

# Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade

EDA CASTRO LUCAS DE SOUZA (UNB)

ISSN 1518-4382

## REFERÊNCIA:

SOUZA, Eda Castro Lucas de. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba, *Anais...* Curitiba, 2005, p. 134-146.

## Resumo

Este artigo analisa a evolução do conceito de empreendedorismo e de conceitos correlatos, com foco na aplicação às pequenas empresas. Procurou-se identificar, na literatura, características empreendedoras capazes de promover o desenvolvimento de pequenas empresas, categoria fundamental da vida econômica e social das nações. Analisou-se o conteúdo dos textos e obras consultadas, bem como a representação social que os diferentes autores estudados fazem do fenômeno empreendedorismo. Quatro características apareceram como sendo as mais representativas do conceito de empreendedorismo, segundo os autores consultados: inovação, busca de oportunidades, correr riscos e criatividade. Além disso, a análise efetuada identificou o caráter plural e multifacetado do conceito de empreendedorismo, além de possibilitar que seja recomendada a continuidade de estudos relacionados ao tema, o qual é mais antigo do que fazem transparecer algumas obras recentes. O que é novo é o interesse de pesquisadores, empresários e governantes em geral a respeito do fenômeno neste início de século.

## 1. INTRODUÇÃO

Em um contexto de inovação e concorrência exacerbada é inevitável a demanda por empresários e gestores com competências para enfrentar e adaptar-se às forças da mudança e as incertezas de um novo sistema produtivo, criando critérios sobre os quais venham apoiar-se para diferenciar o novo sistema do anterior e desenvolver novos modelos de gestão. Nesse sentido, diz Motta (1996) é fundamental o desenvolvimento de idéias em nível individual que sejam “coletivizadas e institucionalizadas”, despertando, por um lado o espírito crítico e, por outro, oferecendo oportunidades para novas alternativas e oportunidades. A percepção e o aproveitamento de oportunidades, no âmbito dos negócios, vinculadas à criação de novas formas de uso de recursos, podem ser considerados, segundo Schumpeter (1987), como indicador de empreendedorismo, o que, para esse autor, está associado à inovação. As micro e pequenas empresas, agentes fundamentais do desenvolvimento econômico, tanto no que diz respeito à geração de empregos, como à criação de inovações tecnológicas (TIMMONS, 1990), devido à flexibilidade, criatividade e ao dinamismo que lhes é peculiar, são o locus onde os empresários vêm a exercer e manter sua capacidade produtiva e inovadora.

Considerando a possibilidade de empresários serem também empreendedores, cabe questionar quais características empreendedoras são importantes para que pequenos empresários sobrevivam aos altos índices de mortalidade das pequenas empresas. Nessa linha, o objetivo deste texto é descrever características empreendedoras identificadas na literatura, capazes de promover o desenvolvimento de pequenas empresas. Aqui convém ressaltar a consciência de que são muitos os fatores responsáveis pela sobrevivência e sustentabilidade das empresas, os quais envolvem, não só o

comportamento do empresário, como, também, as práticas gerenciais na condução dos negócios, e as causas econômicas conjunturais.

Constatando que surgiram cerca de 470 mil novas pequenas empresas no Brasil, no período de 2000 a 2002 e que mais de 770 mil encerraram suas atividades, nesse mesmo período (SEBRAE, 2004) e que esse segmento empresarial pode ser um espaço privilegiado de inovação e criatividade, vinculado em alto grau às características do empresário/gestor, este estudo se justifica por representar uma tentativa de sistematização dos conceitos de empreendedor e de empreendedorismo.

## 2. O PAPEL DO EMPREENDEDORISMO NA PEQUENA EMPRESA

Pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa – SEBRAE nas cinco regiões brasileiras, em pequenas empresas constituídas e registradas, no período de 2000 a 2002, aponta um índice de mortalidade de 49,4% para empresas com até dois anos de existência, de 56,4% para as de até três anos e de 59,9% para aquelas com até quatro anos de existência (SEBRAE, 2004). Essa pesquisa identificou, ainda, fatores de sobrevivência de empresa, agrupando-os em três características: habilidade gerencial, capacidade empreendedora e logística operacional representada por escolha de um bom administrador, dotado de competências específicas para tratar a dinamicidade do mercado, uso de capital próprio para administrar o negócio, reinvestimento dos lucros na empresa e acesso a novas tecnologias. Sendo que os fatores relativos às habilidades gerenciais aparecem em primeiro lugar, seguidos dos da capacidade empreendedora e, por fim, dos da logística operacional.

Na visão de Drucker (1986), sucesso ou mesmo sobrevivência de uma pequena empresa depende, fundamentalmente do comportamento e das características pessoais que marcam os empresários inovadores. A inovação, diz esse autor, é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes, podendo ser aprendida e praticada.

