

**FAMA – FACULDADE AMADEUS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

ELIENAI RODRIGUES ALVES

**O EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES:
UMA ABORDAGEM TEÓRICA DO EMPREENDEDOR POR
OPORTUNIDADE NO BRASIL**

Aracaju-SE
2009

ELIENAI RODRIGUES ALVES

**O EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES:
UMA ABORDAGEM TEÓRICA DO EMPREENDEDOR POR
OPORTUNIDADE NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado a Faculdade Amadeus como
requisito para aprovação final e obtenção do
grau de bacharel em Administração.

Orientador (a):
Profª: Lidianne Brito Freitas

Aracaju-SE
2009

ELIENAI RODRIGUES ALVES

**O EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES:
UMA ABORDAGEM TEÓRICA DO EMPREENDEDOR POR
OPORTUNIDADE NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade Amadeus como requisito para aprovação final e obtenção do grau de bacharel em Administração.

Nome completo do 1º Examinador

Nome completo do 2º Examinador

Profª: Lidiane Brito Freitas
Orientadora

Aprovado (a) com média: _____

Aracaju (SE), ____ de _____ de 2007.

RESUMO

O presente artigo traz uma análise sobre empreendedorismo nas organizações, especialmente, destacando o perfil do empreendedor por oportunidade. Para tanto, segue os procedimentos metodológicos inerentes à pesquisa bibliográfica de caráter exploratória, pois se recorreu a fontes secundárias, a fim de alcançar o objetivo proposto neste estudo. Compreende-se que o significado atual de empreendedorismo difere consideravelmente de alguns anos atrás, tal aspecto é decorrente de seu dinamismo e de sua constante transformação, atribuindo-se ao empreendedor importantes funções, abrangendo todo o organismo da empresa e da sua administração. Desse modo, o propósito deste artigo é visualizar a evolução histórica e conceitual do empreendedorismo no Brasil, trazendo à tona a problemática acerca do fato de as empresas brasileiras possuírem, na atualidade, uma nova visão no tocante ao empreendedorismo por oportunidade. O estudo revelou que o empreendedor por oportunidade encontra e cria oportunidade, desenvolvendo trabalhos competentes, proporcionando melhorias ambiente empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Empreendedor por oportunidade. Organizações.

ABSTRACT

This article offers an analysis of entrepreneurship in organizations, particularly highlighting the profile of the entrepreneur by chance. Thus, following the procedures inherent in the methodological literature of exploratory nature, since it relied on secondary sources in order to achieve the objective proposed in this study. It is understood that the current meaning of entrepreneurship differs considerably from a few years ago, this aspect is due to its dynamism and its constant transformation, attributing to the entrepreneur major functions, covering the entire body of the company and its management. Thus, the purpose of this article is to display the historical and conceptual development of entrepreneurship in Brazil, bringing forth the question about the fact that Brazilian companies have, in actuality, a new vision regarding the opportunities for entrepreneurship. The study revealed that the entrepreneur finds and creates opportunity for opportunity, developing competent work, providing improved business environment.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Entrepreneur by chance. Organizations.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 O EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES	09
2.1 Empreendedorismo: aspectos gerais	09
2.2 O Perfil do Empreendedor	12
2.3 O Processo Empreendedor	16
2.3.1 Empreendedor por Oportunidade	16
2.3.2 Empreendedor Por Necessidade	18
3 EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE: o Caso Habib`s	20
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	22
REFERÊNCIAS	24

1 INTRODUÇÃO

O termo empreendedor tem origem francesa e significa aquele que assume riscos e começa algo novo. O conceito de empreendedorismo é dinâmico e está em constante transformação, atribuindo-se ao empreendedor importantes funções, abrangendo todo o organismo da empresa e da sua administração.

