

Empreendedorismo e Inovação¹

Cláudio dos Santos Bispo
Diego de Jesus Souza
Felipe Pascoal de Araújo
Nayara Holanda Cardoso
Paula Sousa da Silva
Valmir Rosa dos Santos Junior²

RESUMO

Este artigo apresenta o empreendedorismo como a criação de algo novo a partir da identificação de uma oportunidade, a dedicação, a persistência e a ousadia aparecem como atitudes imprescindíveis neste processo para se alcançar os objetivos pretendidos. É apresentado o conceito de empreendedorismo, bem como feita uma análise do perfil do empreendedor e suas principais características, além de seus pensamentos inovadores. Busca-se expor de forma clara e objetiva a forma como se deu o desenvolvimento da atividade empreendedora ao redor do mundo, e especificamente como se difundiu pelo Brasil, suscitando pontos importantes do pensamento empreendedor e sua relação com a evolução econômica mundial. Demonstra os caminhos a serem seguidos para a concepção de um empreendimento, e destaca a importância de um detalhado planejamento para a sustentação e rentabilidade deste negócio no mercado. Visa definir parâmetros, conceituar, diferenciar e enaltecer a importância da visão de inovação para a existência do empreendedor, somado aos riscos atrelados à não observação destes conceitos. Firmando-se no pensamento de autores como Peter Drucker e Idalberto Chiavenato, que defendem o empreendedorismo como atividade de enorme importância nas economias locais e mundiais.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Inovação. Mercado. Riscos. Desenvolvimento.

INTRODUÇÃO

Atualmente para se destacar no mercado cada vez mais competitivo, é necessário apresentar o perfil de empreendedor que apresente um diferencial que promova a mudança e o desenvolvimento econômico. Esse novo profissional deve ter a capacidade de inovar continuamente, trazendo ideias, que revolucionem a maneira de administrar as decisões que, trarão o sucesso para a organização.

O empreendedorismo é considerado hoje um fenômeno global, dada a sua força e crescimento, nas relações internacionais e formação profissional. O Brasil é citado como um dos países mais criativos do mundo e onde mais se desenvolvem empreendedores.

¹ Artigo resultado de Atividade Programada Supervisionada Lab ADM do 2º/3º sem. noturno do curso de Administração do Instituto Baiano de Ensino Superior IBES, orientado pela Prof. Andréia Lopes e revisado pela Coordenação do Curso de Administração.

² Alunos do 2º/3º sem. Noturno do curso de Administração do Instituto Baiano de Ensino Superior IBES.

Este artigo faz uma análise sobre o surgimento e os diversos aspectos históricos relacionados à atividade empreendedora, desde a idade média, quando o empreendedorismo poderia ser resumido basicamente à prestação de serviços ao governo, seguindo para uma industrialização no século XVIII que criou a necessidade de uma mudança no perfil da atividade empreendedora, passando a seguir pelas mudanças na definição de empreendedor e empreendedorismo, além de questões envolvidas à necessidade que estes empreendedores tinham de receber investimentos para realizarem seus projetos e a consequente divisão de conceitos de empreendedor e investidor de capital.

Segue apresentando mudanças de cenário e conceitos que ocorreram nos séculos XIX e XX, desenvolvendo então, uma perspectiva economicista do espírito empreendedor, associando-o ao desejo de obtenção de lucro pessoal, ao operar um empreendimento e assumir os riscos e prejuízos, com a intenção final de obter o lucro gerado pelo negócio.

Com o passar do tempo, surge a necessidade de adequar antigos processos, e criar novos, para atender uma nova estrutura econômica e de mercado, para o empreendedor isso é apresentado como uma urgência em se adaptar constantemente às novas exigências dos consumidores e da economia, desta forma o conceito de empreendedorismo passa a ser subsidiado ao ato de inovar. Para tanto, este artigo conceitua a inovação não como uma simples parte da atividade empreendedora, mas como sendo a ferramenta fundamental para o desenvolvimento do empreendedorismo. Diferencia inovação de simples inventos, demonstrando as etapas e critérios para inovar, buscando atender aos anseios do mercado e gerar renda ao empreendimento para que este possa se manter e se suprir.

