

EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO

Sergio de Souza Verter

Taciana Rita da Silva

Centro Universitário Leonardo da Vinci – UNIASSELVI

RESUMO

O empreendedorismo mostra-se como algo novo, inovador. Onde alguns veem uma dificuldade, o indivíduo empreendedor vê uma necessidade, e dessa necessidade surge uma oportunidade. O empreendedorismo vem em busca de soluções, tanto para problemas antigos quanto para dificuldades recentes. Em uma economia estagnada ou sem inovações, a demanda diminui, e para suprir esta necessidade o empreendedor capaz pode ser a alavanca de crescimento e desenvolvimento, pessoal, cultural, econômico, sustentável. Em um ambiente econômico competitivo, qualquer inovação pode gerar crescimento, apoiar o desenvolvimento da sociedade, através da criação de empregos, soluções processuais ou tecnológicas. Neste contexto, esta pesquisa tem como objetivo descrever o empreendedorismo como um processo para o crescimento pessoal, financeiro ou econômico, e o intraempreendedorismo como a principal ferramenta a serviço da organização, demonstrando que para isso acontecer deve ser estimulada a criação, vindo isso de cima para baixo, ou seja, da diretoria até chegar ao empregado na função mais simples. Este trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica. Considerando a pesquisa realizada, concluiu-se que com a globalização toda empresa ou indivíduo é capaz de fazer o mesmo produto ou processo, e que para se distinguir dessa concorrência o melhor resultado obtido é através de agentes empreendedores, buscando sempre o crescimento através da inovação.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Necessidades. Oportunidades.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se dá pela visão antecipada de algo que possa ser feito, como vislumbrar um novo negócio, uma oportunidade, uma inovação, assumindo riscos e esforços necessários para obtenção do objetivo desejado.

Para criação e desenvolvimento de algo, o requisito indispensável de um empreendedor está em seu comprometimento com seu objetivo, na definição do motivo, qual seu foco, o seu interesse final. Independente de

quem seja e qual função exerça, ou o grau de estudo, pois o que importa é a capacidade de fazer, de criar, de inovar, seu *feeling*, suas aptidões.

Onde alguns veem uma dificuldade, o indivíduo empreendedor vê uma necessidade, e dessa necessidade surge uma oportunidade. Essa capacidade de criação deve ser estimulada, criando um pensamento coletivo de “pró-agir”, ao invés de apenas reagir. Conforme Dornelas (2003), esse conceito deve ser “vendido” a todo colaborador, ou seja, expor as vantagens de se buscar as

causas de um problema, ao invés de apenas achar o culpado.

Esta pesquisa tem como objetivo descrever o empreendedorismo como um processo para o crescimento pessoal, financeiro ou econômico, e o intraempreendedorismo como a principal ferramenta a serviço da organização, demonstrando que para isso acontecer deve ser estimulada a criação, vindo isso de cima para baixo, ou seja, da diretoria até chegar ao empregado na função mais simples, através de uma administração facilitadora.

Este trabalho conceitua o termo empreendedorismo, o indivíduo empreendedor, abordando o planejamento que deve ser avaliado para execução de qualquer novo projeto, demonstrando a eficiência do intraempreendedor numa empresa, ressaltando a necessidade de estímulo através de uma liderança motivacional eficaz, expondo então as considerações finais.

Este trabalho se constitui de pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo.

2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo se destaca pelo seu estilo criativo, dinâmico, quando se toma iniciativa em prol de uma solução lógica para algum problema ou dificuldade. Para Hisrich e Peters (2004, p. 29), “empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”. O empreendedorismo se tornou mais fortemente difundido no Brasil devido às altas taxas de mortalidade das empresas recém-criadas, buscando dar suporte contra os efeitos da concorrência oriunda da globalização, quando as empresas tiveram que buscar novos produtos, inovar, se reinventar para manter a competitividade frente às outras

empresas. (DORNELAS, 2008, p. 1).

As organizações enfrentaram então o dilema de continuar com suas tradições e fazer o que sempre fizeram e como sempre fizeram, ou adaptarem-se às mudanças. Sendo que para algumas a maneira utilizada foi se reinventar, para não perderem o cliente. “O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a Revolução Industrial foi para o século XX”. (JEFFRY TIMMONS, 1990, apud DORNELAS, 2008, p. 28).

“Toda ideia nova é absurda, até que se torne um sucesso” (GODRI, 1998, p. 45), pois isso faz farte de quem inova, cria algo novo, procura o inusitado, influencia tendências. O empreendedor não se omite, tende a investir em um ideal e com isso movimenta e impulsiona a economia. A valorização do processo de criação deve ser estimulada sempre, pois problemas complicados podem ter soluções simples, assim como um empreendedor pode estar em qualquer lugar, pode ser qualquer um com determinação e criatividade, um estudante e um trabalho inovador, um engenheiro e uma obra revolucionária, um funcionário modificando sua máquina para que produza mais.

