

Empreendedor: Opção que Cresce no Brasil

RESUMO

Tendo em vista que mais difícil do que empreender é entender o seu verdadeiro significado. Este artigo, primeiramente se preocupou em caracterizar a pessoa empreendedora, de modo a exaltar que para empreender é preciso inovar. Partindo desta premissa, e tendo como universo o Brasil, foi detectada alguma dificuldade de se empreender devido a cultura ou mesmo o receio pelo novo. Ademais, é sabido que boas idéias sem ações não passam de boas idéias; logo, mais do que agir é fundamental saber como fazê-lo. Para tanto, este esforço ressalta que o mais indicado é organizar e esclarecer suas idéias num bom plano de negócio, pois com ele elaborado se torna mais simples buscar apoio para começar o negócio propriamente dito. Aliás, para tal início duas formas são praticadas no Brasil: uma é montando um negócio próprio (seja sozinho ou por intermédio de associações, cooperativas); e a outra junto às chamadas incubadoras de empresas. Tendo sido ambas trabalhadas no artigo juntamente com alguns mitos, se tornou evidente que empreendedor é de fato uma opção que cresce no Brasil, devendo esta receber uma maior atenção por parte da academia.

Palavras-Chave: Empreendedorismo; Inovar; Empreendedor.

1. PRELIMINARES

Ao decidir por um curso superior voltado ao ramo empresarial, é comum escutar de parentes e amigos: que bom, quem sabe daqui a algum tempo você não chega à direção da empresa X, que é renomada no mercado? Ou então, é possível ouvir a sugestão no sentido da prestação de um concurso para algum cargo público, como se apenas conseguir passar num concurso público já fosse garantia de sucesso eterno. Note que é comum pessoas buscarem o concurso público para garantir a sua sobrevivência e não a sua realização. Aliás, não se pode discordar de quem busca a sobrevivência, mas será que é só isso que as pessoas desejam? O sucesso profissional, o desejo de crescer, ambições variadas têm de ser considerados por quem está entrando ou por entrar no famoso mercado.

A realização pessoal traz o reconhecimento de muitos pelo esforço, pelas dificuldades transpostas, a superação em muitos momentos quando tudo parecia estar fadado ao insucesso. Maslow, na sua teoria da motivação diz que “a pessoa tenta satisfazer primeiro a necessidade mais premente; depois de satisfeita, essa necessidade deixará de ser motivadora e surgirá uma segunda necessidade mais premente” (KOTLER, 1998). Em outras palavras pode-se dizer que o ser humano busca atender sempre as necessidades mais urgentes e, depois de atendidas, outras surgirão, fato que faz as pessoas buscarem sempre algo mais. E temos de estar conscientes que essa é a luta: querer sempre, buscar sempre, crescer sempre. A alternativa de um cargo público para a simples sobrevivência deve estar presente, mas antes existem possibilidades múltiplas de ser feliz.

Maslow acredita que as necessidades humanas são organizadas hierarquicamente da seguinte forma (por ordem de premência): fisiológicas (fome, sede), de segurança (defesa, proteção), sociais (relacionamento, amor), de estima (auto-estima, reconhecimento, *status*) e de auto-realização (desenvolvimento pessoal e realização). Portanto, é possível perceber que estabilidade financeira (segurança) não é tudo, pois quando você a alcançar buscará a parceria ideal e depois a união e assim por diante. Portanto, até chegar à auto-realização há uma longa jornada a ser percorrida, mas como o ser humano é imprevisível, isto não pode ser

considerado como regra, pelo contrário, há trajetórias e trajetórias. Todavia a auto-realização, com certeza, faz parte dos desejos pessoais.

Ainda assim, fazer o que gosta nem sempre é possível, mas é importante perceber que as pessoas não são incentivadas, em nenhum momento, com raras exceções, a buscar novos caminhos. Pelo contrário, são direcionadas para cursos já consagrados na certeza da garantia de uma carreira promissora. Entretanto, eis a questão: será que cursar algo consagrado garante o sucesso profissional de cada um ou esse é um desejo de famílias inteiras como consequência de nossa cultura ou receio do novo?

Infelizmente, é difícil responder a esta questão, mas é importante notar que o Brasil “tem 13,5% da população de empreendedores e aparece em sétimo no *ranking* mundial” (RODRIGUES, 2003), embora seja uma classificação equivocada do que vem a ser empreendedor é um percentual importante. Luciana Rodrigues (2003) ao escrever sobre empreendedor no jornal O Globo, em 13 de julho de 2003, gera uma razoável dificuldade da exata dimensão do que é ser empreendedor (e empresário) porque os classifica em empreendedor por necessidade e empreendedor por opção. Portanto, vale trabalhar adequadamente essa afirmação em benefício do correto entendimento sobre estas figuras importantes e que são opções dos graduandos e graduados em administração, economia e uma opção há tempos presente nos graduandos e graduados de ciências contábeis?

2. EMPREENDEDOR(A) E EMPRESÁRIO(A)

Quem é a pessoa empreendedora e quem é a pessoa que tem um negócio, digamos, convencional? Essa é uma dificuldade de entendimento muito comum com uma resposta não tão simples. Neste momento, é preciso esclarecer que é normal as pessoas pensarem, num momento de desânimo, em largar tudo e construir o seu próprio negócio. Como se o fato de poder ser seu próprio chefe fosse resolver todos os seus problemas, como se desta forma, pudesse ter liberdade e tranquilidade e não mais ter que trabalhar para os outros, muito menos passar dias e dias “engolindo sapos”. No entanto, é assim que as pessoas se enganam, pensando que assim fazendo estão vestindo uma nova roupa: a de empreendedor ou a de empresário.