O empreendedorismo caracteriza-se como uma atividade que procura solucionar os problemas organizacionais, atuando nas causas, desenvolvendo trabalhos competentes, oferecendo oportunidades de melhoria do trabalho empresarial. É nesse sentido que o empreendedor precisa ter uma formação adequada para desempenhar com eficiência suas funções, pois não desenvolvendo bem suas funções não realizará o que de melhor tem a oferecer: o sucesso da organização. (SILVA FILHO, 2005)

Na atualidade cresce o número de estudos sobre o empreendedorismo, cujo conceito vem sendo difundido no Brasil de forma extensiva a partir da década de 1990. Dornelas (2005, p.25) enfatiza que:

[...] existem vários fatores que explicam esse repentino interesse pelo assunto, no caso brasileiro, adveio da preocupação com a criação de pequenas empresas duradouras e a necessidade da diminuição das altas taxas de mortalidade desses empreendimentos, como também, pelas várias tentativas de estabilização da economia e da imposição advinda da globalização fizeram muitas empresas procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir os custos e manter-se no mercado.

Tais fatores revelam a popularidade do empreendedorismo, que tem recebido especial atenção por parte do governo e de entidades de classe. Uma pesquisa desenvolvida pelo IBPQ (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade) em parceria com o SEBRAE (Serviço de Apoio às Pequenas e Médias Empresas) mostrou que, em 2008, de cada brasileiro que abriu sua empresa por necessidade, dois fizeram por oportunidade.

Os dados descritos justificam a realização deste estudo e se faz relevante por ser um tema atual e bastante discutido na literatura nacional e internacional. Desse modo, o propósito deste artigo é visualizar a evolução histórica e conceitual do empreendedorismo no Brasil, trazendo à tona a problemática: Qual o porquê de as

empresas brasileiras possuírem, na atualidade, uma nova visão no tocante ao empreendedorismo por oportunidade?

Pretende-se ainda analisar como as empresas estimulam a prática do empreendedorismo por oportunidade, identificar as estratégias oriundas dessa visão de empreendedorismo, como também diferenciar o empreendedorismo por oportunidade do empreendedorismo por necessidade e traçar o perfil do empreendedor contemporâneo.

A escolha do tema surgiu da necessidade de analisar a evolução do empreendedorismo nas empresas brasileiras, como também identificar as características que a sociedade moderna exige do empreendedor. Aspecto que não pode ser desconhecido dos administradores de empresas, uma vez que eles são, além de outras coisas, empreendedores.

O processo metodológico desse estudo está fundamentado na pesquisa bibliográfica, de cunho exploratório. Tal escolha deve-se ao fato de trabalhar com a compreensão de que as estruturas e instituições são resultados da ação do homem objetivada.

Este estudo traz com relevância a possibilidade de tratar de um assunto de fundamental relevância para estudantes de Administração de empresas. E ainda é uma análise que procura evidenciar as diversas habilidades que fazem parte do perfil do empreendedor na atualidade.

2 O EMPREENDEDORISMO NAS ORGANIZAÇÕES

2.1 Empreendedorismo: aspectos gerais

Alguns teóricos têm traçado a história do empreendedorismo, dentre eles, Dornelas (2005), traz uma descrição cronológica deste fenômeno bastante estudado na atualidade. Segundo este autor, desde a Antiguidade já se tinha notícia de homens empreendedores; na Idade Média, o empreendedor era considerado aquele que gerenciava grandes projetos de produção. Esse indivíduo não assumia grandes riscos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país.

Foi somente no século XVII, com a ascensão do capitalista, devido ao processo de industrialização, que o empreendedor passou a ser considerado aquele que assumia riscos. Mais tarde empreendedor e capitalista foram diferenciados.

Nos séculos XIX e XX, os empreendedores foram freqüentemente confundidos com os gerentes ou administradores, sendo analisados meramente de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem, e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

O mundo pós-moderno trouxe mudanças significativas para o campo empresarial, hoje se vive a era do conhecimento. As transformações econômicas, políticas e sociais desencadearam novas formas de gerenciar as organizações.

Há algumas décadas, o espírito empreendedor era visto como algo inato, ou seja, algumas pessoas já nasciam com esse dom para os negócios de sucesso. Hoje, essa concepção já foi ultrapassada, pois se reconhece que as pessoas podem desenvolver essa habilidade a partir do estudo e do entendimento.