Considerando, entre outras, essa linha de pensamento, e o atual contexto de incertezas e desafios, o desenvolvimento e até mesmo a sobrevivência das empresas dependem, em grande parte da formação/capacitação de seus atores, voltada não só para conhecimentos e habilidades de natureza técnica e gerencial, mas, também, para a criatividade, a auto - realização, e a inovação o que expressa aspectos fundamentais do empreendedorismo.

Empreendedorismo, portanto, está associado à inovação e empreendedor é o inovador com características, que na visão de Fillion (1991) são tais como, criatividade, persistência, internalidade (habilidade de assegurar que seus desejos sejam realizados), liderança, iniciativa, flexibilidade, habilidade em conduzir situações, habilidade em utilização de recursos.

De um modo geral, observaram Carland et al. (1984), o conceito de pessoa empreendedora é comumente definido em termos de funções e resultados econômicos. No entanto, convém ressaltar a perspectiva que articula o empreendedor com seu contexto e, por conseguinte, com a responsabilidade social que isso implica, fazendo com que, no caso do empreendedor ser, também, o empresário, a empresa, como diz Kliskberg (2004, p.122), passe a ser considerada valiosa pela sociedade. Na maioria das vezes, empreendedor é tomado como sinônimo de empresário, para quem Motta (1996, p.50) apresenta, de modo sintetizado, as dimensões mais comuns de seu perfil, representadas pelo racional, o sistemático e o analítico. Assim, o fato de ser empresário, não necessariamente quer dizer ser um empreendedor. Nesse sentido, Drucker (1986) refere-se a confusão entre esses termos, mostrando que empreendedor demonstra ter um comportamento inovador, criando uma nova situação para sua empresa ou trabalho, enquanto que o empresário está

mais preocupado com os aspectos operacionais da administração do negócio. Apesar dessas diferenças, esses atores, compartilham algumas características, o que significa que seria raro encontrar um proprietário-gestor que não tenha ao menos algumas características empreendedoras.

### 3. EMPREENDEDOR E EMPRESA

Os termos empreendedor e empresa têm sua origem em torno do século XV, na França. A empresa como categoria da vida econômica e social, segundo Segrestin (1996), é um fato histórico inserido, de um modo geral, recentemente no desenvolvimento da civilização. No entanto, embora os termos empresa e empreendedor não sejam referidos, de modo significativo, nos grandes movimentos do século XIX, eles precedem a revolução industrial, tendo sua origem na ordem medieval e corporativa.

Nos séculos XVI e XVII, com a abertura econômica do mundo, o regime econômico rural e corporativo cedeu lugar ao mercantilismo, que vinha com sua palavra de ordem: “é fundamental que a moeda circule”, ela deve intermediar todas as trocas (VÉRIN, 1982, p.97). Surge a lei do comércio. Os sistemas tradicionais, de então, dão lugar ao mercado, que traz consigo a demanda por um articulador entre o antigo sistema e o novo, um especialista nas transações entre a oferta e a demanda, fazendo circular e multiplicar a riqueza. Esse novo ator, o negociante, preocupava-se mais com o risco do mercado do que com o processo de compra e venda.

O sistema mercantilista não era senão um “enxerto” em uma rede corporativa local, na qual era quase impossível diferenciar as estruturas sociais das econômicas (SEGRESTIN, 1996). As pessoas de negócio constituíam grupos heterogêneos, indo do simples mercador ao negociante, do fabricante ao proprietário. Todos com maneira própria de utilizar a estrutura medieval no novo jogo de circulação monetária, prefigurando a transformação progressiva do sistema de produção e, conseqüentemente da ordem social.

Nesse contexto de mudança nascem, na França, os conceitos de empreendedor e de empresa. Empreender representava, então, mobilizar meios para fins, de uma maneira distinta daquela tradicionalmente utilizada pela sociedade, ou seja, empreender implicava em renovar. O novo ator desse cenário pós - medieval, o empreendedor, surge emprestando dinheiro, comprando para estocar, envolvendo-se em negócios sem garantias quanto aos resultados (SHUMPETER, 1988). Esse ator que, de certa forma, ligava-se à rede social pelo mercado, não buscava uma posição social, sua busca maior era a do ganho. O ato de empreender, diz Verin (1982, p.171) era, por natureza, “um ato de subversão da ordem predominante”, de tal forma que os espaços econômicos que o empreendedor fazia surgir, não necessariamente coincidiam com os empreendimentos anteriores.

Antes da empresa, diz Verin (1982), as redes de produção estavam inseridas nas redes sociais, com a “entrada em cena” da empresa acontece a ruptura dessa interação. A lógica de integração do capitalismo faz sua aparição. O empreendedor insere-se no sistema de corporações, associa a seu projeto tudo o que venha a colaborar com sua produção. Finalmente, no século XVIII, a empresa faz sua entrada na sociedade francesa e seu conceito adquire a significação moderna: sistema de produção capitalista, estabelecimento de produção, estabelecimento industrial.