Primeiramente, deve-se entender que ser empresário(a) não é sinônimo de estar em plena liberdade e, também, tranquilidade, pelo contrário, sendo dono(a) do seu negócio, você necessitará de uma dedicação muito maior ao seu trabalho. Muitas vezes você não saberá o significado da palavra férias e feriados e a sua carga horária de labuta será ampliada sem que você se dê conta disso. No entanto, no caso da pessoa empreendedora, ao contrário do que possa parecer, “a realização proporcionada pela prática empresarial é o maior retorno proporcionado” (*site*: IPGN, 2003).

O ser empreendedor é marcado pelo espírito de inovação. Estar na busca constante de algo essencialmente novo, não se satisfazendo em apenas manter o seu negócio. Para tanto é preciso competência, ou seja, não basta querer inovar, é preciso agir. Já o empresário(a) deseja a manutenção do seu negócio, seu lema é administrar de forma a sobreviver e note que pode abrir um negócio sem inovar, ou seja, não sendo uma pessoa empreendedora. Logo, abrir um negócio não é sinônimo de empreendedorismo, para ser uma pessoa empreendedora você precisa fazer algo como nunca realizado anteriormente. Ou que seja algo realizado, mas não da forma como você pretende empreender.

Ainda assim é importante informar que um bom empreendedor pode realizar um mau empreendimento, um mal empreendedor pode liquidar até mesmo um bom empreendimento, da mesma forma que o empresário pode dar fim ao seu negócio.

2.1 EMPREENDEDOR(A)

É comum ao levantar esta questão sobre o(a) empreendedor(a) que se pense imediatamente em inovação, quebra de paradigmas, ou até mesmo, numa pessoa alucinada com idéias mirabolantes. Os próprios estudiosos tratam a pessoa empreendedora como um ser inovador. Mas veja que "o empreendedor é o ser humano que realiza coisas novas e não, necessariamente, aquele que inventa" (SCHUMPETER, 1983), ou seja, não é necessário que se construa uma nova organização para ser uma pessoa empreendedora, basta tornar as suas atividades inovadoras, ou melhor, executá-las de forma jamais vista até o momento.

Mas o que quer dizer a palavra empreendedor? O que motiva alguém a assumir riscos? Não é difícil perceber que as pessoas empreendedoras, em geral, buscam o algo mais, a auto-realização. Aliás, o fato comentado nas preliminares quando alguém busca a estabilidade por meio de caminhos já trilhados e bem sucedidos, deixa claro que não pode ser considerada empreendedora na verdadeira acepção do termo, pois a pessoa que empreende também se preocupa com o ser estável, mas possui o “desejo de assumir responsabilidades e independência. Considera irresistível assumir novos desafios, estando sempre propondo novas idéias, seguidas pela ação” (*site*: IPGN, 2003).

Segundo o Dicionário Aurélio, empreendedor é aquele “que empreende; ativo, arrojado, cometedor”. Portanto, ele será o responsável pela tomada de decisões dentro da empresa, de forma que a sua determinação e perseverança serão fundamentais não só no início, mas para a sobrevivência da organização.

Uma definição bastante interessante e detalhada fornecida por uma das principais referências do assunto diz que a pessoa que empreende é...

“o indivíduo que cria uma empresa, qualquer que seja ela; pessoa que compra uma empresa e introduz inovações, assumindo riscos, seja na forma de administrar, vender, fabricar, distribuir, seja na forma de fazer propaganda dos seus produtos e/ou serviços, agregando novos valores; empregado que introduz inovação em uma organização, provocando o surgimento de valores adicionais” (DOLABELA, 1999).

Note, portanto, que, mais uma vez, a palavra-chave é inovar, criar, e a não existência de inovações muito simples que descaracterizam a pessoa como empreendedora, pode torná-la empresária, como já visto anteriormente.

Dornelas (2000), numa outra referência brasileira sobre o tema, é cuidadoso ao definir o empreendedor como sendo “aquela pessoa que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”. Aqui o autor separa empreendedor de um aventureiro, porque este último não calcula riscos.

Desta forma, pode-se concluir que o empreendedor é aquela pessoa capaz de gerir a sua própria organização (seja ela fruto de sua criação, ou mesmo uma empresa já existente que passou a ser sua) com sua própria competência. Assim, por se tratar de sua própria empresa, tem de ser capaz de assumir riscos. Além do fato de ser "alguém que se especializa em tomar decisões determinantes sobre a coordenação de recursos escassos" (CASSON, 1982 – In: *site*: IPGN, 2003). Alguns chegam a dizer que pessoas empreendedoras são capazes de fazer milagres com os seus recursos que são quase sempre escassos.

Além do mais, existe um lado negativo em assumir riscos no Brasil, já que segundo as estimativas, “os índices de mortalidade das PME - Pequenas e Médias Empresas no Brasil é elevadíssimo: segundo o SEBRAE, 56% dessas empresas fecham as portas até o terceiro ano de vida” (*site*: eCommerceOrg, 2007). Note, no entanto, que não se trata de apenas assumir riscos, mas de saber como assumi-los, já que uma das principais razões para esse índice, segundo o próprio *site*, é o despreparo “do empreendedor para gerenciar com eficiência a sua empresa, insuficiência de capital, além de dificuldades pessoais do candidato a empresário”.

E essa informação é preciosa para o alunado que pensa empreender com a competência que o curso superior lhe permite adquirir ao longo da sua estada na universidade.

Uma explicação encontrada para este fato por Dolabela (1999) é o empreendedor ser “um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”, ou seja, o autor acredita que se o meio for favorável ao empreendedorismo, onde empreender seja considerado como algo positivo, esse fato motivará as pessoas empreendedoras potenciais a criarem e realizarem. No entanto, isto não se constitui uma realidade brasileira, pelo contrário, como já visto, a cultura (local, nacional) influencia as pessoas a seguirem caminhos já trilhados e bem sucedidos.

Sendo assim pode-se definir empreendedor como...

