

# **EMPREENDEDORISMO: uma análise do perfil dos gestores**

Linha temática: ÁREA IV: Desenvolvimento Econômico e Instituições

Ana Paula Lüdtke<sup>1</sup>, Marcelo Regis Röpke Lüdtke<sup>2</sup>

**Resumo:** O trabalho tem o intuito de explorar o conhecimento acerca do empreendedorismo, descrever ideias significativas sobre conceitos, evolução histórica, teorias e processos utilizados, comportamentos e atitudes. Abordando o empreendedorismo como uma das ferramentas mais influenciadoras e poderosas forças de mudança no mundo, impulsionada por transformações econômicas e sociais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Conceitos, Comportamentos e Econômicas

**Abstract:** The work aims to explore knowledge about entrepreneurship, describe significant ideas about concepts, historical evolution, theories and processes used, behaviors and attitudes. Addressing entrepreneurship as one of the most influential tools and powerful forces of change in the world, driven by economic and social transformations.

**Keywords:** Entrepreneurship, Concepts, Behaviors and Economic

## **1 INTRODUÇÃO**

A capacidade de empreender acompanha a existência humana, na tentativa de melhorar as condições de vida e atender as necessidades de modo mais eficiente e produtivo. Além de criar novas oportunidades de trabalho e geração de renda para a população, a contribuição ampla da criatividade, da inovação, alocando recursos em atividades comuns para criação acelerada de possibilidades, levando à satisfação, e o fomento as empresas, novos meios de crescimento e expansão.

O desenvolvimento de atitudes empreendedoras possui o intuito de estimular as pessoas na busca de ideias criativas que possam gerar um empreendimento de sucesso.

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Administração pela Universidade Federal de Santa Maria-UFSM, e-mail: [anapaulaludtke@gmail.com](mailto:anapaulaludtke@gmail.com)

<sup>2</sup> Graduando do curso de Administração pela Universidade Federal de Santa Maria-UFSM, e-mail: [marceloludtke@hotmail.com](mailto:marceloludtke@hotmail.com)

Potencializar e modelar projetos, prestando serviços de consultorias ajudando a impulsionar e transformar novas aspirações empresariais em negócios rapidamente são atividades de gestores e mentores nessa área.

O espírito empreendedor para a execução de uma ideia que possa gerar empregos, contribuindo para aprimorar habilidades, estruturar e desenvolver novos empreendimentos, tendo de fato exemplos países, que tem sua economia baseada no avanço tecnológico e na inovação, como por exemplo a *Microsoft, Facebook, Google, Apple, Ebay, Amazon, Netflix, Uber* entre outros. Por isso que, as incubadoras são tão importantes, para o desenvolvimento intelectual de novos mentores de negócios e para o desenvolvimento do país. A complementação constante de como gerenciar e contribuir com uma criação, a organização de uma empresa, trazendo conhecimentos de como agir perante a sociedade, com todos os problemas e desafios que possam surgir.

O posicionamento do gestor frente a certas atitudes, sobre as decisões que terá que tomar e importância de seu constante aperfeiçoamento para estar sempre inovando e buscar adaptarem-se as mudanças perante os novos parâmetros que se exigem. Diante disso, justifica-se o estudo na área de empreendedorismo para identificar as qualidades e percepções que acompanham os gestores e empreendedores que compõe as organizações nela inseridas.

O objetivo geral do trabalho será analisar o perfil empreendedor, identificando os comportamentos e atitudes de êxito nos negócios. E especificamente o estudo visa descrever as competências empreendedoras identificadas na literatura, identificar e analisar o perfil empreendedor dos gestores, sendo realizada uma pesquisa bibliográfica. Para Gil (2007, p.44), os exemplos mais característicos deste tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Procuramos apresentar a temática de empreendedorismo, este fenômeno estabelece criação de empregos e crescimento que gera uma contribuição motivadora para a diversificação da economia que será apresentada sistematicamente suas definições, evolução do termo, as principais oportunidades e características, interligando ao perfil empreendedor.

## 2.1 EMPREENDEDORISMO

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. O termo teve modificações no decorrer no tempo, que pode ser verificado na sua cronologia e análise histórica do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo Hisrich (1986 apud Dornelas (2008, p.14).

