



EMPREENDEDORISMO – ACADÊMICOS EMPREENDEDORES

Emir Jose Alves da Silva ¹

Nadir Becker ²

RESUMO

No presente estudo, tratamos o tema Empreendedorismo - Acadêmicos Empreendedores, pois a preocupação no meio universitário é preparar os profissionais com capacidade empreendedora. Os objetivos do estudo proposto é a identificação de instituições de ensino que ministram o tema e desenvolvem aspectos relevantes para o preparo do aluno com perfil empreendedor. A metodologia adotada é uma pesquisa bibliográfica que direciona obter a visualização da influência dos educadores universitários para a decisão do acadêmico em ser empreendedor. No estudo obtivemos como resultado a contribuição de várias instituições a nível global que em seus conteúdos têm relevância para o tema e conseguem resultados na prática, pois os acadêmicos com a vivência prática e teórica constituem seus próprios negócios contribuindo para o desenvolvimento das regiões universitárias.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Acadêmicos. Decisão.

ABSTRACT

In the present study we treated the term Entrepreneurship - academic entrepreneurs, because the concern in the university is to prepare professionals with entrepreneurship. The purpose of the proposed study is to identify institutions that teach the subject and develop relevant aspects to prepare students to obtain entrepreneur's profile. The methodology adopted is a bibliographic research that directs the educators in the universities for academic decisions in being an entrepreneur. The study obtained as a result the contribution of several institutions in a global level that the contents shows the relevance on this topic in practice, because the practical and theoretical experience of the academics to get their own business, contribute to develop business in universities.

Keywords: Entrepreneurship. Academic. Decisions

1 INTRODUÇÃO

As empresas precisam ter o lucro como objetivo do contrário, elas morrem. Mas se uma empresa é orientada apenas para ter lucro...também morrerá, porque não terá mais nenhum motivo para existir. Henry Ford Enquanto as

¹ Administrador – Professor na Pós-Graduação Gestão Empresarial Estratégica- Faculdade Dom Alberto – Faculdade IENH. Contato: emirjosealvesdasilva@gmail.com

² Administradora – Faculdade UNISUL – Faculdade IENH. Contato: admnadir@hotmail.com



empresas podem se deslocar de um país para outro, sem enfrentar restrições maiores, buscando salários menores, legislação ambiental concessiva e trabalhadores mais submissos e desesperados, a destruição das pessoas, culturas e ambientes pode ser enorme. (RODDICK, 2002, p. 7)

O significado de empreendedor, segundo Hisrich and Peters, (2004) pode apresentar três definições, dentre as quais: Tomar iniciativa; Organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático; Aceitar o risco ou o fracasso. Na visão dos economistas ser empreendedor é ter a visão clara de gerar riqueza. Saber enfrentar riscos desde patrimônios, valores, tempo e retornos é o grande desafio de qualquer empreendedor. Podemos mencionar que no atual contexto estamos num mundo sem limites. Muitas empresas estão destruindo a humanidade não valorizando as pessoas dentro das organizações.

Roddick (2002) afirma em suas escritas a visão de crimes corporativos em grandes escalas. Menciona sempre o conhecimento da existência de condições subumanas de trabalho, lembrando que o mundo se tornou num grande *playground* para os movimentos de investimentos de um lugar para outro. Em sua bibliografia, menciona: O ser humano deveria estar em primeiro lugar, assim como a valorização cultural deveria ser preservada e fazer parte do caráter das pessoas, mas, porém, o enfoque está sendo muito voltado para a busca de valores monetários para um consumismo ao extremo e conflitos humanitários no mundo.

Concordamos com as ideias de Roddick, quando a mesma salienta que da Europa aos Estados Unidos, de Taiwan à Malásia, no contexto de cada país passa a ser apenas uma parada de reabastecimento na corrida em busca dos aumentos dos lucros. O significativo deste contexto é que conhecemos um mundo com vítimas da globalização infelizes e sem recursos para maiores perspectivas econômicas. O crescimento do comércio que não é livre se espalha nas mais vastas fronteiras. Podemos imaginar cenas de comércio livre:



O modelo de “mercado livre” nos leva a imaginar uma cena em que os indivíduos livres e iguais trocam sapatos feitos à mão por vegetais recém colhidos, encontrando-se na praça da cidade. Essa imagem bucólica pressupõe que se acredite no emprego como contrato individual feito entre iguais, mas nem de longe é o que acontece na prática. (RODDICK, 2002, p. 11)

Quando viajamos no nosso país, percebemos que o livre comércio também não é tão livre, podemos citar várias praças de pequenos municípios e grandes capitais onde a comercialização ocorre constantemente e tem uma exploração infinita por parte de quem tem maior poder.