“pessoas capazes de sonhar e transformar sonhos em realidade. Identificam oportunidades, agarram-nas, buscam recursos e transformam tais oportunidades em negócios. São empreendedores todas as pessoas inovadoras, e que estão atentas às mudanças e sabem aproveitá-las, transformando-as em oportunidades de negócios” (site: IPGN, 2003).

Vale acrescentar que trata-se de pessoas que chegam ao limite do limite, que correm riscos muito bem calculados e que são capazes de enfrentar adversidades, seja com a determinação dos fortes, seja com suporte da religiosidade e da compreensão e incentivo das pessoas de uma forma ou de outra envolvidas com o empreendimento.

2.1.1 CARACTERÍSTICAS DO ATO DE EMPREENDER

Para entender melhor o significado de ser empreendedor, seguem suas características marcantes.

- **Arrojo** – define metas desafiadoras, com visão clara no longo prazo e objetivos de curto prazo mensuráveis, pois ao contrário do que possa parecer, a pessoa empreendedora não busca aventuras. Pelo contrário, é calculista, possui metas definidas e sabe exatamente as estratégias que serão necessárias para que chegue ao seu objetivo;
- **Autoconfiante** – a pessoa empreendedora acredita em si, o que a “faz arriscar, ousar, oferecer-se para realizar tarefas desafiadoras, enfim, torna-a mais empreendedora” (site: eCommerceOrg, 2007). Além do fato de que mesmo diante de resultados aparentemente desfavoráveis, mostra a sua autodeterminação, ou seja, acredita na sua capacidade de enfrentar desafios e vencê-los por meio de sábias decisões não deixando o medo pelo fracasso estragar seus planos;
- **Busca informação** – “Conversar com clientes, fornecedores e concorrentes é essencial para posicionar melhor sua empresa no mercado” (site: IPGN, 2003). Para inovar, é necessário estar conectado ao ambiente, buscando saber mais e mais. Entretanto, é preciso saber também filtrar os dados de forma a transformá-los em informações úteis para o sucesso da organização;
- **Busca oportunidades** – a pessoa empreendedora está sempre buscando novas oportunidades e uma forma de aproveitá-las. Observe que “novos conhecimentos criam a oportunidade de se fazer novas coisas de novas maneiras, que tornam as antigas obsoletas” (PINCHOT, 1989), ou seja, é preciso buscar novos conhecimentos antes de querer buscar novas oportunidades;
- **Calculista** – como já colocado anteriormente, é capaz de assumir riscos; no entanto, por ter de ser uma pessoa precavida e cautelosa, estes são deliberadamente calculados de forma a avaliar as alternativas, reduzi-las e/ou controlar os resultados;

- **Capaz de persuadir** – como verdadeiro líder, possui uma alta capacidade de influenciar ou persuadir os outros (sejam consumidores, fornecedores ou mesmo o pessoal da organização) com bons argumentos de forma a fazer de seus objetivos os objetivos comuns;
- **Capaz de quebrar paradigmas** – a pessoa verdadeiramente empreendedora “busca autonomia em relação a normas e controles de outros” (site: IPGN, 2003), mas, ao mesmo tempo, tem interesse em perguntar, pesquisar, ouvir e refletir sobre as sugestões dadas, principalmente pelos mais experientes;
- **Comprometido** – é característica da pessoa empreendedora o envolvimento de corpo e alma em seus projetos; para tanto, não mede esforços e exerce sacrifícios pessoais para a realização dos projetos, sendo esses “sacrifícios” esforços necessários para o alcance de seus objetivos;
- **Exigente** – Sendo uma pessoa extremamente exigente consigo mesma, que busca ser sempre o melhor de forma a não só satisfazer, mas exceder os padrões de excelência do seu ramo. Para tanto, busca fazer o melhor, em menos tempo e com o menor custo, conquistando a confiança de seus clientes;
- **Iniciador** – ou seja, não espera ser solicitado ou que as circunstâncias forcem a agir de determinada maneira. Na verdade, ao invés de esperar que alguém resolva os seus problemas, a pessoa empreendedora, “arregaça as mangas” e busca soluções;
- **Inovador** – busca realizar as suas tarefas de uma maneira jamais vista. Busca o essencialmente novo;
- **Negociador** - Negociar nos limites não é para qualquer um. Deve ser também apto a pensar rápido, mover ainda mais rapidamente e blefar impunemente (blefar não é mentir, é jogar) (HINDERY JR., 2003). É um negociador e deve ter muita disposição e “sangue frio” para alcançar o resultado desejado;
- **Otimista** – é importante que não se confunda o otimista com um sonhador, pelo contrário, é, portanto, alguém que “acredita nas possibilidades que o mundo oferece, acredita na possibilidade de solução dos problemas, acredita no potencial de desenvolvimento” (site: eCommerceOrg, 2007). Sonhar é possível, mas com parcimônia;
- **Persistente** – por ser calculista, autoconfiante e com compromissos assumidos deve ser capaz de persistir até que os obstáculos sejam superados e tudo comece a funcionar adequadamente. Não importa se terá de assumir responsabilidades pessoais ou mesmo mudar a sua estratégia, pois é capaz de agir diante de um obstáculo; e
- **Possui força de vontade** – tal força de vontade vem provavelmente de seu entusiasmo e motivação relacionada com desafios e tarefas em que acredita, na medida em que as barreiras a serem enfrentadas por ele são imensas.

Cabe salientar que foi dedicado um espaço muito maior a pessoa empreendedora, por ser esta a figura maior do artigo. Todavia, o empresário seria num certo sentido também uma pessoa empreendedora, mas sem grandes desejos de inovar sempre, correndo algum risco, mas com um negócio conhecido e já estabelecido de uma forma segura, sem ter maiores temores, em face de quaisquer eventos ambientais de alguma turbulência. Todo o artigo é, de certa forma, orientado, também, para o empresariado que está seja iniciando um negócio, seja

acompanhando parentes para mais à frente se tornar comandante supremo do negócio. Por conta disso, sabendo o que é ser empreendedor, cabe conhecer o termo empreendedorismo para depois saber onde buscar apoio e capital para o novo empreendimento.