Numa cronologia do uso do termo empreendedorismo, Hisrich (1986 apud DORNELAS, 2008,p.14), apresenta um retrospecto histórico, demonstrado no quadro á seguir.

Quadro 1: Definição de Empreendedorismo

Linha do Tempo	Definição do termo Empreendedorismo
Primeiro uso do termo empreendedorismo	Um primeiro exemplo de definição de empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, que tentou estabelecer uma rota comercial para o Oriente. Como empreendedor, Marco Polo assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro (hoje mais conhecido como capitalista) para vender as mercadorias deste. Enquanto o capitalista era alguém que assumia riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor assumia papel ativo, correndo todos os riscos físicos e emocionais.
Idade Média	Na Idade Média, o termo empreendedor foi utilizado para definir aquele que gerencia grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.
Século XVII	Os primeiros índices de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorreram nesta época, em que o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos. Como os preços eram prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era exclusivo do empreendedor. Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos -, do capitalista – aquele que fornecia o capital.
Século XVIII	Nesse século, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo. Um exemplo foi o caso das pesquisas referentes a eletricidade e química, de Thomas

	Edison, que só foram possíveis com o auxílio de investidores que financiaram os experimentos.
Século XIX e XX	No final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram frequentemente confundidos com os gerentes ou administradores (o que ocorre até os dias atuais), sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizavam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Fonte: Hisrich (1986 apud DORNELAS, 2008, p.14).

Segundo Hisrich (2009, p. 29), esta capacidade de inovar pode ser observada no decorrer da história, desde os egípcios, que criaram e construíram grandes pirâmides com blocos de pedra que pesavam muitas toneladas, até o módulo lunar Apolo, a cirurgia a laser, as comunicações sem fio. Embora as ferramentas tenham mudado com os avanços na ciência e na tecnologia, a capacidade de inovar está presente em todas as civilizações.

Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez melhor reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Schumpeter (1946 apud DORNELAS, 2008, p. 22):

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, 2008, p. 22) tem uma abordagem diferente. Para esse autor, empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Ambos, porém, são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atende às informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta. De acordo com Schumpeter (apud DORNELAS, 2008, p. 22), o empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes; ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já constituídas.

Empreendedorismo é o “processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumido os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e da independência financeira e pessoal” (Hisrich, 2009, p. 30).

Na formação de empreendedores, o fundamental é preparar as pessoas para aprender a agir e pensar por conta própria, com criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção. Essa tarefa torna-se cada vez mais importante e necessária diante do decréscimo contínuo dos postos de trabalho no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Mas não só: sua relevância atual se deve principalmente à necessidade de conciliar cada vez mais “o mundo do trabalho” com o prazer da realização humana -o que equivale a dizer qualidade de vida (DOLABELA,1999, p.12).

Para Drucker (1998, p.49), os empreendedores têm em comum não somente certo tipo de personalidade, mas o compromisso com a prática sistemática da inovação. A inovação é função específica do espírito empreendedor e é o meio pelo qual o empreendedor cria novos recursos produtores de riqueza ou investe recursos existentes com maior potencial para criação de riqueza.

Na visão de Dolabela (1999, p. 25) o que faz um empreendedor de sucesso é um conjunto de atitudes e comportamentos que o predis põem a ser criativo, a identificar a oportunidade, a saber, agarrá-la. E a encontrar e gerencia os recursos necessários para transformar a oportunidade em um negócio lucrativo. E o principal conhecimento do empreendedor não está nos livros, mas à sua volta, nas pessoas, no mercado, no mundo. Assim, estar preparado para adquirir conhecimentos significa: saber identificar aquilo de que se precisa no momento próprio e na intensidade adequada; saber assimilá-lo e, o mais importante, saber aplicá-lo.

O Empreendedorismo não é ainda uma ciência, embora seja uma das áreas onde mais se pesquisa e se publica. Isso quer dizer que ainda não existem paradigmas, padrões que possam, por exemplo, nos garantir que, a partir de certas circunstâncias, haverá um empreendedor de sucesso. Sabe-se que o empreendedorismo é um fenômeno cultural, ou seja, é fruto dos hábitos, práticas e valores das pessoas. Existem famílias mais empreendedoras do que outras, assim como cidades, regiões, países. Na verdade aprende-se a ser empreendedor através da convivência com outros empreendedores em um clima em que ser dono do próprio

nariz, ter um negocio é considerado algo muito positivo. Pesquisas indicam que as famílias de empreendedores têm maior chance de gerar novos empreendedores e que os empreendedores de sucesso quase sempre têm um modelo, alguém a quem admiram e imitam, conforme Filion (1991apud DOLABELLA, 1999, p.33). O autor descreve três níveis de relações, expressado em:

- Primário: familiares e conhecidos; ligações em torno de mais de uma atividade.
- Secundário: ligações em torno de determinada atividade; redes de ligações.
- Terciário: cursos, livros, viagens, feiras e congressos.