A ideia de inovação é concebida como uma criação ou renovação de algo já existente, partindo de estudos, observações e persistência, na busca de soluções, que sejam práticas e simples, ao passo que possam ser facilmente entendidas e aceitas pelos consumidores. Também demonstra que o empreendedorismo não é uma exclusividade de pequenos investidores dispostos a abrir um negócio, mas que grandes empresas podem ser consideradas empreendedoras desde que apresentem inovações, no chamado 'empreendedorismo corporativo'.

Apresenta uma iniciação à Gestão da Inovação, como uma prática fundamental para o alcance, manutenção e frequência nos processos inovadores dentro do empreendimento, de forma a esclarecer pontos indispensáveis ao empreendedor, seja ele individual, familiar, ou mesmo uma grande empresa.

Define graus, tipos e níveis de novidade e mudança, proporcionados pelo estudo e prática da Gestão da Inovação, no mercado e na história. Seguindo estes conceitos, apresenta a trajetória e desenvolvimento da atividade empreendedora no Brasil, dando ênfase à importância de instituições como o SEBRAE ao longo deste processo.

Cita a abertura político-econômica do início dos anos 90, como um dos fatores de grande relevância no surgimento das pequenas empresas no Brasil, e os problemas de falta de conhecimento técnico e suporte que dificultavam o crescimento da atividade empreendedora nessa época. Segue com o surgimento de instituições e programas especializados em apoiar e orientar estes empreendedores em todo o processo de concepção, gerenciamento e manutenção destes negócios, e como todos estes fatos

agregados tornaram o Brasil um ambiente de grande desenvolvimento do empreendedorismo e das pequenas empresas.

Engloba também a necessidade de um planejamento estratégico que alcance todos os níveis do empreendimento, demonstrando a utilidade e necessidade de um plano de negócios na vida empresarial. Finaliza apresentando dois exemplos de empreendedores que seguiram estes princípios e transformaram ideias em pequenas empresas, que cresceram se tornaram grandes, não só em tamanho, mas em importância para o mercado e inspiração para todos os empreendedores e sonhadores.

Tudo embasado em estudos realizados por renomados profissionais que participaram de todos os processos citados acima, como por exemplo, Chiavenato (2007), Drucker (1987) e Dornelas (2005), que são considerados grandes mestres da administração moderna, sendo profundos conhecedores de vasta gama de assuntos relacionados.

1.1. Conceito de Empreendedorismo

“A palavra empreendedor origina-se da palavra entrepreneur que é francesa, literalmente traduzida, significa Aquele que está entre ou intermediário.” (HISRIC, Robert. D., 1986, p.96).

A definição de empreendedor evoluiu com o passar do tempo, devido às mudanças ocorridas na área econômica mundial tornando-se mais complexa. Desde seu início na idade média, o indivíduo que participava ou administrava grandes projetos de produção era chamado de empreendedor, porém esta pessoa utilizava os recursos fornecidos geralmente pelo governo do país. O empreendedor da idade média era o clérigo – a pessoa encarregada de obras arquitetônicas como castelos e fortificações, prédios públicos, abadias e catedrais. No século XVII agrega-se mais uma característica ao empreendedor, o do risco. Neste período o empreendedor era a pessoa que assumia um contrato com o governo, para fornecimento de um produto ou serviço. Como o valor do contrato é fixo quaisquer resultados, seja ele lucro ou até mesmo prejuízo, eram do empreendedor.

O escritor Richard Cantillon no ano de 1700, através do fracasso de um empreendedor francês chamado John Law, que ao fundar uma empresa comercial – a Mississippi Company, Law tentou aumentar o valor das ações da empresa para mais que o seu patrimônio. Percebendo essa falha Cantillon desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor. Ele entendeu que o empreendedor era alguém que corria riscos, pois, “compram a um preço certo e vendem a um preço incerto, portanto operam em riscos”. (BURR e IRWIN, 1985, p. 16-23.).

No século XVIII, veio a diferenciação entre o investidor de capital e o empreendedor. Uma das causas dessa evolução foi a industrialização, onde muitas coisas estavam sendo inventadas, como por exemplo, Eli Whitney com a invenção do descaroçador de algodão e Thomas Edison com a eletricidade. Os dois empreenderam com seus estudos, porém para colocar em prática, necessitavam de capital, o capital era financiado pelos investidores.

Portanto empreendedor era a pessoa que precisava de capital e o fornecedor do capital eram os investidores de risco. Um investidor de risco é um administrador, profissional do dinheiro que faz investimentos de riscos com o objetivo de obter altas taxas de retorno sobre o investimento.