A economia mundial é controlada cada vez mais, por um número reduzido de organizações. A concentração do capital em um número muito pequeno de empresas, sendo assim dificulta o avanço do empreendedorismo a nível mundial.

Qual o objetivo das empresas? Criar riquezas? Dinamizar a economia? Criar empregos? Atender as necessidades da sociedade? Sim! Mas há mais o que fazer. O objetivo final de qualquer atividade humana – e toda empresa deveria provar que é capaz de fazer isso - e criar uma ordem ética mundial, uma globalização ética. (RODDICK, 2002, p. 14)

O verdadeiro sentido de um empreendedor em optar por empreender com foco e objetividade voltado para o contexto geral, no sentido humano, econômico e natureza deveria ser primordial na mentalidade pessoal e empresarial. Por muitos a idéia direciona-se para valores financeiros caminhando juntos com valores humanos, mas o ponto preocupante é de que, notoriamente o mundo se torna despreocupado com fatores essenciais no contexto voltado para o empreendedorismo.

O empreendedorismo ultrapassa as fronteiras, os investimentos podem ser locais, mas os produtos vão e voltam dos mais distantes pontos do mundo. Esta movimentação afeta as economias, as sociedades, as questões comerciais, assim a responsabilidade e ações poderosas deveriam ser globais.

Será que a importância nas empresas, realmente deveria ser o lucro? Onde fica a responsabilidade? As idéias privadas de investimentos e influências sendo as



regiões participantes com suas culturas, crenças e costumes são voltados para ambições, acima de qualquer custo humano.

Assumir uma visão a longo-prazo, com olhos voltados para a responsabilidade social das empresas requer práticas empresarias com decisões compartilhadas e o foco não somente voltado para o lucro.

Precisamos empreendedores com lucidez, que olhem para os indivíduos, pois são estes os transformadores dos processos nas organizações. Resultados positivos com pessoas sadias de corpo e alma é a melhor realização que um empreendedor por obter no seu sonhado empreendimento.

2 SER UM EMPREENDEDOR

A primeira grande tarefa é definir em que empreender. Os autores têm as diferentes versões para um empreendedor.

O empreendedor enfrenta sempre o desafio da reflexão, que demanda tempo: é sentar, refletir e ter paciência suficiente para amadurecer uma decisão. Mas todos nos temos a doença da pressa, porque temos muita energia e comprometimento com a ação. (RODDICK, 2002, p.40.)

O processo de decisão de Empreender pode ser a decisão de levar adiante uma idéia do empreendedor, assim iniciam as novas empresas locais, regionais e pelo mundo.

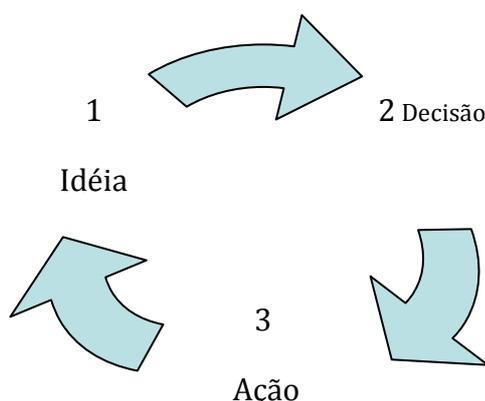
É preciso muita coragem e determinação para trilhar o caminho do empreendedor. Ser empreendedor é mudar sua vida, seu estilo de viver e trabalhar. Trabalhar em busca de sustentabilidade deverá fazer parte da missão de qualquer empreendedor. A busca da atividade com a responsabilidade social desempenhando o papel para contribuir com o contexto social refletindo tanto na



região como mundialmente é de extrema significância para o reconhecimento de uma empresa.