É o que as diversas ciências têm mostrado, dedicando-se ao estudo do sucesso empresarial advindo do empreendedor, isto é, uma das peças fundamental para o sucesso da empresa. Psicólogos tentam descrever empreendedores como fundadores de negócios, já os sociólogos os identificam com características sócio-democráticas ou como pessoas deslocadas. Outros estudiosos apontam várias

características do empreendedor para a gestão de uma pequena empresa (LESANA, 2002).

Em sua evolução o conceito de empreendedorismo é ativo, atribuindo-se ao empreendedor outras importantes funções, abrangendo todo o organismo da empresa e da sua administração. Por conta disso, é possível encontrar diversos enfoques a partir da concepção de diferentes autores. Alguns mais contemporâneos abordam prioritariamente aspectos comportamentais e outros enfatizam a questão do lucro. Segundo Lezana (2002, p.16),

O termo empreendedor foi utilizada pela primeira vez na língua francesa no início do século XVI, para designar os homens envolvidos na coordenação de operações militares. O autor acrescenta que em 1911, Joseph Schumpeter publicou o livro “*A teoria da dinâmica da economia*”, trazendo um novo significado para o termo empreendedor. Schumpeter postulava que o empreendedor é responsável pelo processo de destruição criativa, sendo 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.

Adam Smith definiu o empreendedor como um proprietário capitalista, um fornecedor de capital e, ao mesmo tempo, um administrador que se interpõe entre o trabalhador e o consumidor. Ele foi considerado o criador da teoria econômica, nasceu em 1723, em Kirkcaldy, na Escócia. Ele publicou seu primeiro livro, “*A Teoria dos Sentimentos Morais*”. Todavia, foi com “*Uma Pesquisa sobre a Natureza e as Causas das Riquezas das Nações*”, em 1776, que ele alcançou grande reconhecimento.

As contribuições de Adam Smith para o campo da economia não foram originais, contudo, ele foi o primeiro a lançar os fundamentos para o campo desta ciência. Ele tornou o assunto compreensível e sistemático, por isso seu estudo é considerado como a origem do estudo da Economia.

Na obra “*A Riqueza das Nações*”, Smith demonstra que muitas crenças econômicas populares são, na verdade, errôneas e auto-destrutivas. Ele enfatizou que uma divisão apropriada da mão-de-obra pela sociedade, com cada pessoa se especializando naquilo que sabe fazer melhor, seria a melhor maneira de aumentar a produtividade e a riqueza de uma nação. Portanto, o empreendedor é aquele que consegue melhor realizar seu trabalho. (MANSO, 2003).

Diante dessas considerações, verifica-se que o empreendedor é aquela pessoa capaz de tomar decisões, sem esperar que alguém lhe mande, por isso é tem autonomia e independência, ele é realizador de ações e não se submete a modelos de gestão tradicional e conservador. Na visão de Demac (apud LEZANA, 2002, p.17)

O empreendedor tende a ser um indivíduo independente e autônomo. Sente a necessidade de ser seu próprio patrão, porque é difícil submeter-se a modelos e procedimentos rígidos, tem certa aversão à estrutura hierárquica. Experimenta uma grande necessidade de realizar-se, isto é, de afirmar-se, de vencer os obstáculos, de romper o círculo da rotina, de alcançar objetivos com seu próprio esforço. Por este motivo, pode se dedicar por conta própria a resolver um problema. Sem dúvida reconhece a necessidade de buscar ajuda exterior.

Baty (apud Lezana 2002) apresenta uma evolução da concepção de empreendedor perante a sociedade nos anos 80; o empreendedor ainda era considerado como uma pessoa desajustada, um lunático atrás de benefícios. Hoje, ele é visto como alguém que fez uma escolha de carreira, tanto nas universidades, como na sociedade como um todo.

Assim, vários conceitos foram surgindo para abarcar a idéia de um empreendedor, Drucker (1997) denominou empreendedores como pessoas que inovam.

Max Weber (apud Lezana 2002) concebia os empreendedores como pessoas inovadoras e independentes, cujo papel de liderança nos negócios se tornava fonte de autoridade formal.