3. EMPREENDEDORISMO

Palavra ainda não dicionarizada, o empreendedorismo teve origem a partir de pesquisas em economia e recebeu fortes contribuições da psicologia e da sociologia, de forma a gerar não só diferentes definições para o termo, mas variações em seu conteúdo que merecem ser comentadas.

Um dos importantes pensadores do empreendedorismo é Peter Drucker. A visão do autor é interessante porque vê o empreendedorismo como fruto de um processo de aprendizado. Para Drucker

"qualquer indivíduo que tenha à frente uma decisão a tomar pode aprender a ser um empreendedor e se comportar "empreendedorialmente". O empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade. E suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição".

Desta forma, ele conclui que: o "empreendedorismo não é nem ciência, nem arte. É uma prática". (DRUCKER, 1987). Ainda assim, considerando que esta palavra ainda não está dicionarizada, é importante que se conheçam diferentes versões de autores para chegar a uma conclusão coerente.

Outro autor que possui uma visão interessante é Joseph A. Schumpeter (1983), que diz que o "empreendedorismo envolve qualquer forma de inovação que tenha uma relação com a prosperidade da empresa". Para Schumpeter o empreendedorismo é fator fundamental para a sobrevivência das empresas num ambiente de constantes mudanças, ou seja, é fundamental ter uma visão empreendedora de forma que oportunidades sejam percebidas, exploradas e tenham um horizonte bem favorável.

De uma forma bastante sucinta, pode-se dizer que "empreendedorismo se conceitua como o processo que envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas iniciativas empresariais" (DORNELAS, 2000). E mais uma vez é enfatizado o fato do empreendedorismo estar relacionado não somente à criação de novos negócios, mas também, à inovação promovida dentro de empresas já estabelecidas. De forma mais simples, pode-se entender que não se pode considerar empreendedora a pessoa que dá continuidade ao que já existe, ou seja, você pode gerir uma empresa que já está no mercado, mas para ser empreendedor você deverá inovar. Fazer de uma forma jamais feita.

4. PLANO DE NEGÓCIO: FORMA DE ORGANIZAR IDÉIAS INOVADORAS

Até o momento muito foi comentado sobre o ato de inovar, manter-se "atenado" com o ambiente (tanto interno como externo), correr riscos, etc.; mas não se pode esquecer da ação. Não adianta ter boas idéias, mas não as colocar em prática. Portanto, para ser prático nada mais simples do que seguir uma seqüência coerente de passos, em outras palavras, elaborar um plano. Este é o ponto: o Plano de Negócio.

Não se pode pensar que ter uma boa conversa basta. Certamente, falar bem ajuda, mas não garante o negócio. Ademais, em se tratando de dinheiro tudo deve ser colocado no papel. Assim, para seguir com um plano de negócio certamente será necessário capital e muita clareza de idéias, devendo o empreendedor estar preparado com bons argumentos para rebater qualquer tipo de crítica.

O plano de negócio, (também chamado de plano de empresarial)...

“é um documento que especifica todos os principais fatores necessários à criação de um empreendimento, independente do seu tamanho e da sua área de atuação. É um documento escrito, que ajuda a esclarecer seus objetivos e tarefas e fornece algo ao qual se referir mais tarde” (site: IPGN, 2003).

Não é difícil concluir, portanto, que este poderoso instrumento tem função de auxiliar nas atividades criadoras, dando condições de avaliá-las e até mesmo modificá-las, o que é comum. E o fato de ainda não estar implementado, se tratando, então, apenas de um papel, facilita essas alterações. Mas é importante salientar que, como todo plano, ele deverá, após seu início efetivo, ser acompanhado e revisto constantemente para garantir o alcance de suas metas.

Importante mencionar que o plano de negócio não garante o sucesso do futuro empreendimento. A sua função é algo bastante subjetivo: dar credibilidade e autoridade à sua idéia, por exemplo. Na verdade, colocar as idéias no papel implica compromisso, pesquisa e muito trabalho, como demonstração da capacidade empreendedora. Além de servir como um plano operacional e provar a exequibilidade de uma idéia, ele representa um poderoso documento na busca do financiamento.

Mesmo no caso das empresas virtuais, que aparentemente são implementadas a um custo baixo, existem momentos em que a injeção de capital de terceiros é interessante e necessária (mercadológica ou estrategicamente). Para tanto, se no passado bastavam empreendedores com idéias inovadoras para conseguir sócios, hoje a realidade é outra, “o empreendedor necessita de um sólido e consistente plano de negócio, um projeto viável, preferencialmente já em andamento, além de conhecimento da competitividade existente no mercado e capacidade de tocar o negócio” (site: eCommerceOrg, 2007).

Todavia, o plano de negócio não faz milagres, ou seja, não adianta ter o melhor plano de negócio se a idéia é ruim, não é factível. Precisa-se de boas idéias para se fazer boas empresas, e boas empresas são originadas de bons planos de negócios.

Em se tratando de oportunidades abertas pelo mercado de trabalho há, hoje, mais oportunidades e variadas a quem deseja fazer a sua melhor trajetória. Não há apenas a chance de um bom emprego numa boa empresa como sempre houve. Lógico que está mais difícil conseguir posições boas em boas organizações, mas, há outras trilhas.

5. EMPRESA JÚNIOR

A dificuldade em ingressar num mercado de trabalho altamente competitivo como o dos últimos tempos é conhecida por todos, mas a vontade de colocar em prática tudo que está internalizando como conhecimento, pensando no futuro profissional, é maior do que qualquer desafio.