A ideia exige uma decisão para após entrar em ação. Eis o verdadeiro desafio do empreendedor.

FIGURA 1 - Ser Empreendedor



Fonte: adaptado pelos autores com base Dornelas (2005)

Encontrar o próprio caminho empreendedor, através das escolhas, é o grande desafio para colocar as ideias em ação. As oportunidades são inúmeras, porém com coragem e a determinação da trilha que inicia com as idéias, se oportuniza através da decisão, mas precisa de ação concreta para ser idealizado. O empreendedor precisa conhecer o seu potencial e se cercar de pessoas competentes para desenvolver o seu potencial. O contexto familiar, cultural e espírito e empreendedorismo precisam da habilidade de forma instintiva para reações autênticas e condizentes. Toda tomada de decisão envolve aspectos materiais e pessoais, razão pela qual um caminho de decisão necessita de coragem e maturidade.



QUADRO 1 – Decisões para um potencial empreendedor

Mudança do estilo de vida atual Ambiente de trabalho Ruptura	Formação de nova empresa Desejável Cultural Subcultural Família Professores Colegas Possível Governo Histórico Marketing Financiamento Modelos de Desempenho
--	--

Fonte: Robert D. Hisrich, "Entrepreneurship and intrapreneurship: Methods for Creating New Companies That Have na Impacto on the Economic Renaissance of na Area". In *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital* (Lexington Books, 1986 p. 90.)

O desejo de ter um empreendimento pode surgir da formação cultural, do incentivo dos professores, dos exemplos da família e por uma questão de ter vontade de criar e implantar alguma ideia. Segundo Hisrich, a cultura americana valoriza com ênfase, ser o seu próprio padrão, ir em busca de oportunidades individuais, lutar pelo próprio sucesso e saber ganhar dinheiro. No Brasil, é considerado difícil para os pequenos investidores manterem as suas empresas, pois muitos empreendimentos enfrentam o fracasso em menos de um ano.

Porém, nos Estados Unidos existem os verdadeiros bolsões de subculturas empresariais. São mundialmente conhecidos a Rota 128 (Boston), o Vale do Silício (Califórnia) e o Triângulo da Carolina do Norte. Também precisamos lembrar os Centros Comerciais de Los Angeles, Denver, Cleveland e Austin.

No meio acadêmico, através do convívio com os professores, os alunos estimulados pelos exemplos estudados podem valorizar a atividade empreendedora constituindo a sua própria organização. Nas palavras do autor Hisrich, 2004, p. 32:



“Uma área com uma forte base educacional é um grande fator de apoio para a atividade empresarial e a formação de empresas”.

Pode-se mencionar que os influenciadores para o empreendedorismo MIT como Harvard que se encontram próximo a Rota 128. No Vale do Silício situa-se Stanford. No Triângulo da Carolina do Norte, encontramos University Of North Carolina, também a North Carolina State e a Duke University. Em se tratando de Cleveland podemos citar a Case Western Reserve University.

Os educadores com perfil para direcionar os estudantes são considerados os educadores de empreendedorismo das Universidades. Na versão de Hisrich, Peters at Shepherd *A educação empreendedora nunca foi tão importante em termos de cursos e pesquisas acadêmicas. O número de universidades e faculdades que oferecem pelo menos um curso em empreendedorismo aumenta a cada ano. O número de professores e o número de disciplinas mantidas por doações aumentam regularmente.* (HISRICH, PETERS AT SHEPHERD, 2009, p. 41) O empreendimento pode assumir a mais alta prioridade na vida do empreendedor e ser a fonte de auto-estima.

As razões para seguir o caminho do empreendedorismo podem ser as mais variadas às vezes podem partir de um ponto de ruptura como uma demissão ou uma aposentadoria. A grande questão preocupante é que experiência tem o profissional que da tradicional vida de carteira assinada vai para assinar as carteiras de trabalho dos outros.

3 TIPOS DE HABILIDADES NECESSÁRIAS EM EMPREENDEDORISMO

Para o desenvolvimento do empreendedorismo existem algumas habilidades que são fundamentais a serem estudadas e aplicadas. Abaixo mencionamos as habilidades técnicas, administrativas e empreendedoras pessoais.