Pode-se dizer que o nível primário é a principal fonte de formação de empreendedores. Mas os níveis secundário e terciário podem também ser importantes na geração de empreendedores. Um dos pontos básicos de ensino Empreendedorismo é fazer com que o aluno busque estabelecer relações que deem suporte ao seu negocio. Assim, a convivência é muito importante nessa área. Há um ditado no campo do empreendedorismo que diz o seguinte: “Dize-me com quem andas e eu te direi quem queres ser”. Se há, portanto empreendedores que nascem prontos, não são por razões genéticas, mas sim porque o nível primário de relações os influenciou. Há poucas décadas dizia-se o mesmo em relação a administradores, gerente: fulano tem o dom para administrar, ciclano nasceu assim, beltrano jamais saberá gerenciar. Hoje ninguém duvida que alguém pode aprender a ser administrador (DOLABELLA, 1999, p.33).

Tudo isso leva a pirâmide do empreendedorismo proposta por Jair Strack equivale à pirâmide de Maslow proposta por Abraham Maslow, que estabelece uma hierarquia de necessidades para as pessoas, somente que trata do estabelecimento da hierarquia de necessidades para o empreendedor. Essa hierarquia de necessidades de Maslow é uma divisão hierárquica, em que as necessidades de nível mais baixo devem ser satisfeitas antes das necessidades de nível mais alto. Cada pessoa tem de "escalar" uma hierarquia de necessidades para atingir a sua auto realização. Como Hierarquia é a ordenação de elementos em ordem de importância, mencionado no Blog Liderança e Empreendedorismo. A figura 01 mostra a hierarquia da pirâmide do empreendedorismo graficamente.

Figura 1: Pirâmide do empreendedorismo



Fonte: Liderança e empreendedorismo, 2010.

Esta é a Pirâmide do Empreendedorismo, onde Jair Strack estabeleceu necessidades hierarquicamente distribuídas, desde a base, até ao topo. As necessidades mais baixas são, pois as necessidades primordiais e básicas para a existência do empreendedorismo, enquanto que as necessidades mais elevadas na pirâmide são as necessidades de evolução até chegar ao topo da auto realização. O Blog desenvolvido por Luana Salvatella, Raquel Silva Martins e Bianca Maria Parra, descreve os cinco níveis dessa pirâmide :

a) nível 1 – características empreendedoras pessoais

O primeiro nível, que forma a base da pirâmide identifica a necessidade fundamental do empreendedorismo, que são as características que levam a pessoa a empreender dentre as diversas opções existentes para o desempenho de suas atividades.

b) nível 2 – atitude e postura de execução – produção

No segundo nível da pirâmide está presente a necessidade do empreendedor ter atitude e postura para fazer acontecer, isto é, fazer a empresa produzir. Isso indica a busca de

segurança através da independência para produção e adequação e/ou reação contra os perigos e ameaças.

c) nível 3 – gestão básica – sobrevivência

No terceiro nível da pirâmide, apresentam-se as necessidades de gestão, que apontam para a necessidade do empreendedor administrar pessoas e equipes, conflitos pessoais e de grupos. Isso identifica a chamada gestão básica no qual o empreendedor deve fazer acontecer através dos outros.

d) nível 4 – gestão inovadora – crescimento e lucro sustentáveis

Em seguida, no quarto nível surge a necessidade da gestão que busca o crescimento e o lucro da empresa através sustentabilidade e da inovação, fortalecendo a gestão e a interdependência, uma vez que estão relacionados fatores como a autoconfiança, prestígio, status, lucro e consideração por parte dos outros.

e) nível 5 – desenvolvimento da grandeza e influência

No quinto nível, topo da pirâmide, Depois, as necessidades de auto realização favorecem a realização do potencial do empreendedor, num desenvolvimento humano contínuo, para ser aceito em grupos sociais e ambientais, associações, partilha de afetos e convivência harmoniosa.