2.1 EMPREENDEDOR

Conforme Dornelas (2008, p. 217), ser um empreendedor não é apenas uma opção de vida, mas uma missão de vida, pois suas ações voltadas para a inovação primam sempre pelo desenvolvimento da região onde atua, tendo um papel social essencial na sociedade. O empreendedorismo não pode ser adquirido em uma organização sem desenvolvimento de pessoal, mudança de processo administrativo, produtivo e comportamental, isso advém de incentivo através de normatização que auxilie a interação de pessoal, com objetivos comuns. (DORNELAS, 2003, p. 9).

Para Chiavenato (2008, p. 4), “Os

empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos. Introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem risco [...]”. Podem possuir o mesmo produto e ainda assim obter melhor êxito em vendas, pois com criatividade conseguem gerar economia em sua produção, notar deficiência em treinamento e corrigi-la, ou simplesmente agregar valor através de *marketing*.

Com esse arsenal, transforma ideias em realidade, para benefício próprio e da comunidade. Por ter criatividade, consegue ser proativo, visualizar um problema e adequadamente transformá-lo em algo concreto e que satisfaça sua real necessidade. Mas conclui-se que o indivíduo empreendedor não possui um perfil psicológico específico definido, difere em suas habilidades, grau de estudo, relacionamento interpessoal e social, a sua motivação, mostrando que está sujeito a interferências do ambiente onde vive e se desenvolveu. (CHIAVENATO, 2008, p. 7).

A manutenção de uma organização requer em algum momento que seja inovado seu modo de trabalho. A concorrência ou o seu próprio cliente exigirá isso ou mudará para alguém melhor qualificado. O pensamento retrógrado de que sempre foi assim deve mudar, e abrir espaço para ouvir o cliente, ver sua real necessidade, e não se ater apenas a soluções caseiras tradicionais. E a maneira de se chegar a isso é com empreendedorismo, buscando soluções, vendo além, se concentrando em solucionar as causas e não apenas as consequências. (CORRÊA, 1999, p. 32).

“[...] Todo empreendedor precisa de uma boa dose de autoestima para liderar. É uma das características essenciais e indispensáveis ao líder empresarial.” (BATISTA, 2011, p. 30). De acordo com Batista (2011, p. 19), o talento para liderar e gerenciar não é nato, não nasce com a pessoa, pode-se aprimorá-lo através de estudos e cursos. Conforme

Dornelas, esse é um dos pontos principais na definição de empreendedor, o de que ser empreendedor é algo que se adquire no decorrer de seu aprendizado, experiências e visualização de oportunidades.

O processo de criação, porém, segue um planejamento, onde requer o empreendedor, a ideia em si, os recursos (maquinário, tecnologia, investimento) e conhecimento sobre o que se propõe a fazer. Uma situação de desemprego ou de insatisfação no emprego atual, muitas vezes, faz com que o indivíduo procure um novo investimento. Conforme estudo, em uma cidade norte-americana houve um crescimento de novas empresas em 12% durante um período de demissões. Empreender sem ter conhecimento e aptidões necessárias, seguindo apenas um desejo, pode não render os resultados esperados. (HISRIC; PETERS. 2004, p. 31).

2.2 PLANEJAMENTO

Dornelas (2008, p. 42-43) ressalta que o jovem empreendedor deve avaliar as oportunidades, pois pode ocorrer de ter uma ideia genial, mas o momento não é próprio ou não ter *know-how* suficiente sobre o produto ou investimento. Assim como não há organizações iguais, mesmo possuindo a mesma tecnologia e mesmo maquinário, também não há empreendedores eficientes em todas as organizações, não há um padrão único e perfeito a ser seguido. São contingentes de vários fatores, seja econômico ou ambiental. Como lida com vários fatores, inclusive o humano, deve usar o seu *feeling* para administrar as situações que ocorrerem.

Eike Batista (2011, p. 86), um dos maiores empreendedores do Brasil, considera um trunfo do empreendedor reconhecer o momento de parar, ao que se refere como *stop loss*, ou seja, interromper as perdas. Monitorar e reavaliar o andamento do investimento é algo imprescindível e vital para evitar perdas maiores. “[...] O empreendedor deve perseguir uma visão multidisciplinar,

que proporcione clareza em relação a todos os procedimentos.” (BATISTA, 2011, p. 63). Deve identificar todas as áreas a serem trabalhadas, procurando notar como isso irá influenciar em seu negócio. Ter uma visão geral do ambiente sem perder o foco no objetivo. Considera ainda que “Um empreendedor realizado não é apenas aquele que acumula milhões. A verdadeira medida da realização, inclusive no mundo dos negócios, é a felicidade pessoal”. (BATISTA, 2011, p. 158).