Uma excelente alternativa para quem está cursando a graduação é atuar na Empresa Júnior de sua instituição de ensino. Evidentemente tem-se a expectativa de já existir na sua instituição de ensino a Empresa Júnior, porque seu uso é crescente e o sucesso, também. Apesar de estar em pleno desenvolvimento no Brasil e já possuir muitas universidades a adotam, é grande o número de pessoas (em empresas e alunos) que já ouviu falar nesse tipo de organização e, no entanto não sabe explicar a sua organização e funcionamento.

A Empresa Júnior tem como objetivo preparar o corpo discente para o mercado de trabalho, complementando a sua formação acadêmica com um diferencial: a experiência prática antes da colação de grau. A idéia é praticar teorias e conceitos estudados em sala de aula, de forma a funcionar como um verdadeiro laboratório de talentos. Para tanto ela conta com o suporte de docentes, o que passa maior confiabilidade ao trabalho realizado.

Por se tratar de estudantes, é importante salientar que quem se envolve na empresa não busca retorno financeiro, fato que gera um baixo custo às empresas assistidas, embora seja cobrado um valor como contra-partida dos serviços prestados pelo alunado e docentes, mas o pagamento é feito à Empresa Júnior. E o retorno ao alunado não é financeiro, mas sim a experiência adquirida.

A presença do alunado não se limita ao mercado de trabalho na posição de executivo. Pelo contrário, deve-se entender que as possibilidades profissionais vão desde a conquista de posições em empresas, passando por posições de consultoria e chegando ao empreendedorismo ou mesmo ao empresariado. E, em tudo e por tudo, a Empresa Júnior dará suporte que poderá conduzir o alunado aos campos de trabalho mencionados acima.

De fato a experiência variada faz a diferença e a inserção em Empresa Júnior é uma prática extremamente aconselhável, porque é absolutamente certo que só existirão ganhos. Não existindo a empresa, a pessoa deve envidar esforços no sentido da sua criação. Ademais, a pessoa empreendedora não nasce feita, pronta e acabada, como será visto mais adiante quando for discorrido sobre mitos. Depende da incorporação do conhecimento gerado pela sala de aula e, sempre que possível, pelo que é incorporado, via Empresa Júnior.

Na Empresa Júnior, o(a) aluno(a) que se considera uma pessoa empreendedora poderá explorar várias facetas da dona de um negócio, além do aprendizado para a sua formação que atuará em empresas ou no cotidiano ou na consultoria. Assim, a Empresa Júnior deve fazer parte da trajetória, também, por quem deseja ser empreendedor. Não é loucura pensar em abrir um negócio. Imagine, por exemplo, como seriam o mundo atualmente se alguns “loucos de antigamente” não tivessem feito a loucura de abrir seu próprio negócio. Portanto, o importante é que se tenha cautela e busque sempre informações para que seja possível se manter atualizado e inovar. A idéia é se antecipar aos acontecimentos, sendo frio, calculista e tendo bastante ousadia.

Partindo do princípio de que já se possui uma idéia considerada inovadora, um plano de negócio muito bem elaborado e se deseja levar este plano adiante é testá-lo enquanto Empresa Júnior, ou seja, especular, conversar, compor idéias com colegas, amigos e conseguir suporte técnico e acadêmico dos docentes. A Empresa Júnior permite o ensaio, alguma tentativa e erro, enfim, permite muito, porque é o local ideal para todos esses esforços.

6. COOPERATIVAS

Esta opção não é difícil de compreender quando se sabe que o verdadeiro empreendedor está sempre à procura de caminhos para o sucesso e a cooperativa é uma construção organizacional muito interessante e que oferece inúmeras oportunidades de ganhos de toda ordem. Como diria o ditado: duas (ou mais) cabeças pensam melhor que uma.

Mas antes de partir para essa opção, ou qualquer outra que alguém julgue melhor, é necessário saber exatamente onde se está “pisando”. Atentando para a seguinte definição dessa possibilidade, concreta, de se abrir ou participar de um negócio:

“modalidade de sociedade de pessoas com forma e natureza jurídica próprias, não-sujeitas à falência, e de natureza civil. Têm por finalidade a prestação de serviços aos associados, para o exercício de uma atividade comum, econômica, sem que tenham elas fito de lucro. A cooperativa é uma estrutura de prestação de serviços voltada ao atendimento de seus associados, sem objetivo de lucro, condição esta contida no art. 3º da Lei nº 5.764/71” (Site: Sato, 2007).

Em outras palavras pode-se dizer que consiste num grupo de pessoas que se unem com um mesmo propósito. Não tendo a finalidade de lucro, fato que a distingue de outras formas societárias, e atua como uma prestadora de serviços.

Para compreender qual a vantagem, além das fiscais, de se adotar essa constituição jurídica e organizacional é necessário refletir a respeito do assunto trazendo sempre para exemplos práticos. Imagine que um supermercado está com uma promoção do tipo leve três pague dois. Três pessoas querem comprar o produto da promoção. Logo, se cada um comprar separadamente, ninguém tirará proveito da promoção. No entanto, se as pessoas se unirem para efetuar a compra e dividirem o novo valor por três, todos aproveitarão a promoção.

Portanto, uma vantagem da cooperativa pode ser definida como sendo “reduzir, em benefício de seus membros e através do esforço comum destes, o custo ou, conforme o caso, o preço de venda de determinados produtos ou serviços, substituindo o intermediário” (*site*: COOPDEF, 2007). Sendo assim, fica simples entender que as cooperativas são consideradas em muitos casos a única forma de sobrevivência de pequenas e médias empresas neste mundo globalizado.

Da mesma forma, é fácil compreender porque seus cooperativados possuem a crença de que “as disfunções verificadas neste modelo de organização são atribuídas à variáveis externas, tais como, oscilações do mercado, disfunções climáticas, pragas, etc., não percebendo desvantagens neste sistema organizativo.” (SOUZA, SOARES e ALBUQUERQUE, 2007). Mas é importante salientar que tudo possui desvantagens e com as cooperativas não é diferente.

