

Garra e determinação: como se mantém um empreendimento¹

Claw and determination: as an enterprise is remained

Emilia Mazili Wroblewski; Marcia Regina Straiotto; Marilze Gomes Bozza; Priscila de Almeida ^(a)

^(a) Graduandas do 4º período do curso de Administração de Empresas com ênfase em Marketing e Propaganda, da Faculdade Internacional de Curitiba - Facinter.

Resumo

Este ensaio tem como objetivo definir o conceito de empreendedorismo e avaliar as características dos empreendedores, como formação, fatores de transição e o próprio empreendimento. Para tanto, foram utilizados alguns referenciais teóricos para elucidação do conceito e também uma entrevista aberta com um administrador, cujo depoimento serviu como fonte para a compreensão das características necessárias a um empreendedor. Os resultados obtidos indicam os requisitos que são essenciais para manter um empreendimento. Para tanto foram utilizados alguns referenciais teóricos para elucidação do conceito e também uma entrevista aberta com um administrador, cujo depoimento serviu como fonte para a compreensão das características necessárias a um empreendedor.

Palavras - chave: Empreendedorismo. Motivação. Equilíbrio. Qualidade de vida.

Introdução

Tendo em vista que manter um empreendimento é um tema muito discutido e pesquisado, notamos que não existe uma maneira certa ou errada de administrar um negócio, mas sim técnicas que podem e devem ser utilizadas para manter uma empresa no mercado.

1 Ensaio elaborado sob a orientação das docentes Gisele Mugnol Santos e Maria del Carmen Hernández Gonçalves.

Segundo Chiavenato (2003) tudo parte do planejamento, sendo um processo que começa com os objetivos e define os planos para alcançá-los. Parte do princípio de que uma organização deve, primeiramente, preocupar-se com os objetivos, definindo seu foco de atuação, do que decorre a direção e o controle necessários à organização.

É neste último item que veremos quais os requisitos para que uma empresa inicie, desenvolva-se e mantenha-se no mercado, pois mesmo com as novas tecnologias e os métodos implantados, os traços de trabalho são os mesmos há anos e mudaram muito pouco. As características do empreendedorismo que podemos destacar e que são utilizadas até hoje correspondem àquelas pessoas que acreditam que são capazes de agir para que seu próprio mundo e seu país sejam transformados. São pessoas ousadas, inovadoras, donas de seu destino; pessoas que sonham e persistem, mesmo nas dificuldades, pois têm garra e determinação.

Diversos autores têm criado fórmulas milagrosas com as quais garantem que uma empresa permanece intacta se estiver seguindo seus passos corretamente, o que não é de fato provado, pois cada organização tem os seus pontos fracos e fortes, ou seja, são diferentes e, por essa razão, cada organização analisa o que fazer e como fazer, utilizando o método adequado para o caso em questão.

De acordo com a pesquisa realizada por Corcetti (2000), os empreendedores são, na maioria, homens e mulheres com 39 anos, ensino médio, ex-empregados de empresas particulares. Os empreendedores informais, como camelôs e autônomos estão incluídos na pesquisa.

Referencial teórico

Empreendimento, segundo Ferreira (1986, p. 638), é o “ato de empreender; empresa. Efeito de empreender; aquilo que se empreendeu e levou a cabo; empresa; realização; cometimento”.

Manter um empreendimento significa conhecê-lo totalmente, analisar as variáveis e pesquisar utilizando o melhor método em relação ao seu

objetivo atual. Nesse sentido, precisamos aprender e colocar em prática o empreendedorismo, que segundo Dolabela (1999, p. 29) “é uma livre tradução que se faz da palavra *entrepreneurship*. Designa uma área de grande abrangência e trata de outros temas, além da criação de empresas”.

O conceito que deu origem ao empreendedorismo, segundo pesquisadores, está nas obras de Cantillon, banqueiro no século XVIII, que definia como empreendedor aquela pessoa que comprava matéria-prima por preço certo e vendia por incerto. Ou seja, o empreendedor lucrava além do esperado, pois fazia algo de novo e diferente.

o empreendedor é o agente do processo de destruição criativa que, de acordo com Joseph A. Schumpeter, é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados e implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros (DEGEN, 1989).

