



18º Congresso de Iniciação Científica

UM ESTUDO SOBRE EMPREENDEDORISMO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Autor(es)

KARINA DA SILVA VICENTE

Orientador(es)

ANA MARIA ROMANO CARRÃO

Apoio Financeiro

FAPIC/UNIMEP

1. Introdução

O estudo ora apresentado, intitulado “Um estudo sobre empreendedorismo e suas características”, objetivou o aprofundamento da análise dos dados identificados por Marin (2008, p. 15). Em um conjunto de 344 artigos sobre o empreendedorismo - apresentados nos EnANPADs no período de 1997-2007 -, o pesquisador identificou que 102 deles fazem referência a características empreendedoras. Nesses artigos os autores evidenciam o interesse em identificar pontos predominantes do comportamento do empreendedor por meio de suas características. Assim sendo, os resultados apresentados por aquele pesquisador indicaram nova oportunidade de estudo, desta vez, enfocando a identificação dessas características e relacionando-as com as teorias comportamentais estudadas no curso de Administração.

Há que se destacar a divergência existente entre os teóricos quando se trata em conceituar características empreendedoras. Autores como Filion (1999), Schumpeter (1988), McClelland (1961) apud Chiavenato (2006), entre outros, atribuem à figura do empreendedor uma série de características. Em contrapartida, Newman apud Filion (1999) e Bygrave (1994) apud Aidar (2007) acreditam não haver características específicas que distingam uma pessoa empreendedora de uma não-empreendedora. Essa última linha de pensamento defende ainda que as ações dos indivíduos estão diretamente ligadas à sua cultura. Entretanto, Bygrave, mesmo defendendo essa idéia, admite a existência de alguma semelhança entre pessoas que obtiveram sucesso em seu empreendimento e identifica algumas de suas características.

A diversidade de enfoques sobre o empreendedorismo e sobre figura do empreendedor sugere que ainda não se chegou a um consenso em termos de conceito e características. Por esta razão, estudos como este aqui relatado justificam sua importância como contribuição sobre o tema. Além de ser importante ao Curso de Administração, uma vez que o mercado de trabalho tem exigido pessoas com o perfil empreendedor, e o curso referido se propõe a formá-los.

Segundo Dolabela (1999), até o final de 1970 as grandes empresas e o Estado eram o pilar da economia. Contudo, em meados de 1980, com o crescimento do endividamento externo do Brasil, o aumento da concorrência e o forte emprego da tecnologia modificaram todo esse contexto. As grandes corporações, utilizando-se da tecnologia, passaram a ter uma produção maior, porém com menor número de empregados. Assim sendo, abriu-se espaço para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas (PME) para atender os nichos de mercado não interessantes às grandes empresas. De acordo com o autor, a criação da PME está marcada pela criatividade e pela diferenciação, uma vez que o fundador necessita identificar uma oportunidade de mercado que os demais não perceberam. Porém, de acordo com o mesmo autor, nem sempre os empresários movem seus negócios a partir de idéias criativas e diferenciadas, não cabendo, nesse caso, denominá-lo empreendedor.

2. Objetivos

O objetivo deste artigo foi o de aprofundar a análise dos 102 artigos que tratam de características empreendedoras. O objetivo geral foi desmembrado em dois objetivos específicos: 1) Levantar as características empreendedoras identificadas nos trabalhos que compõem o universo de estudo; 2) Analisar essas características sob o enfoque das teorias comportamentais estudadas no Curso de Administração.

3. Desenvolvimento

Para atingir os objetivos da pesquisa, houve uma fase inicial dedicada à pesquisa bibliográfica sobre empreendedor e empreendedorismo, enfatizando os traços que caracterizam o perfil da figura desse personagem, e à abordagem comportamental estudada no Curso de Administração. A segunda fase constituiu a leitura dos 102 artigos que exploram as características empreendedoras identificadas por Marin (2008). Partindo de um total de 344 artigos, ao final de um processo de seleção dos que atendiam os critérios do presente estudo, a análise concentrou-se em 86. Uma das propostas da pesquisa era o agrupamento das características identificadas, como: (a) comportamentais: atração pelo risco, visão de negócio, percepção de oportunidades; (b) decorrentes do ambiente organizacional como: cultura, clima organizacional e estilo de gestão; (c) típicas do ambiente externo às organizações como: oportunidades, situação do mercado de trabalho, políticas de apoio aos empreendedores. Porém, o estudo trabalhou com aqueles que tratavam do comportamento e do ambiente externo. O item “c”, na maioria das vezes, quando características desse tipo foram identificadas, apareceram associadas ao comportamento do indivíduo ou ao ambiente externo. Sendo assim, para evitar o risco de duplamente contagem, esse item foi excluído.

4. Resultado e Discussão

O número de artigos levantados por Marin (2008) que tratavam das características empreendedoras correspondiam 102, dos quais, 86 (84,3%) atenderam à delimitação desta pesquisa. Ao total chegou a um número de 50 características. Porém, algumas características foram agrupadas, mesmo que os autores as tratem de maneira individual, pois ao analisá-las foi identificada uma estreita relação entre elas. Após esse agrupamento, chegou ao total de 25 características.

Como proposto na metodologia deste estudo, foi possível separá-las em dois grupos: comportamental e ambiental. Para essa classificação, foi adotada a visão de McClelland, para quem o ambiente determina parte das características empreendedoras. Assim foram consideradas ambientais, aquelas adquiridas ao longo da vida e comportamentais aquelas inatas.