Na Inglaterra, por sua vez, a história da empresa foi escrita no contexto da Revolução Industrial, quando da superposição da burguesia, com o senhor de terras e do fabricante, final do século XVIII. A partir daí, a inovação técnica teve como emblema a máquina a vapor, a indústria do aço e as ferrovias, fatos centrais dos séculos XVIII e XIX, que causaram grande impacto sócio-econômico nas sociedades de então. No entanto, os saltos de produtividade só se materializaram de forma dramática por volta de 1880, quando iniciou a segunda Revolução Industrial, baseada na

eletricidade e no automóvel. A empresa, portanto, nasceu no momento histórico em que “a atividade econômica separou-se da familiar” (SEGRESTIN, 1996).

Do século XV aos nossos dias o caminho percorrido pela empresa, com diferentes maneiras de inserção na sociedade, é marcado por sucessivas demandas de mudança no perfil dos empreendedores, que, sofrendo modificações, passou do negociante ao empreendedor. Esse perfil é interpretado, atualmente, como o líder que se orienta estrategicamente, em não mais controlar, mas, sim, desenvolver potencial pessoal e profissional de cada membro da organização. Embora o conceito de empreendedorismo, bem como a identificação de características empreendedoras seja, em nossa época, tema de muitos debates e controvérsias, na maior parte desses debates há, teoricamente, uma concordância com a afirmação acima. A grande dificuldade encontrada, no entanto, está em quais valores são necessários modificar e quais são as características do empreendedor e, ainda, o mais importante, como desenvolver competências empreendedoras, promovendo o desenvolvimento da organização.

No século XX é questionada a empresa tradicional, nasce o conceito de organização, no qual o patrimônio cede lugar à competência, as atividades de serviços, como geradora de renda e empregos, superam a atividade industrial e a economia assentada no conhecimento e na informação é a base de uma terceira revolução industrial. As organizações, nesse contexto, incorporam mudanças nos regimes de regulação do trabalho e de acumulação de capital e em suas práticas tradicionais de gestão. As estruturas e modelos de gestão vigentes no início do século XX, não são adequados, portanto, para a administração das organizações do século XXI, que operam em um contexto de mercado, cada vez mais globalizado, complexo e orientado à qualidade e à satisfação do cliente. As organizações evoluem à uma nova cultura, à uma nova maneira de ver e realizar o trabalho.

Os novos modelos de gestão descritos pela literatura gerencialista que se difundiram fortemente a partir da segunda metade do século XX, pressupõem um comportamento que inclui a capacidade de criar e inovar, em ambientes organizacionais que incluem a flexibilidade. O indivíduo empreendedor seria, portanto, um líder com competências especiais para: tratar a complexidade das atividades cotidianas, advindas da necessidade de atender altos níveis de qualidade e de satisfação da sociedade; canalizar as atividades cotidianas em direção ao sucesso estratégico da empresa; aceitar e promover, dentro do enfoque de responsabilidade social, a ética e os princípios morais e ecológicos para todos os membros da empresa, como um fator de competitividade e sucesso. Dessa forma, surge uma nova concepção, baseada em valores, do empreendedor, o líder estratégico integrador das políticas humanísticas à gestão estratégica, envolvendo o comprometimento individual.

Por mais que sejam apresentadas definições para esse ator, o indivíduo empreendedor que surge no cenário econômico e social a partir do período pós-medieval, muitos debates prendem-se à condição dicotômica de que existem pessoas empreendedoras e outras não, o que tem sido questionado, principalmente, a partir da identificação de várias tipologias de empreendedores. Para Carland (1984) empreendedorismo pode ser compreendido em um *continuun*, o que é bastante apropriado para definir esse fenômeno. Para esse autor o que varia é o grau da tendência empreendedora da pessoa. No entanto, o conceito de empreendedorismo não pode ser entendido, apenas, como um padrão de comportamento de um indivíduo e sim como um processo que envolve um conjunto maior de fatores, o que se discute a seguir.

#### 4. EMPREENDEDORISMO

Após a década de 1980, o campo de estudos de empreendedorismo passou por considerável expansão em diferentes áreas, como a social, a econômica, a política e a comportamental. Por outro

lado, as inúmeras pesquisas realizadas sobre esse tema apresentam, não só descontinuidade, como falta de unidade com trabalhos anteriores. Isso para Brazel e Herbert (2000), tem cooperado para a complexidade desses estudos e, possivelmente seja causado por questões como a de articular a definição do fenômeno do empreendedorismo, relacionando-o com mudança, inovação, aprendizagem, criatividade, entre outros fatores.

Os enfoques de maior destaque, no estudo sobre empreendedorismo, por estarem sendo utilizados com maior intensidade no campo científico, são: o econômico, representado por pensadores como Schumpeter (1987) e o comportamental, por pensadores como McClelland (1972). De uma maneira geral, os economistas tendem a alinhar empreendedores com inovação, enquanto os comportamentais concentraram-se nas características criativas e intuitivas dos empreendedores.