O empreendedorismo teve um grande avanço após pesquisas, estudos e vários tipos de publicações, o que levou a descrevê-lo como:

o processo de descobrir ou desenvolver uma oportunidade para então, gerar valores através da inovação e, agarrando tal oportunidade sem levar em conta um ou outro recurso (humano e capital), como também, sem levar em consideração a posição do empreendedor - dentro da nova ou já existente empresa (SEXTOS & KASARDA (1992) apud SLAUGHTER (1996)).

A definição utilizada por Fillion, citado por Dolabela (1999, p.28), “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”, é muito utilizada para todos os estudos e pesquisas, pois Dolabela é um dos maiores estudiosos sobre o empreendedorismo no Brasil.

Para Drucker (1987, p. 28), o empreendedor é freqüentemente definido como aquele que começa o seu próprio, novo e pequeno negócio. Para Drucker são empreendedores aqueles que criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores. O espírito empreendedor é uma característica distinta, seja de um indivíduo, ou de uma instituição. Não

é um traço de personalidade, mas sim um comportamento e suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição.

Para Senge (2004, p. 167) as pessoas, em pesquisa e desenvolvimento, na gerência da empresa ou em qualquer outro aspecto do negócio, a força ativa são “pessoas”, e pessoas tem vontade própria, mente própria e uma forma de pensar própria. Se os próprios funcionários não estiverem suficientemente motivados a questionar as metas de crescimento e o desenvolvimento tecnológico simplesmente não haverá crescimento, ganho de produtividade ou desenvolvimento tecnológico.

A respeito desse assunto podemos dizer que se não houver uma visão compartilhada² dentro da empresa, os funcionários não se sentem motivados. As pessoas mais eficazes são capazes de “manter” sua visão e, ao mesmo tempo, manter o comprometimento de perceber claramente a realidade atual. Funcionários comprometidos criam um sentimento de responsabilidade e fazem com que a organização se desenvolva.

Para Chiavenato (2003, p. 38) “Não existe fracasso, apenas experiências que são positivas em maior ou em menor grau”. Desse modo, podemos observar que os tropeços que ocorrem no decorrer do caminho só acrescentam melhorias para a empresa, o que não deu certo é descartado e fica como exemplo e em seqüência procura-se outra maneira de solucionar os problemas.

O empreendedor deverá abrir mão de muitas coisas, mas em contrapartida ganhará muitas vantagens, isso se for comprometido, determinado e perseverante, pois onde os outros vêem problemas, o empreendedor vê oportunidades.

Acredita-se que há necessidade de cultivar o crescimento dos indivíduos que constituem uma empresa, motivá-los em todos âmbitos, pois quando motivadas as pessoas trabalham maravilhosamente bem. Como afirma Luiz Felipe Rauen, diretor presidente da Racco, citado na Gazeta Do Povo

² Soma da visão pessoal para a realização de um objetivo comum.

(2005, Caderno Vida Moderna): “Nosso maior patrimônio são as pessoas. Quando uma equipe sente-se motivada e feliz, os lucros são certos”.

Segundo Drucker, “sem os objetivos de produtividade, uma empresa não terá direcionamento, sem as medições da produtividade, ela não terá controle”.

Como diz Humberto Cabral, diretor da Embafort, também citado na Gazeta Do Povo (2005, Caderno Vida Moderna): “Tenha cautela, mas não tenha medo de arriscar. Seja muito disciplinado e não se contente com poucas conquistas”.

Método

A pesquisa foi realizada no dia 04 de junho de 2005 em uma microempresa localizada na região de Curitiba. O método utilizado foi a pesquisa de campo na qual aplicamos a entrevista como técnica para coleta de dados. Essa técnica consiste no diálogo com o objetivo de colher de determinada fonte dados relevantes para a pesquisa em andamento. Entretanto, não só os quesitos da pesquisa precisam ser muito bem elaborados, mas também o informante deve ser criteriosamente selecionado.

Realizamos num total de 20 perguntas que envolveram os seguintes assuntos: formação, próprio empreendimento, fatores de transição e empreendedorismo.