As necessidades principais são essas cinco descritas pelo Blog Liderança e Empreendedorismo, no entanto ainda poderão ser consideradas outras necessidades, as quais poder ser inseridas intrinsecamente em alguma das cinco já apresentadas. Conclui-se então, que esta pirâmide hierárquica do empreendedorismo, nos releva quais os passos e necessidades primordiais a serem seguidos, para nos tornarmos empreendedores de sucesso, alcançando a eficácia.

Constando assim que ser empreendedor não é uma opção de vida, mas uma missão de vida. O empreendedor não arrisca apenas o seu futuro, mas também o de todos aqueles que

estão à sua volta, que trabalham para o seu sucesso e dependem de suas atitudes e decisões. Empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento de uma empresa, de uma cidade, de uma região, enfim, pela construção de uma nação. O papel social talvez seja o mais importante que o empreendedor assume em toda a sua vida (DORNELAS, 2008,p. 217).

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O movimento do empreendedorismo do Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. Os ambientes político e econômico do país não eram propícios, e o empreendedor praticamente não encontrava informações para auxiliá-lo na jornada empreendedora (DORNELAS, 2008, p. 10)

Já Nitsch; David; Netto (1998, p.152 apud GOMES FILHO 2004, p. 29) conceitua que o empreendedorismo chegou ao Brasil na década de 70, através de algumas universidades que tinham bom conceito junto às universidades americanas, principalmente aquelas ligadas à área tecnológica.

Na década de 90, o termo empreendedor começou a se tornar expressivo mediante a abertura de mercado da economia brasileira, apresentado a inovação para auxiliar as empresas a se adaptarem às novas tendências desse mercado. Porém, ainda não é disciplina obrigatória nos cursos de administração, sendo trabalhada em alguns programas de pós-graduação e alguns cursos de graduação que já estão percebendo a importância do tema (GOMES FILHO 2004, p.29).

Um estudo elaborado pela *startup Expert Market*, baseada no Texas (EUA), e publicado recentemente na *FastCompany* teve por objetivo descobrir quais são os países com os empreendedores "mais determinados do mundo", ou seja, aqueles que embora enfrentaram muitas dificuldades e burocracias, ainda assim apresentaram um alto número de negócios criados em 2016. Apesar da forte crise econômica pela qual o Brasil passa, sobretudo, nos últimos dois anos, o país aparece bem posicionado no ranking, em 5º lugar numa lista de 15 países, quando o assunto são os empreendedores mais determinados do mundo (CANALTECH, 2017).

Ainda de acordo com o levantamento, em uma escala de 1 (mais fácil abrir um negócio) até 130 (mais difícil), o Brasil ganha pontuação 125. Ao mesmo tempo, na escala que mede a abertura de negócios e que varia de 1 (maior número de negócios criados) até 130 (mínimo negócios criados), o Brasil ganha pontuação 48. Isso demonstra os dois lados da moeda: a dificuldade em abrir um negócio comparado ao alto número de negócios criados. Ou seja, o país tem um grande número de pessoas dispostas a empreender, mesmo com todos os riscos envolvidos, conforme descrito no (CANALTECH, 2017).

### 2.3 TRAÇOS E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Os traços da personalidade e as características podem ser referências para fundamentar a identificação do perfil do empreendedor nas pessoas que buscam implementar seus negócios. Segundo Gomes Filho (2004, p. 33), o empreendedor se familiariza com as características apresentadas no quadro 2:

Quadro 2: Características de um empreendedor

<p><b>Busca de oportunidade e iniciativa:</b></p>	<p>Capacidade de se antecipar aos fatos e criar novas oportunidades de negócios; desenvolver novos produtos e serviços; propor soluções inovadoras e criativas; ter necessidade de realização.</p>
<p><b>Persistência:</b></p>	<p>Enfrentar os obstáculos decididamente, buscando o sucesso a todo custo, mantendo ou mudando as estratégias, de acordo com as situações; considerando o fracasso como sinônimo de desafio e de aprendizagem, procurando enxergar o lado positivo das adversidades.</p>
<p><b>Correr riscos calculados:</b></p>	<p>Disposição de assumir desafios ou riscos moderados e responder pessoalmente por eles; ousar na execução de um empreendimento novo.</p>
<p><b>Exigência de qualidade e eficiência:</b></p>	<p>Decisão de fazer sempre mais e melhor, buscando satisfazer ou superar as expectativas de prazos e padrões de qualidade; ter visão de futuro.</p>