QUADRO 2 - Tipos de Habilidades necessárias em empreendedorismo

Habilidades Técnicas
<ul style="list-style-type: none">• Redação• Expressão oral• Monitoramento do ambiente• Administração comercial técnica• Tecnologia• Interpessoal• Capacidade de ouvir• Capacidade de organizar• Construção de Redes de Relacionamentos• Estilos administrativos• Treinamento• Capacidade de trabalho em equipe.
Habilidades Administrativas
<ul style="list-style-type: none">• Planejamento e estabelecimento de metas• Capacidade de tomar decisões• Relações Humanas• Marketing• Finanças• Contabilidade• Administração• Controle• Negociação• Lançamento de Empreendimento• Administração do crescimento
Habilidades empreendedoras pessoais
<ul style="list-style-type: none">• Controle Interno e de disciplina• Capacidade de correr riscos• Inovação• Orientação para mudança• Persistência• Liderança visionária• Habilidade para administrar mudanças

Fonte: Robert D. Hisrich. "Toward an Organization Model for Entrepreneurial Education", *Proceedings*, International Entrepreneurship 1992 Conference, Dortmund, Alemanha (junho 1992), p.29.



O conjunto de habilidades necessárias para o desenvolvimento do excelente desempenho de um empreendedor é de extrema complexidade e exigem conhecimentos com qualificação. Com o avanço tecnológico, as comunicações mais instantâneas e precisas, a hipercompetição tudo exige um melhor preparo na ciência da administração.

A vida de empreendedor não é fácil. Um empreendedor deve correr riscos com seu próprio capital a fim de vender e oferecer produtos e serviços enquanto despense mais energia do que o homem de negócios médio para inovar. Confrontando com situações cotidianas estressantes e outras dificuldades, há possibilidade de que o empreendedor estabeleça um equilíbrio entre exigências éticas, prudência econômica e responsabilidade social, um equilíbrio que difere do ponto em que o administrador comum toma sua posição moral. (HISRICH, 2004, p. 39)

Analisando as ideias do autor percebe-se que o empreendedor precisa de equilíbrio ético e moral e desenvolver habilidades para gerenciar o econômico-financeiro e assim lidar com a gestão de riscos e conflitos. Há preocupação é constante desde a gestão da tecnologia com a gestão de pessoas. Pois um empreendimento não sobrevive sem a tecnologia e jamais sem as pessoas comprometidas com a organização.

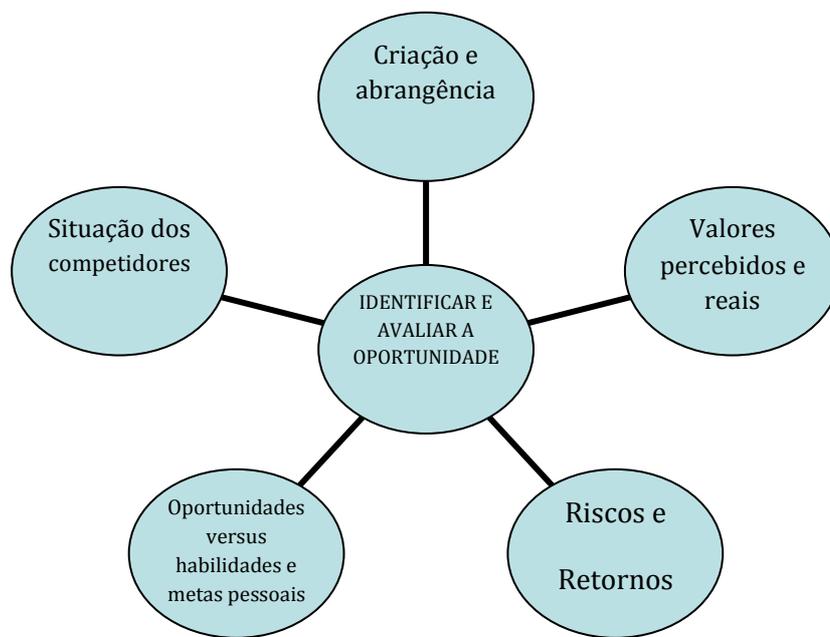
4 O PROCESSO EMPREENDEDOR

Dentro do processo empreendedor existem 04 pontos que precisam ser avaliados com todos os seus componentes. Sendo: Identificar e Avaliar a oportunidade, Desenvolver o Plano de Negócios, Determinar e Captar Recursos e Gerenciar a empresa criada.