A entrevista foi realizada com um empreendedor de sucesso e aconteceu em um único momento em que utilizamos a transcrição das informações recebidas, e também aproveitamos para a filmagem, pois o objetivo da filmagem era de poder interagir com a turma de marketing. O entrevistador deve ser discreto e evitar ser importuno, para deixar o informante à vontade. Embora seja sua função dirigir a entrevista e mantê-la dentro dos propósitos preestabelecidos, é importante lembrar que o entrevistador deve apenas coletar dados e não discuti-los com o entrevistado, disso se conclui que o entrevistador fala pouco e ouve muito.

Cumpra ainda lembrar que o entrevistador deve anotar cuidadosamente os informes coletados, registrando-os com os variados recursos tecnológicos (filmadora, gravador ou por escrito), a fim de não perder informações. Tem como vantagem a flexibilidade, que possibilita coletar o maior número de respostas, podendo ser realizada com pessoas que não têm domínio da leitura ou escrita.

Análise

Na entrevista realizada com um empreendedor, formado em Administração de Empresas pela Faculdade de Administração e Economia (FAE - *Business School*), tendo como período necessário para conclusão do curso cinco anos pois precisou parar durante um algum tempo a sua graduação, em alguns momentos sentiu vontade de desistir porque as dificuldades ao longo do tempo foram muitas, porém a força de vontade o fez persistir.

Obtivemos a informação de que a iniciativa de montar seu próprio negócio surgiu no período da faculdade, não se adaptando mais a função de empregado, e com base nos conhecimentos adquiridos no curso de Administração, considerava já ter embasamento para iniciar seu próprio empreendimento.

Como em toda empresa, ele teve dificuldades com o capital de giro e devido à falta de experiência na área. Superou as dificuldades com o auxílio de um sócio que possuía tanto condições financeiras para abrir a empresa quanto conhecimento total na área de seu empreendimento.

No decorrer do processo encarou como fator positivo conquistar bons clientes e um espaço no mercado, uma vez que apresenta as seguintes características:

- Ele tem como visão da sua empresa o mercado;
- Sua missão é prestar bons serviços, com qualidade e postura ética;

- Acredita que a liderança é quase um dom e que não há como formar um líder, mas sim aperfeiçoá-lo;
- Para ele, ser criativo é ter uma visão de mercado, pegar tudo o que não deu certo e modificar da maneira que melhor lhe convier, tendo uma visão sempre para frente;
- Não há uma só empresa que não tenha conflitos, já que eles existem e estão em todos os setores.

O entrevistado acredita que o ponto desfavorável de sua empresa é justamente o fato de ser uma microempresa. Por outro lado, declara que é difícil ter uma organização pequena e conseguir credenciar-se com seguradoras e alcançar o mercado.

É necessário ter força de vontade, pois no começo torna-se complicado e arriscado depender do próprio empreendimento para sobreviver, quitar as contas e até mesmo manter a empresa. Segundo o empreendedor entrevistado é complicado ensinar alguém a ser empreendedor, porém ressalta que o brasileiro é um empreendedor nato. Pretende para o futuro diversificar suas atividades, criar outros ramos no mesmo segmento, como, por exemplo, instituir na empresa o que hoje é terceirizado.

Segundo o entrevistado, é preciso ter perseverança e diversificar, porque o mercado é muito competitivo em toda e qualquer área. A competitividade, para ele, é saudável, pois dessa forma pode competir mostrando suas qualidades de empreendedor. Para tanto, a intuição deve ser usada, já que é válida em tudo na vida, de maneira que é necessário, por exemplo, partir rumo a uma dada direção.

Não acredita que o empreendedorismo seja hereditário, pois um empreendedor de sucesso precisa ter visão de mercado, conhecimento do setor e capital para iniciar e manter-se durante pelo menos os três primeiros anos. Portanto, na visão do entrevistado, o empreendedor é afetado pelo meio em que vive.

Ele motiva seus funcionários contratando uma vez por ano uma firma de psicólogos para dar palestras, faz reuniões e ainda promove festas

comemorativas. Na questão de domínio pessoal acredita que pode melhorar o ambiente de trabalho Linguagem muito coloquial - pode ser excluída.