Dornelas (2008, p. 79) evidencia o planejamento, a execução do plano de negócios, como uma ferramenta excelente para auxiliar o novo empreendedor a calcular seus riscos, identificar suas qualidades e evidenciar seus pontos fortes e pontos fracos, citando que o plano de negócios é inclusive um instrumento necessário para captação de recursos. “Um plano de negócios deve mostrar claramente a competência da equipe, o potencial do mercado-alvo e uma ideia realmente inovadora, culminando em um negócio economicamente viável, com projeções financeiras realistas”. (DORNELAS, 2003, p. 111).

Para Hisrich e Peters (2004, p. 210), plano de negócio é a elaboração de documento com informações preparadas pelo empreendedor, descrevendo todos os elementos externos e internos relacionados com o que se pretende iniciar o empreendimento. Seria como planejar uma viagem, e ter o plano de negócio como um roteiro de estradas, indicações pertinentes do caminho, principais problemas, procurando antever possíveis dificuldades, estando assim melhor preparado para reagir ou tomar uma nova direção.

Joseph Schumpeter (1949), um dos principais pesquisadores sobre empreendedorismo, citado por Dornelas (2008, p. 22), caracteriza como empreendedor não apenas o que cria uma nova empresa, mas aquele que busca inovar dentro da própria organização onde atua, conhecido como empreendedorismo corporativo. Neste caso o empregado percebe oportunidades

e desenvolve soluções processuais ou em maquinários, visando a obter maior eficiência e eficácia. Dornelas (2008, p. 23) cita alguns aspectos singulares inerentes a todo empreendedor:

a - Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.

b - Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.

c - Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

2.3 INTRAEMPREENDEDORISMO

O intraempreendedorismo é um exemplo de busca pela inovação, ciente de que para conseguir êxito talvez surjam alguns fracassos, e ainda assim ser estimulado entre os funcionários da organização. “Novos produtos ou serviços bem-sucedidos geralmente não aparecem já completamente desenvolvidos; ao contrário, eles evoluem” (HISRICH, PETERS, 2004, p. 62). Para se firmar dentro de uma estrutura organizacional, o intraempreendedorismo necessita de flexibilidade, que os líderes sejam também empreendedores visionários, dando condições de criar e inovar, através da experiência. Hisrich e Peters (2004, p. 165) apresentam uma ferramenta coletiva para geração de ideias e novos produtos; o método *brainstorming*, onde um grupo de pessoas é estimulado, num ambiente descontraído, a dar sugestões, propor ideias:

a - Nenhuma crítica é permitida a qualquer elemento do grupo.

b - A improvisação é estimulada.

c - Incentiva-se o maior número possível de ideias.

d - Combinações e aperfeiçoamentos de ideias são estimulados; ideias de outro podem ser usadas para produzir uma nova

ideia.

Num ambiente competitivo e globalizado, as organizações, até então na sua maioria familiares, buscaram a modernização de seus processos, novas tecnologias, maquinário moderno, mas a forma mais concreta de crescimento é a de investir na criatividade e em inovação, e para isso têm que incentivar o seu principal ativo, as pessoas que compõem a organização. (DORNELAS, 2003, p. 5). Para desenvolver este talento deve-se criar um ambiente adequado, com lideranças voltadas para conceder condições de surgir ideias, abertas para o novo. Conforme Dornelas (2003, p. 13), um líder “que trabalha diretamente ligado à identificação de novas oportunidades de mercado, de mudança, de melhoria, de ganho para a organização”.

2.4 A LIDERANÇA MOTIVACIONAL

Uma liderança refletindo os valores da organização, seguindo a visão da empresa estabelecida como meta, ou como define Lippa (2006, p. 75), “A liderança focada no resultado deve ser exercida por alguém que exala confiança, que freia qualquer processo para ouvir com extrema atenção novas ideias, e para cada uma delas estabelece uma forma de avaliação”. Um líder astuto deve saber aceitar as diferenças de opiniões, perceber uma oportunidade de tentar e estimular. E a chance de fazer a diferença está em seguir o “trinômio comprometimento, motivação e comunicação [...]”. (LUPPA, 2006, p. 91). Comprometido com os ideais da organização, ser motivado de alguma forma pela empresa, e abrir canal de comunicação para receber sugestões e dar respostas. Estimular a criatividade e recompensá-la.

A motivação pelo novo, uma nova criação, o inesperado, através do processo de tentativa e erro. Surge uma oportunidade, procura-se recurso e executa-se o projeto. Neste contexto o empreendedorismo deve ser implementado estruturalmente na organização, buscando envolver o maior grau possível de participação, e em todos os setores. Toda empresa pode ser empreendedora, a variável é quanto se busca

em inovação ou se está disposto a arriscar, e qual material humano possui para ser proativo. (DORNELAS, 2003, p. 45).