No início do século XX, Schumpeter (1987) refere-se à essência do empreendedorismo como sendo a percepção e a exploração de novas oportunidades, no âmbito dos negócios, utilizando recursos disponíveis de maneira inovadora. Para esse autor, empreendedorismo e inovação se interagem totalmente. A partir dessa concepção, os economistas passaram a ver os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios, criadores de empresas e indivíduos com propensão a correrem risco. Mulholland (1994), ao considerar a ligação estabelecida por Schumpeter (1987) entre empreendedor e inovação, confirma que essa relação tem permanecido como uma das características dominantes desse conceito, especialmente entre os economistas.

A contribuição dos empreendedores para o desenvolvimento da economia capitalista, segundo a teoria de Schumpeter (1987), envolve a capacidade de promover a “destruição criativa”, ou seja, processo capaz de introduzir o novo e gerar riquezas para um país, impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, criando novos produtos, novos modos de produção, novos mercados.

Para Schumpeter (1987) o empreendedor tem a missão de criar novos fluxos de produção, desenvolver vínculos e transações tendo como resultado a constituição de um novo empreendimento. O empreendedor, na forma descrita por Schumpeter (1997), tem um sonho, como o de fundar um império pessoal, é uma pessoa de vontade forte, deseja conquistar espaços e domínios; ser bem sucedido. O empreendedor, continua esse autor, é um lutador, que tem a alegria de criar e realizar coisas, de empregar a própria energia com novos empreendimentos; enfrenta dificuldades, procura mudar e tornar possível a transformação, busca o sucesso.

O termo empreendedorismo, na visão de Gimenez et al. (2000, p.10), é “o estudo da criação e da administração de negócios novos, pequenos e familiares, e das características e problemas especiais dos empreendedores”, definindo esse fenômeno como a busca de oportunidades e o controle efetivo de recursos tangíveis.

A definição de empreendedorismo dada pelo Centro para Empreendedorismo Arthur M. Blank, da Babson College envolve liderança, identificação de oportunidades, bem como o aproveitamento dessas para criar riqueza (GIMENEZ et al, 2000, p.11). Conforme Management Systems International (1989), o empreendedor é o indivíduo que organiza e administra recursos sob a forma de empresa responsável pela própria prestação de contas, não-agrícola, e que assume uma parcela considerável de risco em razão de sua participação no patrimônio líquido da referida empresa.

A visão comportamental do empreendedorismo teve início com Weber (2003) em sua obra *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, publicada originalmente em 1947, que definiu indivíduos empreendedores como pessoas inovadoras que possuíam uma importante função de liderança no ambiente organizacional. Esse autor identificou um fator valorativo fundamental para a explicação do comportamento empreendedor, isso é, a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que

estabelecia normas de conduta que punham freio à extravagância, ao consumo ostensivo e à indolência. Com isso, o resultado era maior produtividade, diminuição das despesas e aumento da economia, todos fatores vitais para o crescimento econômico. Weber (2003) via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes, cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal.

No enfoque comportamental, uma das maiores referências no campo do empreendedorismo é McClelland (1972) que relaciona empreendedor à necessidade de sucesso, de reconhecimento, de poder e controle. As primeiras pesquisas realizadas por esse autor apresentaram a necessidade de realização do indivíduo como a principal força motivadora do comportamento empreendedor. Essa força significa a vontade humana de se superar e de se distinguir, englobando um conjunto de características psicológicas e comportamentais que compreendem, entre outras, gosto pelo risco moderado, iniciativa e desejo de reconhecimento. McClelland (1961) e Brockhaus (1980, 1982), em suas pesquisas, identificaram serem as características empreendedores, de um modo geral, função de fatores, como, propensão a correr risco, inovação, postura estratégia e personalidade, entre outros.

Os indivíduos empreendedores, além de inovadores são pessoas criativas, que “imaginam a situação e o cenário no qual trabalharão e um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar suas visões em realidade” (LYN, 1969). Segundo Fillion (1991), o empreendedor, além de criativo, mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio, é a pessoa que se propõe a apreender continuamente e a tomar decisões que objetivam a inovação, definindo e alcançando objetivos.

Em pesquisa realizada por Management Systems International (1999) com o objetivo de identificar competências que pareçam ter alguma correlação com a atividade empreendedora bem sucedida, realizada na Índia, Malawi e Equador, foram apresentadas dez características do comportamento empreendedor: busca de oportunidade e iniciativa, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

O estudo do empreendedorismo, na visão de Cunningham e Lischeron (1991) está estruturado em torno de seis escolas de pensamento. A do “grande homem” parte do pressuposto de que o empreendedorismo é uma habilidade inata ao ser humano, uma habilidade intuitiva, um sexto sentido; uma composição de traços e instintos que acompanham o indivíduo desde o seu nascimento. A escola das características psicológicas atribui aos empreendedores valores, atitudes e necessidades únicas, que os motivam a aproveitar as oportunidades. A escola clássica reflete o pensamento inicialmente desenvolvido por Schumpeter (1987), apresentando a inovação como a característica central do comportamento empreendedor. A escola da gestão está centrada no empreendedor como dono de uma empresa ou empreendimento econômico. Na escola da liderança os empreendedores são essencialmente líderes, com a capacidade de adaptar o seu estilo às necessidades das pessoas. Por fim, na escola intra - empreendedorismo as habilidades empreendedoras, bem como a inovação, podem ser úteis dentro do complexo ambiente organizacional.