No final do século XIX e no início do século XX, a definição do empreendedor passou a ser vista por perspectiva econômica. Dito deste modo prevê, o empreendedor organiza e opera uma empresa para lucro pessoal. Paga os preços atuais pelos materiais consumidos no negócio, pelo uso da terra, pelo serviço de pessoas que emprega e pelo capital de que necessita contribuindo com sua própria iniciativa, habilidade e engenhosidade no planejamento, organização e administração da empresa. Também assume a possibilidade de prejuízo e de lucro em consequência de circunstâncias imprevistas e incontroláveis. O resíduo líquido das receitas anuais do empreendimento, após o pagamento de todos os custos, são retidos pelo empreendedor. (ELY e RESS, 1937, p. 488.).

Ainda não temos um conceito exclusivo para o empreendedorismo, nesta época não houve a distinção entre gerentes e empreendedores.

Em meados do século XX, associam o empreendedor como inovador.

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor. (SCHUMPETER, 1952, p.72.).

Nesse período também que o conceito de inovação é integrado à característica do empreendedor. De fato a inovação, o ato de lançar algo novo é uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor. Exige que o indivíduo tenha uma visão holística do ambiente em geral para que possa desenvolver um novo produto, um novo serviço ou até mesmo um método para modificar uma nova estrutura organizacional.

Na atualidade o conceito se transformou basicamente nos conceitos elaborados pelos autores Albert Shapero, Karl Vesper e Robert C. Ronstadt.

Em quase todas as definições de empreendedorismo, há um consenso de que estamos falando de uma espécie de comportamento que inclui: (1) Tomar iniciativa, (2) organizar e reorganizar mecanismos sociais e econômicos a fim de transformar recursos e situações para proveito prático, (3) aceitar o risco ou o fracasso. (SHAPERO, 1975, p. 187.).

Para o economista, um empreendedor é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes;

também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem. Para um psicólogo tal pessoa é geralmente impulsionada por certas forças – a necessidade de obter ou conseguir algo, experimentar, realizar ou talvez escapar a autoridade dos outros. Para alguns homens de negócios, um empreendedor pode ser um aliado, uma fonte de suprimento, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros, assim como encontrar melhores maneiras de utilizar recursos, reduzir desperdício e produzir empregos que outros ficarão satisfeitos em conseguir. (VESPER, 1975, p.2.).

O empreendedorismo é o processo dinâmico e criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ou comprometimento com a carreira ou que provêem valor para algum produto ou serviço pode não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários. (RONSTADT, 1984, p. 28.).

1.2. O empreendedorismo no Brasil

O surgimento dos primeiros empreendedores no Brasil; foi devido a uma abertura maior da economia na década de 90. Porém esses novos empreendedores não detinham de conhecimentos suficientes para administrar seus negócios. Foi a partir desse surgimento do pequeno empreendedor que o SEBRAE começou a dar um suporte técnico para esses novos empreendimentos.

O movimento do empreendedorismo no Brasil começou a tomar forma na década de 1990, quando entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Antes disso, praticamente não se falava em empreendedorismo e em criação de pequenas empresas. (DORNELAS, 2005, p.26).

Além do SEBRAE, também existem outros programas que auxiliam o empreendedor. Tais como Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço) que foi criado para apoiar as empresas de informática que exportavam software. E também foi através desse programa que o plano de negócios (business plan) começou a se popularizar no Brasil. Temos também o programa Brasil empreendedor, do governo federal, que visa a melhor capacitação do profissional empreendedor.

Segundo o estudo do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que é uma pesquisa que mede a evolução do empreendedorismo no Brasil em relação a outros países. Existem dois tipos de empreendedorismo no Brasil. A primeira seria:

O empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas. (DORNELAS, 2005, p.28).

E a segunda definição seria:

O empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. (DORNELAS, 2005, p.28).

Atualmente o Brasil é um grande celeiro de novos e jovens empreendedores, principalmente no que diz respeito a novas tecnologias.

1.3. Características do empreendedor

Existe a concepção do empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. No entanto, como se trata de um ser social, influenciado pelo meio que em que vive, a formação empreendedora pode acontecer por influência familiar, estudo, formação e prática.

Segundo Chiavenato (2007), na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Para que um profissional empreendedor venha ser bem sucedido em seu próprio negócio, o empreendedor tem o desafio de iniciar com um pequeno capital, em um momento do mercado em que mudanças são uma constante, já que vivemos em um mundo globalizado onde a tecnologia e a informação exercem grande peso para o mercado.