a) Identificar e Avaliar a oportunidade

FIGURA 2 – Identificação e avaliação da oportunidade



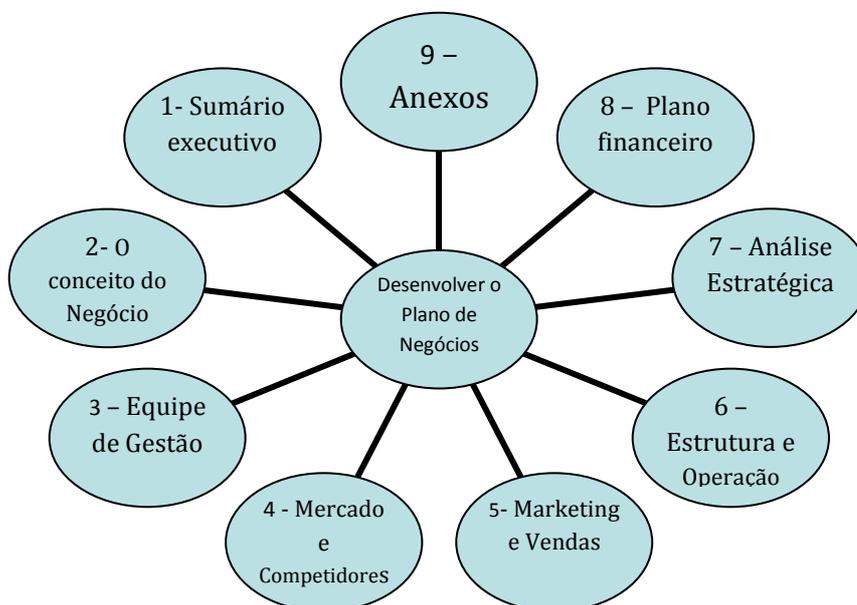
Fonte: elaborado pelos autores com base Hisrich (2004)

O empreendedor necessita de busca de oportunidades mesmo enfrentando riscos e retornos em longos prazos. Conviver com retornos em longos prazos, representa identificar resultados futuros e saber trabalhar com foco e objetividade para o alcance do sucesso.

b) Desenvolver o Plano de Negócios



FIGURA 3 – Desenvolvimento do Plano de Negócios



Fonte: elaborado pelos autores com base Hisrich (2004)

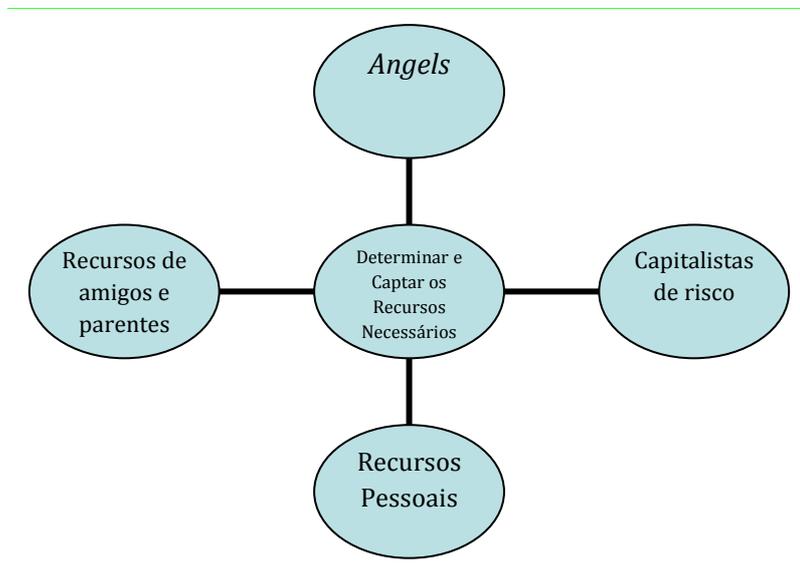
Na Universidade Harvard Business School, o professor Sahlmann, salienta que a área de Plano de Negócios tem sido o interesse primordial para os homens de negócios. Tal importância deverá ser reconhecida no meio acadêmico, pois denota a relevância deste foco que direciona ao empreendedorismo. O conceito básico do planejamento deverá estar inserido com firmeza e convicção da fundamental importância como ponto de partida para o acadêmico iniciar seu próprio negócio.