A tendência mais recente, segundo Management Systems International (1999), nas discussões das variáveis psicológicas que afetam o comportamento empreendedor é dar maior ênfase às características do que aos traços da personalidade. Pesquisas sobre empreendedorismo com foco comportamental, revelam que as características dos empreendedores estão ligadas aos respectivos contextos históricos, fazendo com que se pense empreendedorismo como um fenômeno regional e histórico. Segundo essa concepção, Fillion (1997) identificou algumas características comportamentais comuns aos empreendedores, como inovação, liderança, criatividade,

flexibilidade, necessidade de reconhecimento, autonomia, auto conhecimento, auto estima, iniciativa e disposição para correr riscos moderados. Ainda segundo esse autor, o empreendedor é, geralmente, o indivíduo que possui experiência administrativa, capacidade de diferenciar-se da concorrência, intuição, tenacidade, tolera incertezas, usa bem os recursos disponíveis, é imaginativo, orienta-se para resultados, estabelece e cumpre metas, e faz uso de redes de contatos e possuem métodos próprios de aprendizagem.

Drucker (1986) relaciona a capacidade de ser inovador com o empreendedorismo, meio pelo qual o indivíduo explora a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. A inovação, conforme esse autor, é o ato que contempla os recursos com a nova capacidade de criar riqueza. O empreendedor, para Drucker (1986), tenta inovar no presente, guiado pelo mercado, minimizando os riscos, concentrando-se nas oportunidades. A essência da característica empreendedora, ainda para esse autor, está em saber lidar com as incertezas, vendo a mudança como norma e como sendo sadia, sendo ele mesmo o provocador da mudança.

Mintzberg et al. (2000) ao descreverem as diversas correntes do pensamento estratégico, tratam da Escola Empreendedora, na qual a organização é vista como o terreno no qual o líder realiza suas manobras para obtenção de resultados. As principais características dessa abordagem são a busca ativa de oportunidades, a centralização do poder, a realização de ações ousadas, ou seja, a busca por condições de incerteza, na qual a organização pode obter consideráveis ganhos e o crescimento, caracterizado pela necessidade de realização, como meta dominante.

Na visão de Degen (1989) o melhor recurso para solucionar os problemas sócio-econômicos é a liberação da criatividade dos empreendedores, por meio da livre iniciativa, para produzir esses bens e serviços. De acordo com esse autor, sorte, na visão empreendedora, não é fator determinante de sucesso, o qual estaria mais relacionado à aplicação sistemática de técnicas gerenciais em sintonia com os objetivos de desenvolvimento de novos empreendimentos. Para Degen (1989) existem quatro estratégias empreendedoras em uma organização: identificação de oportunidades, atendimento a uma necessidade específica do mercado, desenvolvimento de um negócio dominante e diversificação.

O empreendedor, diz esse autor, além do conhecimento técnico sobre o produto que pretende oferecer e o mercado no qual atuar, formaliza estratégias e faz uso de ferramentas de planejamento e controle que lhes proporciona uma visão sobre a viabilidade de seus empreendimentos. A criatividade na visão de Degen (1989) desempenha papel importante para o empreendedor, uma vez que ela permitirá as associações que gerarão novos negócios e novos empreendimentos. No que diz respeito à motivação, o autor comenta que a maioria dos empreendedores sente-se motivada pela possibilidade de ganhar muito dinheiro e, em alguns casos, pelo desejo de sair da rotina a que estavam submetidos. Por fim, esse autor apresenta dois outros fatores que considera fundamentais para que um empreendedor inove e comprometa-se com a mudança: o seu preparo, percepção que tem de si mesmo, e o que se reflete na sua autoconfiança e seus interesses, visão de interesses e obrigações da sua vida que pode minar essa autoconfiança.

McDonald (2002) procurou identificar as características que melhor exploram o uso do conhecimento empreendedor, identificando quatro dimensões para esse conhecimento: atenção às oportunidades do ambiente, conhecimento a respeito dos seus clientes, concorrentes e outros importantes fatores do ambiente externo; análise constante dos dados, importância dada ao estudo das novas opções obtidas em resposta ao que aprendeu; suporte a novos projetos, importância dada ao desenvolvimento de novos projetos e a quantidade de tempo destinada a testes inovações; e tolerância ao risco, desenvolvimento de novas idéias, estimulando as pessoas a dar sugestões e a correr riscos sem medo de conseqüências pessoais. Outras características são apresentadas por esse autor: orientação para a aprendizagem, por meio do constante estudo do ambiente; visão de futuro,

que deve ser compartilhada por todos na organização; elaboração de uma missão organizacional, clara e motivadora; abertura para novas opiniões; e atuação como líder, estando comprometido com a cultura da inovação.

