

Cadernos d'inducar

outubro 2006

O PERFIL
EMPREENDEDOR

rede
inducar



O PERFIL EMPREENDEDOR

Motivações e Competências Pessoais

A criação e a consolidação de empresas bem sucedidas num mercado competitivo depende de um conjunto de factores que não podem ser reduzidos à personalidade das pessoas que as iniciam e gerem. Factores externos como a conjuntura macroeconómica, as políticas públicas associadas à iniciativa empresarial, a disponibilidade de financiamentos, a imagem social da actividade empresarial, etc. têm um peso considerável na criação de um ambiente favorável ao empreendedorismo. Também no ambiente mais próximo aos potenciais empresários encontram-se factores, como o contexto familiar ou o grupo social a qual pertencem, que facilitam ou desincentivam a iniciativa empresarial. Entretanto, ao longo do tempo, vários estudos e pesquisas têm atribuído uma importância considerável aos factores ligados directamente à pessoa do empresário, ou seja, às suas formas de conduta e competências pessoais.

A Acção Empreendedora e o Perfil Empreendedor

Atribui-se o início do uso do termo “empreendedorismo” a Richard Cantillon, em 1755, e a Jean-Baptiste Say, em 1800. Ambos definiam os empreendedores como pessoas que **correm riscos** porque investem o seu próprio dinheiro em empreendimentos.

Posteriormente, J. Schumpeter (1911) interessa-se pela ligação entre a acção dos empreendedores e o desenvolvimento económico, e no seu livro “Teoria do Desenvolvimento Económico” relaciona o empreendedorismo à inovação. Para Schumpeter (1978), “a essência do empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios; tem sempre que ver com a criação de uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados do seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações”. Schumpeter (1978) também descreveu o empreendedor como responsável por processos de “destruição criativa”, que resultavam na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados.

Na década de 60, D. Mc Clelland e J. Atkinson dedicam-se ao estudo das motivações dominantes nas pessoas empreendedoras e identificam a Motivação de Realização (N-Achieving) como estruturante de suas personalidades, enquanto que nas outras pessoas podem ser dominantes a Motivação de Afiliação (necessidade de relações amigáveis e cordiais, de estar bem com outras pessoas e promover o bem-estar de outros), a Motivação de Poder (necessidade de exercer influência sobre outras pessoas) ou uma combinação equilibrada das três. A Motivação de Realização foi então descrita como a necessidade de superar desafios, de alcançar objectivos difíceis pelo esforço e mérito pessoais. A Motivação de Realização induziria a pessoa a buscar fazer bem e cada vez melhor e a agir assim não só pelas possíveis recompensas em prestígio ou dinheiro.

Nos anos de 1982 e 83, a USAID promoveu um estudo junto de empresários bem sucedidos em três países de três continentes (Malawi/África, Índia/Ásia e Equador/América do Sul) para a identificação de formas de conduta ou características pessoais que pudessem explicar o sucesso na criação de empreendimentos. As competências identificadas foram reunidas em três conjuntos: o conjunto de Realização, o conjunto de Planeamento e o conjunto de Poder (interacção social). Os autores do estudo concluíram que essas competências não são exclusivas das pessoas empreendedoras mas estão mais desenvolvidas nestas. Esses conjuntos de competências explicariam não só a tendência para a criação de empreendimentos mas também as maiores probabilidades de sucesso dos empreendimentos.

Competências Pessoais Empreendedoras

ESTRUTURA MOTIVACIONAL: predomínio da Motivação de Realização (Achieving Need – conquistas pelo próprio esforço/mérito), de acordo com a teoria de D. Mc Clelland e D. Atkinsons sobre as motivações sociais do comportamento humano (motivações de afiliação, poder e realização).

CONJUNTO DA REALIZAÇÃO:

- iniciativa
- busca e aproveitamento de oportunidades
- (auto) exigência de qualidade e eficiência
- aceitação de riscos (moderados) e convivência com a incerteza - compromisso
- auto-motivação
- persistência

CONJUNTO DO PLANEAMENTO:

- objectivos a longo prazo
- definição de metas
- busca activa e intensiva de informações (assume riscos bem calculados)
- planeamento e monitorização sistemáticos
- capacidade de aprender com os erros

CONJUNTO DO PODER:

- persuasão - criação e manutenção de rede de apoio - independência / autonomia

Tanto os estudos e teorias de Mc Clelland como o estudo da USAID influenciaram autores posteriores e a criação de metodologias de formação de empreendedores durante a década de 80.

