**: 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

FILLION, L.J. Empreendedorismo: **empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração, v.34, n,2p.05-28,1999c.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa**: uma ideia de paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa 30 ed. São Paulo: Editora Cultura, 2006.

FILION, Louis; DOLABELA, Fernando. Boa Ideia! E agora: **plano de negócio, o caminho seguro para criar e gerenciar sua empresa**: 1ªed. São Paulo: Editora Cultura, 2000.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**: 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2008.

FOWLER, Fábio Roberto. **Programas de desenvolvimento de empreendedorismo**: um estudo de caso: FEA-USP e DUBS. 1997. Dissertação (Mestrado em Administração). Faculdade de Economia e Administração, São Paulo, 1997.