Neste momento, a dúvida é: abrir um negócio sozinho ou com alguém? Para tomar esta decisão conscientemente vale listar as vantagens e desvantagens de ambas as possibilidades, pois se por um lado “duas (ou mais) cabeças pensam melhor que uma”, por outro é necessária muita confiança na parceria. Quantos não são os negócios que quebram por causa de um sócio agir inadequadamente numa dada sociedade? Inúmeros. Mas também existem casos de sucesso em cooperativas, como o caso da Uniforja, uma “metalúrgica de Diadema que caminhava rumo a falência quando seus operários formaram uma cooperativa, assumiram o controle dos negócios e recuperaram a saúde financeira da empresa”. (FERNANDES, 2007). Logo, cada caso é um caso e deve ser bem avaliado antes de qualquer decisão a ser tomada. Aliás, não se pode esquecer que ainda tem uma outra opção: Incubadora de empresas.

7. INCUBADORAS DE EMPRESAS

Originadas nos Estados Unidos, as incubadoras de empresas estão em plena expansão no Brasil, no entanto, poucas são as pessoas que sabem exatamente o que significa uma incubadora de empresas; logo, antes de decidir é importante que se entenda esta opção.

Alternativa positiva no Brasil, a incubadora de empresas é “uma organização, departamento ou assemelhado que funciona no interior de um grande conglomerado, visando colocar à disposição dos empregados um centro, em que possa desenvolver uma idéia brilhante, um novo serviço ou produto” (FURTADO, 1995). Em outras palavras pode-se dizer que ela faz o papel materno durante os primeiros anos de vida da nova organização, de forma a oferecer não só apoio estratégico, mas condições para a sobrevivência da nova organização.

Desta forma, não é difícil imaginar ser esta um “mecanismo de aceleração do desenvolvimento de empreendimentos (incubados ou associados), por meio de uma rede de negócios, serviços e suporte técnico compartilhado além de orientação prática e profissional” (DORNELAS, 2000). Ou simplesmente compreender que o objetivo das incubadoras de empresas é o de “produzir empresas técnica e administrativamente preparadas para enfrentar o mercado” (NOVO, 2003) de forma a diminuir o índice de mortalidade das MPE (Médias e

Pequenas Empresas) no Brasil que atualmente se encontra elevado, com 56% segundo o SEBRAE.

Para se alcançar tal objetivo as incubadoras selecionam os melhores projetos, ou seja, aqueles mais viáveis, e lhes oferece:

- **Infra-estrutura** – salas de reunião, salas de trabalho individuais e/ou coletivas, laboratórios, biblioteca, estacionamento, etc. Não chega a ser uma vantagem para as empresas que atuam via internet, por não serem imprescindíveis;
- **Serviços compartilhados** – Telefonia e acesso a Web, recepcionista, segurança, reprografia, etc;
- **Assessoramento** – Gerencial, contábil, jurídico, comercialização, exportação, são exemplos;
- **Qualificação** – Treinamento, desenvolvimento, cursos, assinaturas de revistas, jornais e outras publicações; e
- **Network** – Contatos importantes, participação em eventos de divulgação das empresas, fóruns, etc. Muito importantes nas empresas virtuais por possuir alto valor estratégico.

É importante entender, portanto, que este ambiente propício para o progresso organizacional é fundamental para o sucesso destas organizações. E ainda assim, o destaque dado para o caso das organizações que atuam via *web* vem devido ao fato de que “atualmente cerca de 12% das empresas incubadas são da área da *Internet*” (*site*: eCommerceOrg, 2007).

As incubadoras existem e não é de hoje. Surgidas na década de 80, o seu número vem crescendo substancialmente de forma que, no ano de 2003, totalizavam cerca de 135 incubadoras espalhadas pelo Brasil com cerca de 1.100 empresas residentes, que representam a geração de cerca de 6.100 novos empregos – segundo dados do Anprotec (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologia Avançada). No entanto, que em 1991 este número mal chegava a 10.

Há um aspecto importante e que merece ser mencionado porque interessa diretamente as pessoas empreendedoras, cooperativadas, incubadoras e empresas incubadas, trata-se do que vem sendo rotulado como economia solidária e que vem a ser a reunião numa determinada área de empreendimentos e de empresas com o propósito de buscar o melhor preço junto aos fornecedores comuns. A economia solidária produz preços adequados, grupos de pequenas e médias empresas que conseguem vantagens muito superiores ao que conseguiriam caso “enfrentassem” os fornecedores de forma individualizada. Os resultados têm sido extremamente vantajosos e o tempo produzirá técnicas e novos procedimentos onde todos continuarão sendo beneficiados.

8. MITOS DOS EMPREENDEDORES

Veja a seguir uma lista de 10 mitos (NAIDITCH e FURTADO, 2000) relacionados aos empreendedores.

- **Empreendedores nascem feitos** – apesar dos autores acreditarem que este mito se constitui numa realidade, há o outro lado, o qual é apoiado por Dolabela (1999), onde o autor afirma que “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”; ou seja, ele até pode nascer com características bastante peculiares, mas se não exploradas de nada adiantará;