<b>Comprometimento:</b>	Fazer sacrifício pessoal ou despende esforço extraordinário para completar uma tarefa; colaborar com os subordinados e até mesmo assumir o lugar deles para terminar um trabalho; esmerar-se para manter os clientes satisfeitos e colocar a boa vontade a longo prazo acima do lucro a curto prazo; crer no que faz.
<b>Busca de informações:</b>	Buscar pessoalmente obter informações sobre clientes, fornecedores ou concorrentes; investigar pessoalmente como fabricar um produto ou prestar um serviço; consultar especialistas para obter assessoria técnica ou comercial; aprender indefinidamente, conhecer o ramo em que atua; criar situações para obter <i>feedback</i> sobre seu comportamento e saber utilizar tais informações para o aprimoramento próprio.
<b>Estabelecimento de metas:</b>	Assumir metas e objetivos que representem desafios e tenham significado pessoal; definir com clareza e objetividade as metas de longo prazo; estabelecer metas de curto prazo mensuráveis; ser orientado para resultados, para o futuro; lutar contra padrões impostos.
<b>Planejamento e monitoramento sistemáticos</b>	Planejar dividindo tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; revisar constantemente seus planos, considerando resultados obtidos e mudanças circunstanciais; manter registros financeiros e os utilizar para tomar decisões; ter aversão ao rotineiro.
<b>Persuasão e rede de contatos:</b>	Utilizar estratégias para influenciar ou persuadir os outros; utilizar pessoas-chave como agentes para atingir seus objetivos; atuar para desenvolver e manter relações comerciais; mostrar aos outros que todos podem ganhar com suas ideias; formar equipes de trabalho; ser líder determinado e eficaz.
<b>Independência e autoconfiança:</b>	Buscar autonomia em relação a normas e procedimentos; manter seus pontos de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores; expressar confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou de enfrentar desafios; ser otimista; acreditar muito em suas ideias e saber que é capaz de colocá-las em prática; ser intuitivo e analítico.

Fonte: Gomes Filho (2004, p. 33).

Em um estudo sistemático, as características empreendedoras estão cada vez mais ligadas a habilidades gerenciais do que a fatores hereditários. Evidente que fatores hereditários e de comportamento jamais devem ser ignorados, pois certos fatores comportamentais certamente felicitarão o desenvolvimento das habilidades empreendedoras em ambiente organizacional, de acordo com Gomes Filho (2004, p. 33).

Para Dornelas (2005, p.17), o empreendedor de sucesso possui características extras, além dos atributos do administrador, e alguns atributos pessoais que, somados a

características sociológicas e ambientais, permitem o nascimento de uma nova empresa. De uma ideia, surge uma inovação, e desta, uma empresa. Segundo o autor, as características dos empreendedores de sucesso são apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3: Características dos empreendedores de sucesso

<b>Características dos empreendedores</b>	<b>Descrição das Características</b>
<b>São visionários</b>	Eles têm a visão de como será o futuro para seu negócio e sua vida, e o mais importante: eles têm a habilidade de implementar seus sonhos.
<b>Sabem tomar decisões</b>	Eles não se sentem inseguros, sabem tomar as decisões corretas na hora certa, principalmente nos momentos de adversidade, sendo isso um fator-chave para o seu sucesso. E mais: além de tomar decisões, implementam suas ações rapidamente.
<b>São indivíduos que fazem a diferença</b>	Os empreendedores transformam algo de difícil definição, uma idéia abstrata, em algo concreto, que funciona, transformando o que é possível em realidade (Kao,1989; Kets de Vries, 1997). Sabem agregar valor aos serviços e produtos que colocam no mercado.
<b>Sabem explorar ao máximo as oportunidades</b>	Para a maioria das pessoas, as boas idéias são daqueles que as vêm primeiro, por sorte ou acaso. Para os visionários (os empreendedores), as boas idéias são geradas daquilo que todos conseguem ver, mas não identificaram algo prático para transformá-las em oportunidade, por meio de dados e informação. Para Schumpeter (1949), o empreendedor é aquele que quebra a ordem corrente e inova, criando mercado com uma oportunidade identificada. Para Kirzner (1973), o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e

	turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Porém, ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta.
<b>São determinados e dinâmicos</b>	Eles implementam suas ações com total comprometimento. Atropelam as adversidades, ultrapassando os obstáculos, com uma vontade ímpar de “fazer acontecer”. Mantêm-se sempre dinâmicos e cultivam um certo inconformismo diante da rotina.
<b>São dedicados</b>	Eles se dedicam 24h por dia, 7 dias por semana, ao seu negócio. Comprometem o relacionamento com amigos, com a família, e até mesmo com a própria saúde. São trabalhadores exemplares, encontrando energia para continuar, mesmo quando encontram problemas pela frente. São incansáveis e loucos pelo trabalho.
<b>São otimistas e apaixonados pelo que fazem</b>	Eles adoram o trabalho que realizam. É esse amor ao que fazem o principal combustível que os mantém cada vez mais animados e autodeterminados, tornando-os os melhores vendedores de seus produtos e serviços, pois sabem, como ninguém, como fazê-lo. O otimismo faz com que sempre enxerguem o sucesso, em vez de imaginar o fracasso.
<b>São independentes e constroem o próprio destino</b>	Eles querem estar à frente das mudanças e ser donos do próprio destino. Querem ser independentes, em vez de empregados; querem criar algo novo e determinar os próprios passos, abrir os próprios caminhos, ser o próprio patrão e gerar empregos.
<b>Ficam ricos</b>	Ficar rico não é o principal objetivo dos empreendedores. Eles acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso dos negócios.
	Os empreendedores têm um senso de

<b>São líderes e formadores de equipes</b>	liderança incomum. E são respeitados e adorados por seus funcionários, pois sabem valorizá-los, estimulá-los e recompensá-los, formando um time em torno de si. Sabem que, para obter êxito e sucesso, dependem de uma equipe de profissionais competentes. Sabem ainda recrutar as melhores cabeças para assessorá-los nos campos onde não detêm o melhor conhecimento.
<b>São bem relacionados (networking)</b>	Os empreendedores sabem construir uma rede de contatos que os auxiliam no ambiente externo da empresa, junto a clientes, fornecedores e entidades de classe.
<b>São organizados</b>	Os empreendedores sabem obter e alocar os recursos materiais, humanos, tecnológicos e financeiros, de forma racional, procurando o melhor desempenho para o negócio.
<b>Planejam, Planejam, Planejam</b>	Os empreendedores de sucesso planejam cada passo de seu negócio, desde o primeiro rascunho do plano de negócios até a apresentação do plano a investidores, definição das estratégias de marketing do negócio etc., sempre tendo como base a forte visão de negócio que possuem.
<b>Possuem conhecimento</b>	São sedentos pelo saber e aprendem continuamente, pois sabem que quanto maior o domínio sobre um ramo de negócio, maior é sua chance de êxito. Esse conhecimento pode vir da experiência prática, de informações obtidas em publicações especializadas, em cursos, ou mesmo de conselhos de pessoas que montaram empreendimentos semelhantes.
<b>Assumem riscos calculados</b>	Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a

	jornada empreendedora.
<b>Criam valor para a sociedade</b>	Os empreendedores utilizam seu capital intelectual para criar valor para a sociedade, com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando, sempre usando sua criatividade em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

Fonte: Dornelas, 2008, p. 17-18.

É interessante ainda destacar alguns mitos sobre os empreendedores, identificados por Dornelas (2008, p.19), existindo vários, mas três em especial devem ser analisados com mais atenção. O primeiro mito “empreendedores são natos, nascem para o sucesso”, sendo que a literatura demonstra que na realidade “a maioria dos empreendedores nasce com um certo nível de inteligência, empreendedores de sucesso acumulam habilidades relevantes, experiências e contatos com o passar dos anos” e que a sua “capacidade de ter visão e perseguir oportunidades aprimora-se com o tempo”.