Seguindo a linha de pensamento dos autores que exploram o tema, para que o indivíduo seja considerado um empreendedor é preciso que ele possua características em conjunto e não em sua individualidade. A partir disso será apresentada as dez principais características. As principais características identificadas a partir da análise dos artigos que compõem o grupo das comportamentais correspondem à oito das dez, são elas: Inovação/Diferenciação/Criatividade/Originalidade (82 ou 12,4%); Busca/identificação de mercado/visão/Intuição (72 ou 10,4%); Propensão ao Risco/Capacidade de enfrentar desafios/Ousadia/Irreverência (70 ou 10,4%); Persistência/Determinação/Energia/Tenacidade (38 ou 5,1%); Liderança/Persuasão/Poder (33 ou 5,1%); Independência/autonomia (29 ou 4,4%); comprometimento e dedicação (27 ou 4,10%); Iniciativa (26 ou 4%).

As que correspondem o grupo das ambientais são duas das dez e são elas: Rede de Contato/Busca de Informação/Cooperação (56 ou 8,6%);Capacidade de planejar e executar/monitoramento sistemático (38 ou 5,1%).

Dentre os resultados, destacam-se as comportamentais, que correspondem a 73% das características identificadas nos 86 artigos analisados.

Mesmo que o grupo das comportamentais tenha representado a maior parcela dos resultados, não é possível afirmar ou negar que o ambiente impulsiona a atividade empreendedora, pelo menos de acordo com os artigos analisados. Sendo assim, não se pode afirmar que o ambiente é o maior responsável pela atividade empreendedora. O que contradiz os pensamentos de teóricos como McClelland, Bygrave e Hisrich.

5. Considerações Finais

O estudo teve por objetivo mapear artigos científicos que apontam características empreendedoras.

A pesquisa bibliográfica envolveu obras de autores reconhecidos como especialistas no campo do estudo do empreendedorismo. O estudo da abordagem comportamental foi muito importante para a identificação das necessidades. Enquanto para McClelland, a necessidade de realização aparece principal fonte da ação empreendedora, associada à influência da cultura do ambiente, outros autores consultados, questionam essa abordagem por entenderem que há muitos fatores, além desse, que influenciam o comportamento do indivíduo.

Dentre os resultados, destacam-se as comportamentais, que correspondem a 73% das características identificadas nos 86 artigos

analisados.

Mesmo que o grupo das comportamentais tenha representado a maior parcela dos resultados, não é possível afirmar ou negar que o ambiente impulsiona a atividade empreendedora, pelo menos de acordo com os artigos analisados. Por outro lado, se as comportamentais realmente corresponderem a características inatas, o empreendedorismo não poderá ser ensinado. Nesse caso, o sucesso de cursos destinados à formação de empreendedores depende da presença de alunos com traços de empreendedor que necessitam adquirir conhecimentos e técnicas gerenciais.

Assim, visões como as de McClelland, Newman e Bygrave continuam sendo um desafio para aqueles que procuram identificar e compreender o empreendedorismo. Essa é uma das limitações deste estudo, sugerindo que a continuidade de trabalhos sobre o tema será importante, principalmente para cursos como o de Administração, uma vez se propõem a formar empreendedores.

Referências Bibliográficas

AIDAR, M. M. Empreendedorismo. 1.ed. São Paulo: Thomson, 2007.

BERGAMINI, C. W. Motivação nas organizações. São Paulo, 1997.

CARRÃO, A.M.R. Empresas de pequeno porte, espírito empreendedor e auto-emprego. In: DOWBOR, L. et al. (org). Desafios do trabalho. São Paulo: Vozes, 2004.

CAVALCANTI, V. L. Liderança e motivação. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006.

CHIAVENATO, I. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2006.

CHIAVENATO, I. Teoria geral da administração. 6.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DAFT, R.L. Administração. 6. Ed. São Paulo: Thomson, 2005.

DAVIS, R. C. The achieving society: book review. Technology and Cultures, vol.3, n.3, p. 351-353, summer 1962. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/3100843>>. Acesso em: 16 jun.2010.

DIAS, R. Sociologia e Administração. 2.ed. São Paulo: Alíneas, 2001.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

FILION, L.J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. v.34, n.2. p.5-28, jun.1999.

GIBSON, J. L. et. al. Organizações: comportamento, estrutura e processos. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

GLOBAL HEROES. The Economist. Special Reports, 12/03/09. Disponível em: <http://economist.com/specialrports/PrinterFriendly.cfm?story_id=13216023>. Acesso em: 7 out 2009.

GRECCO, S. de S.S. et al. Empreendedorismo no Brasil: 2005. Curitiba: IBQP, 2006.

HOSELITZ, B. F. The achieving society: book review. The American Journal of Sociology, vol.68, n.1, p. 129-130, jul. 1962.

JUSTUS, R. O empreendedor: como se tornar um líder de sucesso. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.

LONGENECKER, et al. Administração de pequenas empresas. 13.ed. São Paulo: Thomson, 2007.

MARIN, R. Um estudo acerca da diversidade metodológica em estudos sobre empreendedorismo. 2008. Relatório de pesquisa. Unimep, 2008.

McGREGOR, D. O lado humano da empresa. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

MIGLIOLI, J. Acumulação de capital e demanda efetiva. São Paulo: A. T. Queiroz, 1982.

RICHERS, R. O que é empresa. São Paulo: Brasiliense, 1986. (Coleção Primeiros Passos).

ROBBINS, S.P. Comportamento organizacional. 9. ed. São Paulo: Person Education, 2005.

SCHUMPETER, J.A. Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 3.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SIMON, H. A. Comportamento Administrativo. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1970.

URIARTE, L. R. O empreendedor. Escola de Novos Empreendedores. [SD]. Disponível em: <
<http://intranet.itajai.sc.gov.br/arquivos/sedeer/2007-12-11-17-d41d8cd98f.pdf>>. Acesso em: 17ago 2010.