- **Qualquer um pode começar um negócio** – isto é uma realidade, mas se percebermos o número de falências de médias e pequenas empresas (56%) é fácil entender que a dificuldade está em sobreviver. Portanto, é preciso saber diferenciar uma idéia de uma oportunidade;
- **Dinheiro é o fator mais importante para montar uma empresa** – isto não é verdade. Dinheiro é importante sim, mas não o fator mais importante. De que adianta dinheiro sem competência? Fica simples entender se for feita uma analogia com o fato de que “o dinheiro é como o pincel e a tinta para o pintor – materiais que, nas mãos certas, produzem maravilhas”;
- **Pessoas empreendedoras não têm chefes e são completamente independentes** – não ter chefe é a mais pura ilusão. Todas as pessoas que trabalham têm chefes, sejam eles diretos ou não. Ninguém é completamente independente, afinal de contas vivemos numa sociedade. No ramo dos negócios, onde as preferências variadas dos investidores, clientes, fornecedores, pessoas da organização, comunidade e governo determinam a sobrevivência da empresa, não é diferente. Esses *stakeholders* (pessoas ou empresas ou governo interessadas no negócio) são os “patrões” de quem empreende;
- **Pessoas empreendedoras devem ser jovens e cheias de energia** – como diria o ditado popular, “nunca é tarde para começar”. Além do mais, idade não é impedimento para nada e ser mais velho significa, teoricamente, mais experiência, mais contatos; o importante é a competência. Ainda assim, em se tratando de um jovem, nada impede que este possua tais experiências e contatos;
- **Pessoas empreendedoras trabalham mais do que pessoal executivo de grandes companhias** – essa comparação é bastante relativa, pois pode ser verdade para alguns e não para outros. Aliás, a pessoa empreendedora se sente realizada com o que faz e não encara isto como um trabalho;
- **Pessoas empreendedoras são jogadoras** – este mito é real e para entendê-lo basta pensar em suas características. Ser calculista e ter poder de persuasão faz com que a pessoa calcule muito bem os seus riscos e consiga atrair outros para dividi-lo consigo, ou seja, como uma verdadeira pessoa que joga, estuda as suas peças e os caminhos da vitória;
- **Qualquer pessoa empreendedora com uma boa idéia pode atrair investimento de risco** – pensar desta forma se constitui num grande erro. Como pôde ser visto no desenvolvimento do artigo, boas idéias sem ações não passam de boas idéias;
- **Pessoas empreendedoras querem o *show* todo só para elas** – pelo contrário, a pessoa empreendedora não é um ser egocêntrico e auto-suficiente. Trata-se de uma pessoa, como qualquer outra, mas que possui a capacidade de inovar, quebrar paradigmas e, acima de tudo, a humildade de ouvir conselhos, sugestões, ou mesmo críticas a fim de aprimorar os seus conhecimentos; e
- **Pessoas empreendedoras sofrem com muito *stress*** – esta colocação é infundada, visto que o *stress*, na maioria das vezes, é causado pelo excesso. Aliás, tudo em exagero faz mal; logo, qualquer que seja a atividade é importante saber equilibrar o dia-a-dia.

É importante salientar que todos estes mitos devem ser vistos com cuidado, na medida em que há pouco incentivo no sentido de empreender. Assim, não é difícil imaginar que

grande parte das pessoas terminam por desistir de abrir seus empreendimentos. Rotular a pessoa empreendedora como egocêntrica ou alguém que sofre de *stress* pode fazer com que pessoas pensem duas vezes antes de querer se tornar uma delas.

9. EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

É importante entender que ao tratar da pessoa empreendedora, na verdade o objeto é a essência da organização, ou seja, as pessoas. Afinal, o que é uma organização se não um conjunto de pessoas capazes de ousar, intuir, criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar e inovar em negócios?

No entanto, apesar de ser considerado o 16º país empreendedor por opção (empreendedor propriamente dito: ser inovador) do mundo” (RODRIGUES, 2003), o Brasil, infelizmente, ainda não possui um espaço razoável para essas pessoas. Seja fruto da insegurança ou da cultura, a verdade é que o brasileiro não é incentivado a criar, inovar.

Ser uma pessoa empreendedora no Brasil não constitui uma tarefa fácil, mas é preciso entender que os obstáculos são feitos para serem ultrapassados. Aliás, quanto mais difícil o obstáculo, mais desafiada a pessoa empreendedora irá se sentir e com maior motivação para vencer, não temendo o fracasso, pois acredita em si, devendo seguir em frente com seus projetos, pois é neste momento que entra o espírito empreendedor – leia-se vontade e aptidão para realizar algo, deixar sua marca, fazer diferença. Este espírito que pode promover de forma democrática a mobilidade social “por ser centrado em oportunidades, em nada se relaciona com cor de pele, sexo, nacionalidade, naturalidade ou outras diferenças, e permite que as pessoas busquem e realizem seus sonhos” diz Jeffrey Timmons, professor de empreendedorismo do Babson College (NAIDITCH e FURTADO, 2000).

Claro que pessoas empreendedoras costumam incomodar aqueles que preferem a manutenção do que vem dando certo, mas é gente assim que permite a uma empresa desenvolver novos produtos, multiplicar seus canais de venda, criar receitas novas, lucrar, melhorar sua produtividade, atrair e reter clientes – todo um conjunto de situações que, no fim, vai se traduzir em maior lucratividade, em maior presença no mercado e maior visibilidade.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo pode-se perceber alguma dificuldade de se empreender no Brasil. Seja fruto da insegurança ou da cultura é comum que se encontre, ainda nos dias de hoje, pais que orientam seus filhos a serem grandes executivos em grandes empresas, sendo raros os casos em há estímulos para a criação de negócio próprio.

Mais difícil do que empreender é entender o seu verdadeiro significado. Durante esta leitura pode-se refletir sobre o que vem a ser uma pessoa empreendedora trazendo à tona os debates que muitos fazem acerca do ato de empreender e do ato de abrir uma empresa convencional. O que se constitui um erro já que a distinção é nítida a partir do momento em que o simples fato de dar continuidade a algo que já existe se trata de uma pessoa comandando um negócio próprio. Para empreender é preciso inovar.

No entanto, a fim de se evitar debates inócuos foram transcritas algumas definições do ato de empreender e suas respectivas características, como: arrojo, inovador e calculista. Tendo esta última esclarecida a sua distinção com relação a um aventureiro. Mas é importante entender que não existe um tipo perfeito de pessoa empreendedora e certamente algumas características serão mais presentes do que outras, de forma diversificada em cada pessoa. Portanto, não se trata de uma receita de bolo. Cada caso é um caso.