O segundo mito indica que “empreendedores são ‘jogadores’ que assumem riscos altíssimos”, o que é contradito, pois os empreendedores, “tomam riscos calculados, evitam riscos desnecessários, compartilham o risco com outros e dividem o risco em ‘partes menores’”. E um terceiro mito, propõe que “os empreendedores são ‘lobos solitários’ e não conseguem trabalhar em equipe, e os fatos trazem que “são ótimos líderes, criam times/equipes e desenvolvem excelente relacionamento no trabalho com colegas, parceiros, clientes, fornecedores e muitos outros” (DORNELAS, 2008, p.19).

## 2.4 AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS PELO EMPREENDEDORISMO E O INSTINTO DE INOVAÇÃO

A identificação da oportunidade e sua avaliação são tarefas difíceis. A maioria das boas oportunidades de negócios não aparecem de repente, resulta da atenção de um empreendedor às possibilidades ou, em alguns casos, do estabelecimento de mecanismos que identificam oportunidades em potencial. Por exemplo, um empreendedor pergunta, em todos os coquetéis a que aparece, se alguém está usando um produto que não se mostre plenamente adequado ao propósito pretendido. Esse empreendedor está constantemente em busca de uma necessidade e de uma oportunidade para criar um produto melhor. Outro empreendedor sempre monitora os hábitos e brinquedos de seus sobrinhos e sobrinhas. Esse é seu modo de

procurar por um nicho de produção de brinquedos para um novo empreendimento (HISRICH, 2009, p.33).

“A Oportunidade é a fonte de inovação”. Um antigo adágio diz: “A necessidade é a mãe da invenção”, vê a necessidade como fonte de inovação, e mais, como uma importante oportunidade inovadora (DRUCKER, 2010, p. 93).

Embora a maior parte dos empreendedores não tenha mecanismos formais para identificar oportunidades de negócios, algumas fontes são frequentemente proveitosas: consumidores e associações de classe, membros do sistema de distribuição e pessoal técnico. Com frequência, os clientes representam a melhor fonte de ideias para um novo negócio. Quantas vezes você já ouviu alguém comentar: “se existisse um produto que...”. Tal comentário ocasionalmente pode resultar no surgimento de uma nova empresa (HISRICH, 2009, p. 33).

A mente do empreendedor é pró-ativa ele define o que quer realizar, estabelece um ponto no futuro que quer alcançar e busca os conhecimentos e recursos para chegar lá. Sempre com muita energia envolvida. O foco é vital para o empreendedor. Ele tem que se concentrar na sua atividade, evitando dispersões (DOLABELA,1999,p.61).

Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. É o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. A inovação, de fato, cria um recurso. Não existe algo chamado de “recurso” até que o homem encontre um uso para alguma coisa na natureza e assim o dote de valor econômico (DRUCKER, 2010, p.39).

Definido por Dolabela (1999, p. 21) que é o problema que constitui a motivação para o aprendizado, porque é assim que o empreendedor realmente aprende: primeiro, estabelecendo aonde quer chegar; depois, buscando os conhecimentos e os meios necessários para alcançar os objetivos traçados, e o empreendedor deve ser alguém preparado para aprender a aprender.

O fazendeiro americano não tinha virtualmente nenhum poder aquisitivo no começo do século XIX; portanto, ele não podia comprar maquinaria agrícola. Existiam dúzias de máquinas colhedoras no mercado, mas, por mais que as desejasse, o fazendeiro não poderia pagá-las. Então, um dos muitos inventores de colhedoras, *CyrusMcCormick*, inventou a compra à prestação. Isto permitiu ao fazendeiro pagar a colhedora com seus ganhos futuros, em vez de economias passadas – e, de repente, o fazendeiro havia conseguido o “poder aquisitivo” para comprar equipamentos agrícolas. Da mesma forma, qualquer mudança no

potencial produtor-de-riqueza de recursos já existentes constitui inovação (DRUCKER, 2010, p. 40).

Não havia muita tecnologia na ideia de tirar uma carroceria de caminhão de suas rodas e colocá-la num navio cargueiro. Esta inovação, o “*container*”, não surgiu de uma tecnologia qualquer, mas sim de uma nova percepção do “navio cargueiro” como sendo um equipamento para manipular cargas, e não simplesmente um “navio”, significando, com isto, que o mais importante era tornar mais curto possível o tempo de atracação no porto. Mas esta inovação trivial quase quadruplicou a produtividade do cargueiro marítimo e provavelmente salvou a marinha mercante. Sem ela, a tremenda expansão do comércio mundial nos últimos quarenta anos – o maior crescimento dentre as mais importantes atividades econômicas jamais registradas – não poderia possivelmente ter ocorrido (DRUCKER, 2010, p.40).