Frese et al. (1996) realizaram estudo baseado nos conceitos de empreendedorismo desenvolvidos por Schumpeter (1988), analisando os traços de personalidade que diferenciam os empreendedores da antiga Alemanha Oriental dos administradores do mesmo local. Identificaram, esses autores, na inovação, capacidade de implementar inovações, visão, necessidade de realização, tenacidade e gosto pelo trabalho, os traços de personalidade dos empreendedores. A capacidade de implementar inovações é definida como sendo um alto grau de iniciativa, pró-atividade, planejamento de longo prazo e capacidade de superação; a necessidade de realização é ligada ao desejo de controle e independência, e a tenacidade é representada pela motivação por reconhecimento.

De acordo com Lalkala (apud BARROS E NETO, 1999), o processo de inovação começa com uma ação concreta de um indivíduo empreendedor, cujos atributos podem ser classificados em quatro conjuntos: desejos, aptidões, temperamento e ativos (suas aptidões e não apenas seu currículo). Para esse autor, a motivação é a pedra angular para o êxito em todos os processos de uma empresa e o desejo não somente representa uma poderosa força motivadora em um empreendimento como, também, ajuda a criar condições necessárias ao sucesso. As aptidões referem-se àquelas habilidades naturais do indivíduo, normalmente associadas às tarefas realizadas com facilidade. O temperamento é um atributo que se refere, principalmente, à forma como são explicitadas as reações diante de situações e de pessoas. Os ativos constituem as experiências, características, áreas de especialização ou patrimônio que podem prover vantagem do empreendedor sobre outras pessoas; a maioria dos ativos é decorrente do exercício das aptidões, tendo seu valor, cada vez mais, dependente das situações e, por isso, aumenta a necessidade de conhecimento dos comportamentos do cliente para o desenvolvimento de ativos de maior valor.

Souza (2000), por sua vez, ressalta a importância do desenvolvimento de uma consciência para a formação de pessoas disseminadoras da inovação, característica básica para a formação de empreendedores. Além disso, essa autora destaca que a pró-atividade, a criticidade, a criatividade, a liderança, a visão de futuro e a independência são características fundamentais para a formação de empreendedores no mundo moderno.

O empreendedor cria uma empresa, ou então, amplia os negócios de uma já existente. Enquanto que o empresário é aquele que administra e mantém rentável uma firma, sem, necessariamente, inovar e fazê-la crescer. Para Carland et al. (1984), um empresário é um indivíduo que estabelece e gerencia um negócio com o propósito principal de atingir objetivos pessoais. O empreendedor, por sua vez, está mais preocupado em inovar.

Com relação ao perfil empreendedor, Angelo (2003) apresenta cinco elementos fundamentais: criatividade, habilidade de aplicar a criatividade, força de vontade, foco na geração de valor e a pré-disposição para correr riscos calculados, quebrando regras e encurtando distâncias. Para esse autor, os pequenos negócios de fato empreendedores tendem a crescer aceleradamente.

Na mesma linha, o modelo americano de empreendedorismo, segundo Carland et al. (1997), é definido por três características da personalidade empreendedora: a propensão a assumir riscos, a preferência pela inovação e pela criatividade, e a necessidade de realização.

Ao analisar o fenômeno do empreendedorismo e as empresas de bases tecnológicas, Leite (2000) comenta que os empreendedores possuem mais capacidade de adaptação em decorrência de sua ligação a uma cultura que valoriza a iniciativa, a inovação, o pragmatismo e o individualismo. Além



disso, para o autor, a criatividade é condição básica para o processo de inovação desencadeado pelo empreendedor.

Barros e Prates (1996), ao realizarem uma análise sobre o estilo brasileiro de administrar, destacam que dentre as características comuns aos empresários brasileiros que focam as inovações estão a tentativa de evitar conflitos e a flexibilidade vista pela criatividade na busca de soluções engenhosas que possam contornar restrições impostas pelas normas administrativas e técnicas.

Cella (2002) buscou identificar em sua pesquisa, junto aos produtores rurais e pessoal de assistência técnica do Rio Grande do Sul, fatores que descrevem um empreendedor rural bem sucedido, gerando oito fatores: financeiro; planejamento comercial; comunicação e informação; planejamento pessoal; gerenciamento de pessoal; organização da produção; aproveitamento de oportunidades; experiência comercial. Segundo Longenecker, Moore e Petty (1997), os empreendedores podem ser considerados como “heróis populares” dentro do atual ambiente empresarial e por meio da descoberta de oportunidades e da criação de novos negócios, que os empreendedores geram empregos, introduzem inovações e estimulam o crescimento econômico. Observar o mundo a sua volta, dizem esses autores, permite aos empreendedores encontrar boas oportunidades para a criação de novos negócios.