Para Timmons, por exemplo, as características empreendedoras são:

1. Iniciativa e Energia
2. Autoconfiança
3. Abordagem em longo prazo
4. Dinheiro como medida de desempenho
5. Tenacidade
6. Fixação de metas
7. Riscos moderados
8. Atitude positiva perante o fracasso
9. Utilização de feedback sobre seu próprio comportamento
10. Saber buscar e utilizar recursos
11. Não aceitação de padrões impostos
12. Tolerância à ambiguidade e incerteza

Para Peter Drucker (1974), a acção empreendedora numa empresa de negócios é fazer os negócios de hoje capazes de fazer o futuro, transformando-os num negócio diferente. Para Drucker, o empreendedor está sempre a buscar a mudança, reage a ela e explora-a como sendo uma oportunidade. Os empreendedores têm a habilidade de encontrar possibilidades diante dos recursos disponíveis, dos diferentes estilos de vida, nas mudanças da organização do tempo e das actividades socio- económicas.

Para Fillion (1991), o empreendedor é “**pessoa criativa**, marcada pela **capacidade de estabelecer e atingir objectivos** e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive usando-a para detectar oportunidades de negócios. Uma pessoa que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objectivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.”

Barreto (1998) descreve os empreendedores como pessoas com habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou do quase nada. Fundamentalmente, o empreender é um acto criativo. É a concentração de energia no iniciar e continuar um empreendimento. É o trabalho de criar uma organização em oposição a observá-la, analisá-la ou descrevê-la. Mas também a sensibilidade individual para perceber uma oportunidade onde outros vêem caos, contradições e confusão. É o possuir de competências para **descobrir e controlar recursos** aplicando-os de forma produtiva”

Guillon e Rocha (1999) descrevem o empreendedor como “aquele que objectiva o sucesso, que possui controlo do seu negócio e visão holística do mesmo. É independente e toma suas decisões de acordo com sua vontade e visão dos factos. É flexível para se adaptar às mudanças repentinas no mercado, aprendendo com suas próprias experiências.”

Fillion ressalta que a importância da **visão empreendedora**, ou seja, o empreendedor é alguém que imagina, desenvolve e realiza visões. A visão é uma ideia, muitas vezes um conjunto de ideias (imagens) que se quer realizar (projectadas no futuro).

Empreender não é só criar uma empresa mas sim um modo de agir sobre o mundo, modificando-o ao inovar nas práticas diárias. É criar formas para fazer melhor, mais rápido ou mais barato.

A Formação de Empreendedores

Para Dolabela, “tudo indica que o empreendedor é fruto de uma cultura... se existem dúvidas sobre a possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, sabe-se que é possível que alguém aprenda a sê-lo em determinadas circunstâncias que sejam favoráveis à auto-aprendizagem”. Dolabela defende a educação para o empreendedorismo através da metodologia que denomina “oficina do empreendedor” no qual se estimulam os participantes a **desenvolver o sonho do negócio próprio numa visão empreendedora, de forma pró-activa**, com erros e acertos, envolvendo competências técnicas e emocionais, a **criação de uma rede de relações e a busca contínua do conhecimento de si mesmo** como algo fundamental.

Outros modelos de formação de empreendedores, como o CEFE – “Competecy based Economies through Formacion of Entrepreneurs”, difundido pela GTZ – Agência de Cooperação Técnica da Alemanha e o EMPRETEC (difundido pelo PNUD), utilizam métodos activos de aprendizagem experiencial (jogos, simulações, exercícios práticos) para promover, em potenciais empresários, a compreensão cognitiva e a auto- avaliação das competências pessoais empreendedoras assim como a sua consciencialização para a importância do fortalecimento contínuo de tais competências em si mesmos. Essas metodologias também favorecem a construção da visão do empreendimento através da aprendizagem da elaboração de um plano de negócio.

- **BIBLIOGRAFIA**

- Barreto, L.P. – “Educação para o Empreendedorismo”, Salvador, Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- Drucker, Peter – “Inovação e Espírito Empreendedor – Prática e Princípios”, S. Paulo, Editora Pioneira, 1998.
- Dolabela, Fernando – “O segredo de Luísa”, S.P., Editora Cultura, 1999
- Fillion, L. Jacques – “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios”, Revista de Administração da USP, abril/junho 1999.
- Guillon, P. P.; Rocha, R.A. – « Intrapreneur : multiplicador de novos negócios », Alcance Administração, Itajaí – Ano VI – no 1, maio 1999
- Souza, Clair Grube – “Empreendedorismo e capacitação docente: uma sintonia possível” , monografia publicada em 27/06/2003, SEBRAE, Brasília.
- “O empreendedor e suas características” – SEBRAE/ ES, Vitória, 2005 – Manual do Empresário, Fascículo 1