Segundo o entrevistado (2005):

Estamos no caminho certo mas é necessário ter vontade e persistência para obter sucesso, é difícil. Não é fácil. Às vezes, na primeira tentativa não conseguimos por não termos experiência no ramo e precisamos de alguém que nos ajude, até mesmo com capital. Porém podemos superar porque tudo é possível, basta acreditar e aprender com erros que só nos agregam valor. No caminho existem muitos desafios que só tornam mais prazeroso o percurso e nos estimulam a continuar. Para isso é necessário formar uma boa equipe, com pessoas capacitadas, contentes com o que fazem, que gostem realmente do que vão fazer. Também é preciso delegar poderes, assim podemos chegar ao tão esperado sucesso.

Considerações finais

Após os estudos e pesquisa realizados, vemos que para termos sucesso em nosso empreendimento precisamos colocá-lo em prática e desenvolver o ato de empreender para que tenhamos realizações.

Para ser um empreendedor, mais do que montar ou comprar um negócio, é importante identificar novas oportunidades, estabelecer novos valores, melhorando e/ou modificando conceitos/produtos e concepções.

Acerca dos conceitos de empreendedorismo citados, destacamos a inovação, a busca de oportunidades, a mudança e a iniciativa. Vemos que há ênfase na análise dos aspectos da personalidade do empreendedor que precisam ser por ele conhecidos e, muitas vezes, desenvolvidos, a fim de orientar a condução da empresa para o sucesso. Da mesma forma, devem ser verificados os aspectos psicológicos da pessoa empreendedora, capazes de influenciar a iniciativa para criação de um empreendimento próprio.

Os resultados obtidos revelam que para manter um empreendimento é necessário muita garra e determinação por parte dos indivíduos que constituem a força ativa das empresas e se essas pessoas não tiverem um bom domínio pessoal em relação à autoestima, autoconfiança e autoconhecimento,

e não tiverem flexibilidade com seus modelos mentais intrínsecos, o empreendimento não vai para frente, ou seja, não se mantém.

Como diz Drucker, citado na Gazeta do Povo (2005, Caderno Vida Moderna): “os resultados são obtidos pelo aproveitamento das oportunidades e não pela solução de problemas. Os recursos precisam ser destinados às oportunidades e não aos problemas”.

Com as diversas técnicas existentes como fluxograma, organograma, mapas conceituais, teoria neoclássica e visão compartilhada, que utilizam a tensão criativa e o comprometimento com a verdade, só não irá decolar a empresa/empreendimento que não estiver apta às mudanças e não souber arriscar e agir com intuição podendo ou não utilizar-se de um plano B.

Já o controle tem como finalidade assegurar que os resultados do que foi planejado, organizado e dirigido se ajustem tanto quanto possível aos objetivos previamente estabelecidos. A essência do controle reside, então, na verificação da atividade, se está controlada ou não e se está alcançando os objetivos ou resultados desejados. O controle consiste, fundamentalmente, em um processo que guia a atividade exercida para um fim previamente determinado. Portanto, investir nas pessoas é uma ótima solução somada à organização e planejamento.

Referências

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CORCETTI, Elisabete. **Brasil Empreendedor: 150 anos de desafios**. Disponível em: <<http://www.anprotec.org.br/habitats/trabalhos/A-05.pdf>> Acesso em 11 set. 2005.

DEGEN, R. J. **O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial**. São Paulo: McGraw-Hill Ltda, 1989.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1987.

WROBLESKI, Emilia M.; STRAIOTTO, Marcia R.;
BOZZA, Marilze G.; ALMEIDA, Priscila de

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luisa: uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

EMPREENDEDORISMO. **Gazeta do Povo.** Curitiba. Séries Vida Moderna. Caderno 4. jun. 2005.

EMPREENDEDORISMO. **Gazeta do Povo.** Curitiba. Séries Vida Moderna. Caderno 5. jun. 2005.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** 5. ed. São Paulo: Atlas S A, 1998.

SENGE, Peter M. **Quinta Disciplina.** 3. Ed. São Paulo: Best Seller, 1998.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa.** 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.