c) Determinar e Captar Recursos

Na atual conjuntura, um dos grandes desafios é a captação de recursos. Diante da situação do capital próprio não suprir os investimentos a busca por capitais de terceiros requer garantias e negociação financeira com bastante propriedade.



FIGURA 4 – Determinação e Captação dos Recursos Necessários



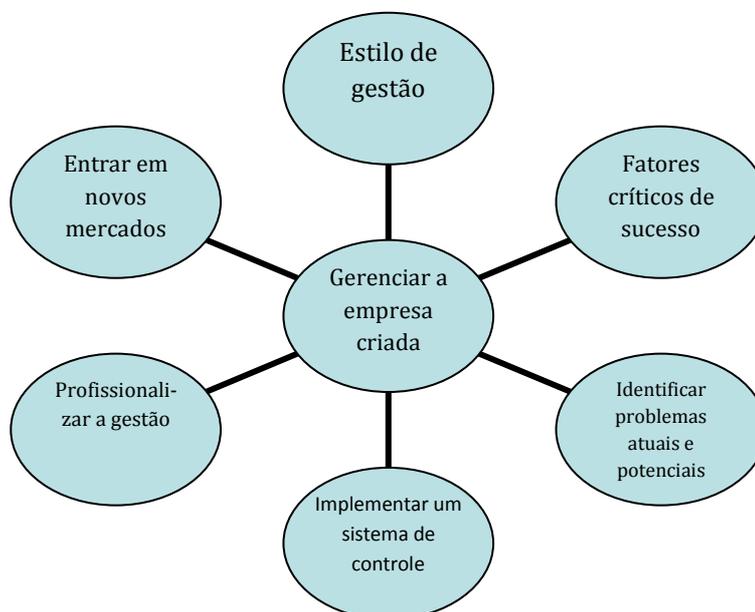
Fonte: elaborado pelos autores com base Hisrich (2004)

d) Gerenciar a empresa criada

A gestão de uma organização direciona o estímulo para o progresso ou não do empreendimento. As mudanças que ocorrem no mundo quando bem gerenciadas podem resultar em êxito para a empresa. Apresentaremos os itens fundamentais para o gerenciamento da empresa.



FIGURA 5 – Gerenciamento da Empresa



Fonte: elaborado pelos autores com base Hisrich (2004)

Existe uma sequência lógica a ser seguida, para implantar e acompanhar a organização, em todas as etapas deverá ser com muita responsabilidade, determinação e persistência. A magia do Walt Disney adota como política que todos os funcionários que ingressam na organização recebem treinamento pelos professores da Universidade Disney. Segundo Collins; Porras (1995, p. 189) o curso foi criado para que “ os novos membros da equipe Disney fiquem a par das nossas tradições, filosofias, organização e da forma como fazemos negócios”.

Podemos mencionar que existe o profissionalismo na gestão e com ações de toda a equipe.