## 5. RESULTADOS E CONCLUSÕES

Neste estudo procurou-se identificar, na literatura, características associadas aos conceitos de indivíduo empreendedor e de empreendedorismo, com foco no desenvolvimento de pequenas empresas, categoria fundamental da vida econômica e social das nações. Analisou-se o conteúdo dos textos e obras consultadas, bem como a representação social que os diferentes autores estudados fazem do fenômeno empreendedorismo. A revisão de literatura levada a efeito resultou em uma matriz dessas características, como mostra o Quadro 1. Foram incluídas na referida matriz aquelas características comuns a pelo menos um terço dos autores revisados, tendo sido agrupadas as que apresentavam o mesmo conteúdo semântico. Convém ressaltar, ainda, que essas características podem se estender a vários tipos de empreendedores, destacando-se: o que necessita iniciar um negócio para exercer seu ofício; o que se associa ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou processo inovador; o que estabelece, fomenta, compra empreendimento em resposta a uma oportunidade, e o que é empregado ou inicia um negócio, motivado pela liberdade, independência, ou outros valores que um empreendimento torna possível. Inclusive, alguns estudiosos apontam um tipo especial de indivíduo empreendedor, o que se torna empreendedor por necessidade, representado pela pessoa que desenvolve atividades, geralmente de natureza informal, por não encontrar melhores opções de trabalho no mercado formal.

Características	Autores																
	J. Schumpeter	D. McClelland	M. Weber	L. J. Flion	R. E. McDonald	R. Degen	P. Drucker	R. Lalkala	I. Dutra	Barros e Prates	H. Mintzberg	E. Angelo	Lognecker et al	E. Leite	Carland et al.	Frese et al	TOTAL
Buscar Oportunidades	X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X			11
Conhecimento do Mercado						X	X	X				X		X			5
Conhecimento do Produto						X	X	X				X		X			5
Correr Riscos	X	X		X	X	X	X				X	X		X	X		10
Criatividade		X		X		X		X	X	X		X		X	X		9
Iniciativa	X	X		X					X					X		X	6
Inovação	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16
Liderança	X	X	X	X	X		X				X						7
Necessidade de Realização	X	X									X				X	X	5
Pró-Atividade	X	X		X											X	X	5
Visionário				X					X		X			X		X	5

**Quadro 1. Matriz de características de empreendedor e empreendedorismo**

Analisando a matriz acima, nota-se que inovação é uma característica citada por todos os autores pesquisados, sendo que mais da metade desses consideraram busca de oportunidades, criatividade e correr riscos como características empreendedoras. Observando os resultados da pesquisa SEBRAE (2004), o fator condicionante de sucesso para as pequenas empresas é criatividade, seguido por aproveitamento de oportunidades de negócio, o que reforça os resultados apresentados na matriz acima. Essas características, aqui consideradas mais importantes vêm ao encontro das palavras de muitos autores, cabe lembrar que Schumpeter (1987) estabelece uma ligação entre empreendedorismo e inovação, como uma das características dominantes desse conceito.

Por outro lado, algumas características como auto confiança, pró-atividade, e uso de estratégias de influência, como redes de contatos, consideradas, em vários estudos, de alta importância para o empreendedor, foram citadas por menos de um terço dos autores que constituíram a amostra deste trabalho, por isso não apareceram na matriz acima. Entretanto, embora essa matriz não apresente informações definitivas, quando tomada no seu todo sugere a existência de um grupo de características reconhecidas como vinculadas ao empreendedor, tendo-se a consciência de que, não necessariamente, são intrínsecas a ele, ou seja, muitas delas podem ser encontradas em outros atores que exercem profissões criativas e de alto desempenho. Mesmo porque, os contextos, culturas, ocorrências específicas, políticas governamentais, entre outras condições sociais, políticas e econômicas, interferem nas organizações e no comportamento empreendedor. Assim, o comportamento empreendedor pode ser considerado como fruto da aprendizagem social da história de cada pessoa, determinando como as experiências afetam cada um e, conseqüentemente o conceito de empreendedorismo.

Na visão de economistas o empreendedor é visto como motor do sistema econômico, percebendo, segundo Schumpeter a essência do empreendedorismo no aproveitamento de novas oportunidades de negócios, associando empreendedorismo à inovação. Autores como McClelland sugerem que fatores sociais e ambientais estão vinculados às características empreendedoras. Empreendedores são o reflexo do ambiente em que vivem, estão vinculados ao momento histórico de suas vidas.

Finalizando, uma das conclusões que podem ser tiradas deste texto é que ser empreendedor não é uma profissão. O comportamento do indivíduo empreendedor é influenciado pelo contexto e momento histórico, por seus valores e conduta, o que pode representar uma capacidade de adaptar-se às mudanças em seu meio econômico, despendendo esforço para conseguir soluções originais, ter sensibilidade para o mundo em sua volta, ir além do óbvio tendo idéias originais. Isso pode se traduzir por criatividade, busca de oportunidade, correr risco e de uma forma global inovação. O empreendedor, assim, é um indivíduo especial, principalmente ao considerar a característica da inovação, e as dificuldades que envolvem tratar o fato novo como uma possibilidade real, sendo esse ator persistente e criativo para enfrentar as reações do contexto social e da cultura nos quais se insere. O empreendedor destaca-se quando novas situações aparecem, novas decisões são tomadas e novos rumos são escolhidos.