E ainda segundo Chiavenato (2007) para ser bem sucedido o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio, para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

Para Chiavenato (2007), existem três características básicas para um empreendedor. São elas: 1-Necessidade de realização: Uma necessidade pessoal, o que o diferencia dos outros. 2-Disposição para assumir riscos: Riscos financeiros e de demais ordens assumidos ao iniciar o próprio negócio. 3 -Autoconfiança: Segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas.

Portanto o empreendedor que deseja alcançar sucesso nos negócios necessita de características tais como: coragem e paixão para desbravar o novo, e equilíbrio,

racionalidade e facilidade em lidar com as mais variadas situações, já dentro do empreendimento.

2. Plano de negócio

Segundo Chiavenato (2007), plano de negócios (Business Plan), também chamado "plano empresarial", é uma descrição detalhada de todos os aspectos de um novo empreendimento, e projeta aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios.

Segundo Dornelas (2005) o plano de negócios é parte fundamental do processo empreendedor.

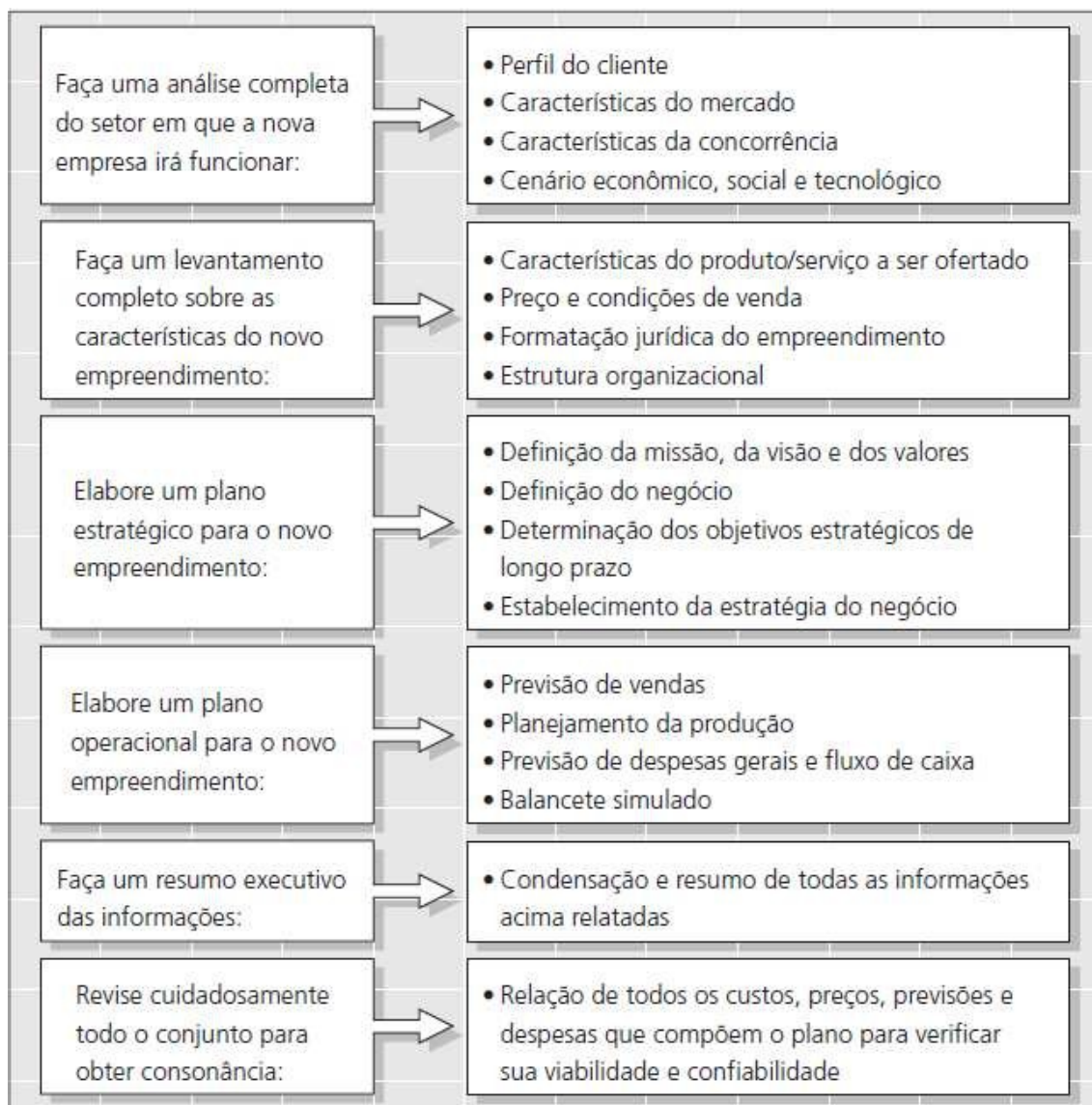
Empreendedores precisam saber planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada ou em crescimento. A principal função de um plano de negócios é a de promover uma ferramenta de gestão para o planejamento e desenvolvimento inicial de uma *start-up*. (DORNELAS, 2005, p.93).