Entende-se por inovação, o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Os empreendedores criam algo novo, algo diferente; eles mudam ou transformam valores. Portanto, além da missão de gerenciar com sucesso uma empresa, o novo conceito de empreendedor com consequência das novas mudanças empresariais a todos esses aspectos novos que se vêm imprimindo à administração de empresas.

2.2 O Perfil do Empreendedor

As organizações, ao criarem e enfrentarem situações de maior complexidade, tem excedido o papel para o qual foram criadas, a saber, o de desenvolver instrumentos voltados para a satisfação de seus gestores, da clientela e dos colaboradores.

Neste contexto, o empreendedor, para se diferenciar dos outros gestores, precisa ser criativo e saber usar seu conhecimento e habilidades da melhor maneira possível. Nesse sentido, ele precisa aprender a usar adequadamente as leis do empreendedorismo criativo.

Ferreira Filho (2005) esclarece que o novo perfil dos administradores decorre de várias necessidades, dentre elas: da capacidade; da inovação dos empreendedores, como fator essencial para sua competitividade; e do saber-fazer dos gestores e do *feedback* oriundo dos processos organizacionais.

É importante esclarecer que não se trata apenas de uma qualificação formal do trabalhador para desenvolver tarefas relacionadas a um posto de trabalho, mas da qualificação compreendida como um conjunto de competências, saberes e conhecimentos que provêm de várias instâncias, tais como, da formação geral, da formação profissional e da experiência de trabalho.

Para Oliveira (2006) diferentemente das épocas anteriores, as empresas, motivadas pela globalização da economia, estão buscando nos jovens empreendedores outros valores sociais, psicológicos e culturais, tais como:

Atitudes. Aqueles que buscam uma vaga no mercado de trabalho e o comportamento esperado por parte da empresa. É comum numa entrevista de emprego o candidato falhar quanto à escolha da roupa, erra na maneira desleixada de sentar, fuma sem autorização, confunde-se nas coisas que diz, comporta-se de maneira arrogante, entre outros. Nessas entrevistas, muitas vezes, as empresas estão querendo descobrir se o jovem é capaz de, entre outras coisas, representá-la junto aos seus consumidores e acionistas.

Inglês e espanhol. O domínio de outros idiomas é necessário e imprescindível.

Informática. É muito necessária, senão imprescindível. As empresas estão buscando jovens empreendedores que tenham familiaridade com programas de computadores.

Cultura geral. Há necessidade de ler os clássicos, revistas especializadas, jornais diariamente. Várias empresas têm avaliado se a maioria dos jovens busca informações sobre o que ocorre no exterior, na política nacional e internacional, na economia, no mundo dos negócios e no ambiente de trabalho.

Trabalho em equipe. As empresas atualmente têm buscado jovens com capacidade de trabalhar em equipe e com bastante criatividade, dando um fim ao individualismo.

Empatia. Deve-se ter a capacidade de se envolver totalmente com a empresa.

Curiosidade intelectual. As empresas têm privilegiado os profissionais que aprendem a aprender, ou seja, são interessados em descobrir coisas novas que possam aumentar o seu repertório de conhecimentos e, com isso, aprimorar a sua intelectualidade.

Planejamento. São prestigiados aqueles que se preocupam em alcançarem objetivos a médio e longo prazo, em saber quais as novas habilidades que pretende desenvolver.

Além do diploma. O diploma deixou de ser a coisa mais importante para muitas empresas. Nos dias atuais, não é incomum encontrar profissionais recém-formados e também com experiência, desempregados, embora formados por instituições renomadas. As empresas estão buscando no novo profissional, além do diploma, habilidades como dominar pelo menos outra língua, com garra, determinação, vontade ilimitada de aprender e de crescer. É importante saber que tipo de experiência possui o grau de sua exposição ao mundo, a sua cultura internacional e o conhecimento de outros países, a história de vida, como enfrentou as adversidades, entre outros aspectos.

Formação continuada: estar sempre em processo de formação, através de cursos, especializações, mestrados e doutorados.

Atualmente, a demanda por profissionais que atendam satisfatoriamente esses aspectos é muito grande, por isso, os empreendedores devem estar sempre em processo de formação.