## REFERÊNCIAS

ANGELO, E.B.O. O Empreendedorismo. In: BRITTO, F; WEVER, L. **Empreendedores Brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Campus. 2003.

BARROS, B. T.; PRATES, M. A. S. **O Estilo Brasileiro de Administrar**. São Paulo. Atlas. 1996.

BRAZEAL, D.; HERBERT, T. The Genesis of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. v. 23. no. 3. p.29-45. 2000.

BROCKHAUS, R.H. Risk taking propensity of entrepreneurs. **Academy of Management Journal**, 23(3), 509-520. 1980.

\_\_\_\_\_. Psychology of the entrepreneur. In Kent, Sexton, Vesper (Eds), **Encyclopedia of entrepreneurship**. Englewood Cliffs: Prentice Hall. 1982.

CARLAND J.W., HOY, F., BOULTON, W.R. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 19, n.2, 354-359. 1984.

CARLAND, J.; CARLAND J. A.; KOIRANEN M. **The Exportation of the American Model of Entrepreneurship: Reality or Illusion? A Comparative Trait Study of American And Finnish Entrepreneurs**. USASBE Annual National Conference. Proceedings. 1997.

CELLA, D. **Caracterização de Fatores Relacionado ao Sucesso de um Empreendedor Rural**. Piracicaba. Dissertação de Mestrado. Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz. 2002.

DEGEN, R. J. **Empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: MacGraw-Hill, 1989.

DRUCKER. P.F. **Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios**. São Paulo. Pioneira. 1986

FILION, L.J. O planejamento de seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, nº3, jul-set, 1991.

\_\_\_\_\_. **From Entrepreneurship to Entrepreneurology**. USASBE Conference. Proceedings. 1997.

FRESE, M.; UTSCH, A.; ROTHFUSS, R.; RAUCH A. **Another Look at Schumpeter's Theory of Entrepreneurs: A Comparison of Entrepreneurs and Managers in East Germany.** International Council for Small Business. Proceedings. 1996.

GIMENEZ, F. A. P.; JUNIOR, E. I.; SUNSIN, L. A. S. B. Uma investigação sobre a tendência do comportamento empreendedor. In: SOUZA, Eda C. Lucas de (org) **Empreendedorismo: Competência Essencial para Pequenas e Médias Empresas.** Brasília: ANPROTEC. 2000.

KLIKSBERG, Bernardo; TOMASSINI, Luciano. **Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo.** Buenos Aires: BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland, Fondo de Cultura Económica. 2004.

LEITE E.F. O Fenômeno do Empreendedorismo e as Empresas de Base Tecnológicas. In SOUZA, Eda C.L.de (org). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas.** Brasília: ANPROTEC, 2000.

LYNN, R. Personality Characteristics of a Group of Entrepreneurs. **Occupational Psychology**, vol.43, p151-152.1969

MANAGEMENT SYSTEMS INTERNATIONAL. **Treinamento Empresarial e Fortalecimento do Desempenho Empresarial.** Relatório Final de Pesquisa. Out, 1999.

McCLELLAND, D.C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura. 1972.

MCDONALD, R. E. **Linking Organizational Learning and Innovation.** Tese de Doutorado. University of Connecticut. 2002.

MITZBERG, H.; AHLSTRAND, B; LAMPEL, J. **Safari de Estratégia.** Porto Alegre: Bookman. 2000.

MOTTA, P. Roberto. **A Ciência e a Arte de ser Dirigente.** Rio de Janeiro: Record. 1996.

MULLHOLLAND, R. **Approaches to Entrepreneurship Research.** Canadian Council for Small Business and Entrepreneurship – 11<sup>th</sup> Annual Conference. Proceedings. 1994.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa de Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas.** Brasília, SEBRAE, 1999.

**Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas no Brasil.** Brasília: SEBRAE. 2004.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico.** Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Editora Nova Cultural. 1997.

SEGRESTIN, Denis. **Sociologie de l'entreprise.** Paris: Armand Colin. 1996.

SOUZA, Eda C. L. de. A disseminação da cultura empreendedora e a mudança na relação universidade – empresa. In: SOUZA, Eda C.L.de (org). **Empreendedorismo: competência essencial para pequenas e médias empresas.** Brasília: ANPROTEC, 2000.

TIMMONS, J.A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. **American Journal of Small Business.** 3, 5-17. 1978.

VÉRIN, H. **Entrepreneurs, enterprise.** Histoire d'une idée. Paris: Presses Universitaires de France. 1982.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Livraria Pioneira Editora. 2003.