O plano de negócio movimenta todos os aspectos do novo empreendimento. Ele representa um levantamento exaustivo de todos os elementos que compõem o negócio, sejam internos - o que deverá ser produzido, como, onde, quanto - sejam externos - para quem produzir, qual é o mercado, quais são os concorrentes etc. (CHIAVENATO, 2007).

A elaboração do plano de negócio é também uma ótima oportunidade para examinar a quão está a motivação, o conhecimento e o empenho dos sócios, pois a princípio, cada um deles deve ser responsável por uma parte da elaboração no que diz respeito a sua área de desempenho e as atividades pelo qual são responsáveis, depois disso é só ver o desempenho de cada um e colher os resultados pois o mais importante é descobrir as falhas e os erros durante a elaboração do plano e não durante a implementação da empresa evitando assim um gasto desnecessário. Preparar um plano de negócio não é nada fácil, pois será necessário a vivência em certos momentos com o fracasso, mesmo que anteriormente a ideia era ótima e hoje seja inviável.

Os objetivos do plano de negócio devem ser definidos com clareza para que não sejam confundidos com metas, ou seja, o plano serve para propor o ordenamento das ideias e a apreciação da potencialidade e da disponibilidade do empreendimento que é o plano de negócio operacional, ou se servirá para conseguir recursos financeiros que pode ser chamado de plano de negócio para obtenção de recursos. Na verdade ele é um só, o que muda apenas é o enfoque que se dará a ele.

Figura 1 - Etapas para preparação de um plano de negócio



Adaptado de: Chiavenato, 2007, p.134.

3. Inovação

Não seria possível falar de empreendedorismo, sem citar a inovação, pois esta é peça chave para o nascimento e manutenção de um empreendimento "os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor" (DRUCKER, 1987, p. 39).

A palavra inovação, deriva dos termos latinos *in* e *novare* e significa fazer algo novo ou renovar.

Segundo Drucker inovação é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza. "[...] Qualquer mudança no potencial produtor-de-riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação..." (DRUCKER, 1987, p. 40).

A compra a prestação foi uma inovação que exigiu apenas uma ideia e revolucionou o mercado mundial, portanto, "a inovação não precisa ser técnica, não precisa sequer ser uma "coisa""(DRUCKER, 1987 p. 41).

Outro fator fundamental é a busca incessante pela inovação, pois as ideias raramente surgirão ao acaso. Drucker (1987) ainda afirma que a eficácia da inovação está ligada à sua simplicidade e concentração caso contrário poderia ser confusa ou simplesmente não funcionar, o que a tornaria inútil.

"A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social." (DRUKER, 1987, p. 45).

Ainda se tratando de inovação sistemática, Drucker (1987) afirma que se baseiam em sete fontes, divididas em dois grupos que permitem ao empreendedor alcançar a oportunidade inovadora, o primeiro grupo, a saber, refere-se a setores internos da instituição: o inesperado, a incongruência, a inovação baseada na necessidade de processo, mudanças na estrutura do setor industrial ou na estrutura do mercado.

E outro grupo de três fontes que consiste em mudanças fora da empresa: mudanças demográficas; mudanças de disposição, percepção e significado; conhecimento novo, podendo este ser científico ou não científico.

Estas sete fontes necessitam ser igualmente consideradas e analisadas em separado, pois tem igual importância no processo inovador que pode surgir tanto a partir de fatores internos quanto externos à organização.