Segundo Dolabela (2005), na modernidade, dá-se lugar a novas formas de participação. Exige-se hoje, mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de empreendedorismo. As empresas de base tecnológica precisam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia, conheçam o negócio, saibam auscultar os clientes e atender a suas necessidades. No processo de contratação de novos empregados. Essas empresas tendem a valorizar as seguintes capacidades em ordem de importância: trabalhar em equipe; comunicação verbal e escrita; apresentação de idéias; dimensionamento do tempo; autonomia para aprender e habilidades técnicas.

As características descritas referem-se não apenas ao agir, mas ao saber agir, o que implica decidir em meio ao movimento constante das necessidades, valores e conhecimentos da sociedade. O quadro I descreve o trabalho do empreendedor suas habilidades e características.

Quadro 1: Perfil do empreendedor

Atividades	Características	Competências	Aprendizagens
Descoberta de oportunidades	Faro, intuição	Pragmatismo, o senso, capacidade de reconhecer o que é útil e dá resultados	Análise setorial. Conhecer as características do setor, os clientes e o concorrente líder
Concepção de visões	Imaginação, independência, paixão	Concepção pensamento sistemático	Avaliação de todos os recursos necessidades e dos respectivos custos
Tomada de decisões	Julgamento, prudência	Visão	Saber informações, saber minimizar o risco
Realização de visões	Diligência, constância	Ação	Saber obter informações para realizar ajustes contínuos, retroalimentação
Utilização de equipamentos, (principalmente de tecnologia da informação)	Destreza	Polivalência (no começo, o empreendedor faz de tudo)	Técnica
	Acuidade	Negociação. Saber conter-se nos próprios limites, conhecer profundamente o tema e ter flexibilidade para permitir que todos ganhem.	Diagnóstico do setor, pesquisa de compras.
	Diferenciação, originalidade	Coordenação de múltiplas atividades: hábitos de consumo dos clientes, publicidade, promoção	Marketing, gestão.
	Flexibilidade para ajustar-se aos clientes e circunstâncias,	Adaptação às pessoas e circunstâncias	Conhecimento do cliente

	buscar feedback		
	Ser providente, projeção a longo prazo	Saber construir redes de relações internas e externas	Gestão de recursos humanos, saber compartilhar.
	Comunicação, capacidade de aprender	Delegação. Saber dizer o que deve ser feito e por quem; saber acompanhar; obter informações	Gestão de operações.

Fonte: (DOLABELA, 2005)

Pelos aspectos descritos verificam-se que as habilidades do empreendedor são decorrentes das mudanças econômicas, políticas e sociais que a sociedade atual vem passando. É neste contexto que o empreendedor precisa, dentre outras coisas, de uma formação adequada, para dispor de ferramentas de grande valia, auxiliando-o na consecução dos objetivos empresariais.

As qualidades comuns dos empreendedores também foram destacadas pelo SEBRAE (apud RICARTE, 2005), quais sejam:

a) Disposição para assumir riscos: nem todos têm a mesma condição para assumir riscos. O empreendedor, por definição, tem que assumir riscos, e o sucesso estão voltado na sua capacidade de conviver com eles e sobreviver a eles.

b) Ter iniciativa: sem iniciativa não pode haver empreendimento, e sem vontade e persistência não se pode atingir o sucesso.

c) Ser independente: esta característica está intimamente ligada ao espírito empreendedor, é a qualidade de quem ousa deixar a segurança do salário pelo risco de um negócio próprio, buscando, entre outros fatores, sua independência.

d) Possuir talento empreendedor: o empreendedor sempre se preocupa em melhorar um produto ou serviço prestado, sempre está em busca de novos negócios e oportunidades.

e) Ser líder é saber comunicar-se: um líder sabe redirecionar esforços, quando necessário, conseguindo manter a motivação dos seus funcionários.

f) Ser organizado: a organização é o fator de sucesso para qualquer empreendimento.

g) Possuir conhecimento do ramo: este conhecimento pode ser adquirido pela própria experiência do empreendedor, em informativos especializados, em contatos com empreendedores do ramo, entre outros.

i) Ser otimista; o empreendedor deve ser otimista, deve enxergar e buscar o sucesso, a despeito das dificuldades.

j) Possuir aptidões empresariais: é o instinto, a habilidade natural que o empreendedor deve possuir para identificar uma oportunidade, aproveitá-la, montar um negócio e conduzi-lo ao sucesso, é a mescla de todas as outras qualidades.