Uma evidência do que influencia e motiva a conclusão e obtenção de resultados é a atuação do líder como agente multiplicador dentro da organização, pois, como descreve Lippa, (2006, p. 70), o líder favorece a possibilidade de conquista e resultados, mas se possuir um perfil de morosidade e de falta de astúcia, pode inibir ou até matar a criatividade de seus subordinados. Buscar o apoio para formar um grupo unido em prol de um objetivo, e caso não o consiga integralmente, reconhecer o esforço de cada um.

O funcionário motivado e inspirado pode transformar uma ideia em realidade, mas isso só é possível se fizer parte da estratégia corporativa, com mudanças de conceitos internos, políticas e procedimentos voltados às pessoas, dar liberdade para que o funcionário crie, arcar com o financiamento e, principalmente, com o risco do prejuízo. Dornelas (2003, p. 126) afirma que, como o empreendedorismo trata de comportamento, basta a visão de inovar de qualquer organização, independente de tamanho ou ramo em que atua, para que possa ser estruturada e aberta a mudanças.

Entre algumas das vantagens de se investir no empreendedorismo interno está o fato de que, ao estimular o funcionário e recompensá-lo por isso, além de agregar certo valor na relação, no produto ou processo, evita que ele, o funcionário, saia da empresa, onde invariavelmente poderia vir a se tornar um concorrente. Todo crescimento agrega valor, principalmente o do empreendedor interno, cujo resultado de sua criatividade se transforma em lucro ou economia à organização, e para si próprio, através de crescimento profissional, financeiro ou pessoal. O estímulo de progredir, fazendo algo novo, com garantias de reconhecimento profissional e financeiro como incentivo. (GODRI, 1998, p. 45).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo é uma fonte geradora de energia para a sociedade, mas esta fonte precisa ser abastecida, controlada e motivada. Este trabalho procurou conceituar o empreendedorismo e cada parte subsequente, demonstrando como o intraempreendedorismo pode ser incentivado dentro da organização, através de processos, planejamento e de lideranças aptas a abrir oportunidades de crescimento ao empregado.

Constatou-se que o talento do indivíduo empreendedor não é algo nato, não nasce com a pessoa, pode-se aperfeiçoá-lo. O fator determinante na obtenção de resultados pelo empreendedor dentro da organização passa diretamente pela flexibilidade do processo de trabalho e pela visão estratégica da direção.

O ato de criar, desenvolver algo, de ser proativo, deve ser utilizado como uma filosofia de trabalho dentro da organização, pois esta força motriz desenvolve muito mais do que apenas o indivíduo, aperfeiçoa novos métodos, introduz novas tecnologias, dá novo perfil de qualificação em qualidade. E essa prática gerencial deve ser sistemática e acompanhada pelos vários níveis da organização, pois todos devem participar e opinar, fazendo com que essa interação seja periódica e duradoura. Quanto mais comprometida estiver uma equipe na busca de alternativas, maiores serão as chances de vitória, maior será o valor agregado de seus resultados.

O empreendedor interno detém qualificação, necessitando apenas de ferramentas e treinamento para desenvolver e se desenvolver, agregando assim mais valor ao seu trabalho e ao produto da organização. Cabe à administração instruir e liderar esse processo por buscas de inovação, procurar soluções de problemas e não apenas culpados. Mantendo o foco na obtenção de resultados, sim, mas sabendo que de experiências novas podem surgir erros e acertos, pois se percebe que a maioria das falhas observadas refere-se mais a modelos errados ou falhas de sistemas e processos,

do que por erro humano.

A capacidade de uma organização de se adequar a mudanças, fornecer qualificação a seus funcionários, se adaptar a mudanças ambientais, passa pela sua metodologia de trabalho, seu processo produtivo e administrativo. Deixar de fazer *benchmark* apenas com o seu concorrente, mas tentar almejar o melhor do mundo. Essa busca faz com que todos os setores procurem inovar, se renovar, vender não apenas um produto novo, mas sim um “novo produto”, o qual irá atender a deficiências ou necessidades encontradas.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Eike. **O X da questão**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3ª. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

CORRÊA, Waldir Evangelista. **Participação nos lucros ou resultados: uma metodologia inteligente**. São Paulo: Atlas, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

_____. **Empreendedorismo corporativo: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

GODRI, Daniel. **Conquistar e manter clientes: práticas diárias que todos conhecem, mas só os bem-sucedidos utilizam**. 64. ed. Blumenau: EKO, 1998.

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

LUPPA, Luis Paulo. **A essência da liderança de resultados**. São Paulo: Landscape, 2006.