Empreender e inovar envolve lidar com todos os riscos sobre a ideia, para tanto, inovação se baseia na capacidade que a invenção tenha de gerar receita, Drucker (1987), ressalta que "ideias brilhantes" não representam inovação em sua grande maioria, pois na maior parte das vezes a receita não ultrapassa os custos de criação ou implantação do referido "invento".

Todos os riscos devem ser considerados e as sete fontes anteriormente citadas precisam de constante avaliação, pois o conhecimento cria o ambiente ideal para o surgimento da inovação, em contrapartida, as "ideias brilhantes" tendem a fracassar, portanto não são recomendáveis "O empreendedor faria bem, portanto, em renunciar a inovações baseadas em ideias brilhantes, por mais atraentes que sejam os casos de sucesso." (DRUKER, 1987, p. 183).

Entende-se que uma pequena empresa não pode ser considerada atividade empreendedora, a menos que haja algum tipo de inovação: "[...] empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio" (CHIAVENATO, 2007, p. 261).

Ainda seguindo este raciocínio, percebe-se que o empreendedorismo se dá em função da inovação, não o contrário como se costuma pensar, considerando que grandes empresas

passam a ser empreendedoras quando inovam, e a este processo dá-se o nome de ‘empreendedorismo corporativo’.

Empreendedorismo Corporativo é um processo em que um indivíduo ou grupo de uma organização existente cria um novo empreendimento ou desenvolve uma inovação. Outra perspectiva importante é que o empreendedorismo corporativo é a soma dos esforços de inovação, renovação e empreendimento de uma firma. (IRELAND e HOSKISSON, 2002, p. 262 APUD CHIAVENATO, 2007).

3.1. Gestão da inovação

Gestão da inovação é a busca pela compreensão dos fatores que podem determinar o sucesso ou fracasso de um empreendimento, dentre eles quatro temas centrais, segundo Bessant e Tidd (2009):

- compreender o que se tenta gerenciar.
- compreender o como.
- compreender o quê, o porquê e o quando da atividade de inovação.
- compreender que isso é um alvo móvel.

Portanto gerenciar a inovação é basear-se em mais que uma boa ideia, é preciso calcular estrategicamente e aprender com o processo.

Bessant e Tidd (2009) afirmam que a inovação assume muitas formas diferentes, mas pode ser resumida em quatro diferentes tipos, a saber:

- Inovação de produtos
- Inovação de processos
- inovação de posição
- inovação de paradigma

É importante salientar que muitas vezes pode haver dificuldade em diferenciar esses tipos de inovação, pelo fato de poderem ser parecidas em alguns casos e se aplicarem a mais de um tipo ao mesmo tempo. “Às vezes, a linha divisória entre os tipos de inovação é bastante imprecisa – uma nova balsa a motor, por exemplo, é tanto uma inovação de produto quanto de processo” (BESSANT e TIDD, 2009. p. 30).

Outro fator relevante para o conhecimento da inovação é o grau de novidade que a mesma apresenta, a partir daí Bessant & Tidd (2009) argumentam sobre a diferença entre inovação incremental e inovação radical, pois há uma enorme diferença entre adicionar melhorias e modificações em algo já existente, e criar um conceito (de produto ou serviço) totalmente novo. E tais mudanças podem não tão somente

revolucionar o mercado como a forma que esta inovação influencia o mundo, como por exemplo, a energia a vapor durante a Revolução Industrial, e a forma que os mesmos são vistos/ produzidos. “[...] Há um grau específico de inovação em cada um desses níveis – mas as mudanças em sistemas de níveis mais altos, normalmente, têm implicações para os mais baixos” (BESSANT e TIDD, 2009, p. 31).

4. Considerações finais

Esta pesquisa teve como finalidade demonstrar e analisar a história da atividade empreendedora no mundo, dando ênfase ao surgimento do empreendedorismo no Brasil, os fatores incentivadores e os entraves encontrados ao decidir pôr tais ideias em prática. Ao mesmo tempo, buscou definir, conceituar e diferenciar o empreendedorismo ao longo do tempo, desde o seu surgimento na idade média, até tempos atuais, onde é praticado tanto por pessoas que tem boas ideias e visão empreendedora, e resolvem se arriscar no mundo empresarial, a grandes empresas que se tornam grandes empreendedoras por possuir a busca pela inovação como um dos combustíveis para sua existência.

Deparou-se com a necessidade de uma observação atenta por parte dos empreendedores, com o que é inovação, quais são os tipos, e como alcança-los através da prática da gestão da inovação, que demonstrou ser uma forma de organização, gerenciamento e filtragem de ideias e conceitos que pode diferenciar uma grande inovação de um invento fracassado.