Conheceu-se, então, de forma correta o termo empreendedorismo, que apesar de ainda não dicionarizado, já faz parte do mundo dos negócios. Foram, então, colocadas duas de suas versões: Peter Drucker (processo de aprendizado) e Joseph A. Schumpeter (fator fundamental). Chegando a conclusão que se trata de um processo relacionado à inovação, característica mais marcante de quem sabe empreender.

Assim, em se tratando de novas iniciativas empresariais, não foi difícil perceber que seria hora de agir, o que pode parecer óbvio já que boas idéias sem ações não passam de boas idéias. Mas, mais do que agir seria fundamental saber como fazê-lo. Para tanto nada melhor do que organizar e esclarecer as idéias num bom plano de negócio. No entanto, é neste momento que as dificuldades começam, pois “elaborar um plano de negócio é como um quebra-cabeça. Somente quando todas as peças tiverem sido consideradas e colocadas no lugar certo, a figura estará montada”. (site: IPGN, 2003).

Por assim dizer, apesar de toda a dificuldade é importante que tenha ficado clara a importância do plano de negócio, onde as idéias serão sistematizadas de forma a oferecer artifícios técnicos para que o planejamento seja eficiente antes de assumir riscos num mundo sempre competitivo, além de ser fundamental para a busca de recursos.

Com o plano de negócio elaborado eis a hora de buscar apoio para começar o negócio propriamente dito, sendo assim descobre-se duas formas praticadas no Brasil: o primeiro é montando um negócio próprio (seja sozinho ou através de associações, cooperativas); e o segundo junto as chamadas incubadoras de empresas.

Neste momento destacou-se a influência das incubadoras, que surgidas na década de 80, vêm ganhando espaço no Brasil. Tendo a função de uma verdadeira orientação técnica, ela prepara as empresas para enfrentar o mercado de forma a diminuir o alto índice de mortalidade das MPE (Médias e Pequenas Empresas) no Brasil que atualmente é de 56% segundo o SEBRAE. Mas insistimos, mais uma vez, cada caso é um caso, ou seja, nem sempre a incubadora será a melhor opção, ou mesmo a cooperativa, ou vice-versa. O importante é saber estudar a realidade e colocar na balança vantagens e desvantagens das várias opções existentes e, hoje, são muitas.

Antes de concluir o artigo foram levantados e explicados alguns mitos de forma a esclarecer algumas dúvidas que possam ter surgido ao longo da leitura. Foi mostrado que apesar das barreiras ainda reais, a vontade de empreender não deve ser desestimulada, afinal de contas a pessoa empreendedora gosta de desafios e esse é só mais um a ser enfrentado nesta grande batalha que é o mercado.

11. REFERÊNCIAS

ANPROTEC. Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas. Apresenta as entidades associadas, eventos, *links* e acompanha através de pesquisas, realizadas anualmente, o panorama das incubadoras de empresas no Brasil. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br>>. Acesso em: 2 maio 2007.

COOPDEF–Cooperativa de Portadores de Deficiência. *Cooperativismo*. Disponível em: <<http://www.angelfire.-com/co2/coopdef/coop.html#iten1>>. Acesso em: 11 abril 2007.

DOLABELA, Fernando. *O segredo de Luísa*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. 3. ed. São Paulo: Campus, 2000.

DRUCKER, Peter F. *Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios*. 6. ed. São Paulo: Pioneira, 1987.

eCommerceOrg: tudo sobre comércio eletrônico. *O empreendedor*. Disponível em: <<http://www.e-commerce.org.br/index.htm>>. Acesso em: 11 abril 2007.

FERNANDES, Daniela. *A Classe operária vai ao paraíso: cooperativa de trabalhadores exportará para Europa e EUA com apoio de multinacional*. Istoé dinheiro, negócios, 23 jul. 2003. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istoedinheiro/>>. Acesso em: 8 mar. 2007.

FURTADO, M. A. *Fugindo do Quintal: Empreendedores e Incubadoras de Empresas de Base tecnológica no Brasil*. Tese (Doutorado em Administração) – Escola de Administração e Economia de São Paulo. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1995.

HINDERY JR, Leo. *The biggest game of all*. New York: The Free Press, 2003.

Iniciando um Pequeno Grande Negócio (IPGN). In: SEBRAE. Disponível em: <<http://ipgn.iea.com.br/ipgn/>>. Acesso em: 30 jun. 2003.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de marketing*. 7. ed. Tradução: Vera Whately. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998.

MASLOW, Abraham H. *Motivation and personality*. 2. ed. Nova York: Harper & Row, 1970.

NAIDITCH, Suzana; FURTADO, José Maria. *Como se faz gente que...* São Paulo: Exame, 23 ago. 2000.

PINCHOT III, Gifford. *Intrapreneuring: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor*. São Paulo: Harbra, 1989.

RODRIGUES, Luciana. *Brasil é país de empreendedor por necessidade*. Jornal O Globo. Rio de Janeiro: O Globo, 13 jul. 2003.

Sato consultoria de pessoal. *Manual de cooperativas*. Disponível em: <http://www.sato.adm.br/relats/manual_de_cooperativas.htm>. Acesso em: 8 maio 2007.

SCHUMPETER, Joseph A., "The Theory of Economic Development". Published in Harvard University Press-Transaction Inc. Cambridge: Mass, 1983.

SOUZA, S.A.; SOARES, S.A. ; ALBUQUERQUE, F.J.B. *Organizações Cooperativas: Crenças e Impasses*. Depto. de psicologia, Universidade Federal da Paraíba , Brasil. Disponível em: <<http://copsa.cop.es/congresoiberoa/base/trabajo/orgr65.htm>>. Acesso em: 9 mar. 2007.