A inovação, como mostram esses exemplos, não precisa ser técnica, não precisa sequer ser uma “coisa”. Poucas inovações técnicas podem competir, em tempos de impacto, com as inovações sociais, como o jornal ou o seguro. As compras a prazo literalmente transformaram as economias. Onde quer que sejam introduzidas, elas mudam a economia, de uma dirigida pela oferta para uma dirigida pela procura (DRUCKER, 2010, p.40).

Dornelas ressalta (2008, p. 22), que o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- a) Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- b) Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
- c) Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é preciso ousadia e ânimo apesar de falhas e erros. O empreendedor revolucionário é aquele que cria novos mercados, ou seja, o indivíduo que cria algo único, como foi o caso de Bill Gates, criador da Microsoft, que revolucionou o mundo com o sistema operacional Windows. No entanto, a maioria dos computadores cria negócios

em mercados já existentes, não deixando de ser bem-sucedidos por isso (DORNELAS, 2008, p. 22).

Filion (1991 apud DOLABELA 1999, p. 42), identifica a teoria visionária de L. J. Filion (1991) que ajuda a entender como se forma uma ideia de produto e quais as condições para que ela surja. Ela diz que as pessoas motivadas a abrir uma empresa vão criando, no decorrer do tempo, baseadas na sua experiência, ideias de produtos. Tais ideias, a princípio, emergem em estado bruto e reflete ainda um sonho, uma vontade não muito definida. Ou seja, ainda não sofreram um processo de validação, podem ainda não ser um produto.

O futuro empreendedor, para aprofundar-se em sua ideia (ou ideias) emergente, procura pessoas com quem possa obter tais informações para aprimorá-la, testá-la, verifica se é um bom negócio. Procura também ler sobre o assunto, participar de feiras, eventos. Ao obter tais informações a pessoa vai alterando a sua ideia inicial, agregando novas características, mudando alguma coisa, descobrindo ou inventando novos processos de produção, distribuição ou vendas. E, ao modificar o produto, vai atrás de novas pessoas, livros, revistas, feiras, etc. É um processo contínuo de conquistas de novas relações. E esse processo é circular, na medida em que tais relações irão contribuir para melhorar o produto, alterando-o e assim por diante (DOLABELA, 1999, p.42).

## **CONCLUSÃO**

Este trabalho buscou investigar, descrever, observar e compreender as características pessoais/psicológicas, potencializando assim, o termo empreendedorismo como a criação de um novo valor, exploração de novas oportunidades, através de produtos e serviços, para incentivar novos negócios. Também almejou destacar os traços comportamentais ou habilidades adquiridas com o tempo, que dão a determinadas pessoas vantagens ao exercer atividades empresariais, tornando-se fatores essenciais para o sucesso nos negócios e crescimento profissional.

## **REFERÊNCIAS**

CANALTECH. **Brasil conquista 5º lugar no ranking de países mais empreendedores**. Por Redação em 21.02.2017 às 19h39. Disponível em: <https://corporate.canaltech.com.br/noticia/startups/brasil-conquista-5o-lugar-no-ranking-de-paises-mais-empreendedores-89624/> acesso em 03/05/2017.

Drucker, P. F. (1998). **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Pioneira.

Dolabela, F. (2006). **O segredo de Luísa**. São Paulo: De Cultura.

Dornelas, J. C. A. (2008). **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier.

Dornelas, J. C. A. (2002). **Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras**. Rio de Janeiro: Campus.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Gomes Filho, A. C. (2004). **Qualidade e Empreendedorismo em unidades de informação: uma proposta integrada**. Guarapuava: Ed. UNICENTRO.

Hisrich, Roberto D.(2009).**Empreendedorismo**. Porto Alegre: Brookman.

Salvatella, Luana, Silva M. Raquel e Maria Parra, Bianca. **Hierarquia - Pirâmide do Empreendedorismo**. 2010. Disponível em:<http://liderancaempreendedorismo.blogspot.com.br/2010/11/hierarquia-piramide-do-empreendedorismo.html> acesso em 05/05/2017.