Concluiu-se então que o empreendedorismo evoluiu de acordo com as necessidades econômicas de cada época em que coexistiu, e teve sempre por finalidade o suprimento de carências do mercado, tanto na prestação de serviços quanto na concepção de novas ideias e produtos, criando assim uma associação com a definição que atualmente norteia, diferencia e destaca o empreendedorismo, a busca constante pela inovação, o que torna cada empreendedor uma espécie de revolucionário em algum nível da sua sociedade ou mesmo da economia mundial contemporânea ou atemporal.

Ao tratar do empreendedorismo no Brasil, foi verificada uma necessidade de haver suporte técnico, e eventualmente suporte financeiro aos pequenos empreendedores, para que os mesmos possam além de por em prática suas criações, consigam entender todos os processos legais e administrativos, além de atentarem à importância de se fazer planejamentos em todos os níveis do negócio a médio e longo prazo, evitando assim a morte pré-matura de empreendimentos que surgiram embebidos em potencial, no tocante a boas ideias.

Ficou claro, portanto, que o empreendedorismo esteve sempre associado ao risco que o empreendedor assume cada vez que decide criar algo ou prestar algum serviço a um cliente, desta forma o empreendedorismo pode ser visto como a doação do indivíduo e seus recursos - podendo estes recursos pertencerem a outrem - a um empreendimento idealizado por ele, que pode ou não ser bem aceito pelos consumidores.

Ao decorrer da pesquisa perceberam-se alguns casos que comprovam a visão dos autores que embasaram a realização desta pesquisa, assim, decidiu-se por apresentar alguns exemplos de empresas que estão diretamente ligadas à teoria dos estudos

supracitados, e correspondem a empreendimentos atuais e dentro da realidade do empreendedor brasileiro.

No primeiro exemplo observou-se a busca pela satisfação plena dos clientes, ao explorar um mercado que possuía grande demanda e praticamente nenhuma oferta, prezando pelo contato direto com o seu mercado consumidor, o que possibilitou estar constantemente em evolução inovadora, fator que parece ter determinado o rápido crescimento e o sucesso do empreendimento, que mesmo com sua rápida expansão dedicou-se a manter o mesmo nível e qualidade dos seus produtos, sem abrir mão da inovação.

No segundo exemplo fica claro o que foi exposto no pensamento de Drucker sobre a simplicidade da inovação, pois apresenta um empreendimento que surgiu da simples vontade de criar algo a partir das sobras de madeira que possuíam, e isso com o devido empenho tornou essa simples ideia em uma empresa de sucesso, que mesmo com o crescimento procurou manter os mesmos ideais que possuíam durante a concepção.

Portanto há uma visível relação entre a boa ideia e a boa vontade, juntamente com o apoio oferecido por instituições especializadas, que tornam o empreendedorismo uma atividade praticável e recomendável, desde que observadas as recomendações propostas por especialistas na criação e gestão desses novos negócios que surgem a partir de grandes ideias e muita dedicação.

Assim, aos já empreendedores e aos que desejam empreender, há um ambiente propício a essa prática na atualidade, porém devem ser considerados todos os fatores anteriormente descritos, para garantir que o sucesso seja alcançado e constantemente reafirmado, mesmo num ambiente onde a velocidade das mudanças define os rumos da economia e do mercado, influenciando diretamente no comportamento do consumidor, obrigando o empreendedor a ser ousado e altamente adaptativo.

REFERÊNCIAS

- BESSANT, John; TIDD, Joe. Inovação e empreendedorismo. S/L: bookman, 2009.
- BURR, Ridge JL; IRWIN, Richard D. New Business Ventures and the Entrepreneurship, 1985, p. 16-23.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2007.
- DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor. Editora Pioneira, 1987.
- ELY, Richards T. and RESS, Ralf H. Outline of economics, 6° ed. 1937, p. 488.
- HSRICH, Robert. D. et al. Entrepreneurship. 1986, p.96.
- RONSTADT, Robert C. Entrepreneurship, 1984, p. 28.
- SCHUMPETER, Joseph. Can capitalism survive?, 1952, p.72.
- SHAPERO, Albert. Entrepreneurship and economic development, 1975, p. 187.
- VESPER, Karl. New venture strategies, 1975, p.2.