QUADRO 3 - Principais mitos sobre empreendedorismo

1. **O mito da grande idéia.** Esperar por uma grande idéia pode ser uma péssima idéia. Em seu livro: *Feitas para durar*, James Collins e Jerry Porras concluíram que, das 100 empresas de sucesso pesquisadas, apenas três começaram com um produto ou serviço específico, inovador e altamente bem-sucedido, ou seja, a “grande idéia” Johnson & Johnson, a General Electric e a Ford. As demais passaram por inúmeros percalços até conseguirem encontrar a sua verdadeira vocação.
2. **O mito da genialidade.** Você pode ser um gênio em física, química ou matemática, mas isso não garante que se um grande empreendedor. Para isso, existem habilidades e competências mais importantes ou imprescindíveis. A capacidade de resiliência e o uso da inteligência alheia podem ser mais efetivos do que o uso da sua própria inteligência.
3. **O mito da boa sorte.** Não existe esse negócio de sorte. O que existe, de fato, são oportunidades que aparecem diariamente na nossa vida para as quais, geralmente, estamos ou não preparados. Quando as oportunidades aparecem, alguns exergam mais longe e aproveitam, outros não querem colocar em risco o que conseguiram até o momento.
4. **O mito do capital inicial.** Sem dinheiro também é possível começar um negócio, portanto, o que vale é ter em mente que o seu produto ou serviço pode agregar valor à sociedade. Se assim fosse, a Apple e Microsoft nunca teriam saído do papel, mas, depois de criadas, alguém olhou para elas com o interesse necessário para investir.
5. **Todos nascem empreendedores.** É praticamente impossível que isso aconteça. O empreendedorismo depende de inúmeros fatores, entretanto, alguns nascem com características e habilidades que, bem trabalhadas, são favoráveis à criação de novos negócios.
6. **O mito dos apostadores.** Não é bem assim. Nem todos os empreendedores correm riscos altíssimos. Na realidade, a maioria evita riscos desnecessários, divide o risco em riscos menores e corre riscos calculados. O empreendedor consciente aceita o risco e aposta nisso, cercado-se de fatos e dados consistentes que possam reduzir o risco assumido.
7. **O mito da independência.** Isso pode ser verdade num primeiro momento e durar um tempo, mas, à medida que o negócio decola, nenhum empreendedor consegue sobreviver se não estiver cercado de pessoas competentes para ajudá-lo a dividir as tarefas de acordo com as habilidades específicas para cada área. Empreendedores precisam prestar contas para muitas pessoas: empregados, sócios, familiares, fornecedores e sociedade em geral.
8. **O mito do grande líder.** Da mesma forma que o mencionado no item 1, Collins e Porras concluíram que nem todos os empreendedores de sucesso são grandes líderes. Soichiro Honda, por exemplo, era um péssimo líder, mas sua determinação em criar negócio de sucesso superou essa deficiência e fez surgir a motocicleta mais famosa do mundo

Fonte: Empreendedorismo para Jovens (Mendes; Filho, 2012, p. 56,57)

Estudar os mitos é fundamental para os empreendedores. Podemos afirmar que, seria necessário para os Jovens Empreendedores dar atenção aos mitos, por uma sugestão de conhecimento, para refletir no seu propósito, como administradores de seus próprios negócios.



4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No atual contexto do mercado de trabalho, no mundo todo há uma preocupação em preparar os acadêmicos para a formação empreendedora. O professor educador universitário que se preocupa com o tema empreendedorismos, deverá se modelar com a vivência prática e com o conhecimento teórico para assim estimular e incentivar os seus acadêmicos a constituírem seus próprios negócios.

Como referência, para uma educação empreendedora, pode-se mencionar a Universidade de Harvard que em sua filosofia na área da gestão tem como um dos princípios a preparação do acadêmico como empreendedor. No Brasil, temos inúmeros cursos superiores na área da gestão que se preocupam em inserir no conteúdo programático temas que contemplam o assunto empreendedorismo, mas ainda temos muito a trilhar para que o nosso acadêmico aprenda com maior firmeza o verdadeiro papel de empreendedor. Administrar conflitos, desafiar riscos, conhecer os avanços tecnológicos e saber gerenciar pessoas são aspectos de gestão primordiais para o sucesso de um empreendedor.

A viabilidade e a probabilidade do sucesso de um negócio dependem muito da preparação de seu gestor para transformar a sua idéia em lucratividade e satisfação pessoal.

REFERÊNCIAS

COLLINS, James C.; PORRAS, Jerry I. **Feitas para Durar – Práticas bem-sucedidas de empresas visionárias**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando Idéias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

_____; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. 7. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2009.

MENDES, Jerônimo; FILHO, Iússéf Zaiden. **Empreendedorismo para Jovens**. São Paulo: Atlas, 2012.

RODDICK, Anita. **Meu Jeito de Fazer Negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Artigo aceito em dez. 2014.