Em linhas gerais, demonstra-se que o empreendedor precisará de novas habilidades, principalmente no que se refere negociação, criatividade, flexibilidade, autonomia, resolução de problemas, persuasão, capacidade de estabelecer contatos e assumir riscos, entre outros. Estes aspectos devem ser observados no desempenho do empreendedor na atualidade.

2.3 O Processo Empreendedor

Ao montar um empreendimento, o empreendedor deve estar preparado para enfrentar as adversidades do mercado, com iniciativa e disposição para resolver os problemas que surgem. É necessário, também, que envolva todas as pessoas que participam do processo, de modo que os mesmos vistam a camisa de sua empresa. Para tanto, faz-se necessário também que os empreendedores tenham conhecimentos gerais, de forma a tomar decisões oportunas, baseadas na sua experiência e nas informações contábeis.

Hoje, no mercado de economia globalizada, dois tipos de empreendedores se destacam: O empreendedor por necessidade e o empreendedor por oportunidade.

2.3.1 Empreendedor por Oportunidade

Em um cenário social marcado por transformações de diversas naturezas, as empresas precisam empreender mudanças em sua estrutura organizacional. Segundo Ferreira (2005, p.121), a mudança organizacional abrange a introdução de novos processos, procedimentos e tecnologias, que constituem uma abordagem diferente daquilo que as pessoas envolvidas geralmente consideram como a forma tradicional, prática e familiar de realizar seu trabalho, como também a adoção de uma política de comunicação interna.

No contexto atual, a questão vital para as empresas passa a ser o talento, ao lado do capital, das estratégias, dos produtos inovadores, da tecnologia de ponta, habilidade e talento. Sem a habilidade e o talento, o restante é inútil. As economias mais complexas estão gerando demanda por gente mais sofisticada, portanto, a disputa é pelas cabeças mais brilhantes. (CHIAVENATO, 2006).

Hoje, a tendência é fazer com que todas as pessoas se tornem empreendedoras em qualquer nível dentro da organização, sejam administradoras e não simplesmente executoras de suas tarefas, aproveitando todas as oportunidades que se apresentam para garantir o sucesso do empreendimento.

Daí o surgimento dos empreendedores por oportunidade que, segundo Moraes (2000 apud BUENO, *et al*, 2004), são pessoas que possuem atitudes inteligentes, aproveitam as oportunidades, não esperam as oportunidades surgirem repentinamente. Por terem o sucesso como objetivo, eles esperam sempre o melhor e estão sempre preparados para vencer. Essas pessoas não acreditam em fracassos, sabem que existem os obstáculos e possuem disposição e coragem para enfrentá-los. Conseguem ter uma atitude mental direcionada para a realização de suas vitórias, possuem bons canais de comunicação com a sua equipe, baseados na confiança recíproca.

As características empreendedoras e comportamento empreendedor são necessários aos gestores dentro de uma organização. Porém, o surgimento natural de empreendedores qualificados não é suficiente para a atual sociedade. Assim torna-se necessário motivar as pessoas para este comportamento. O processo educacional é um dos caminhos para isso. Outro caminho pode estar relacionado à transformação do conhecimento, aproveitando as oportunidades e experiências, que levam ao surgimento de novos empreendedores.

Portanto, o empreendedor por oportunidade sabe identificar e aproveitar as oportunidades que lhes são apresentadas. Este reconhecimento é fundamental para quem deseja ser empreendedor por oportunidade, no sentido de aproveitar todo e qualquer ensejo para observar negócios, na constante procura de novas oportunidades, seja no caminho de casa, no trabalho, nas compras, nas férias, lendo revistas, jornais ou vendo televisão. Ele é curioso e está sempre atento a qualquer oportunidade de conhecer melhor um empreendimento, sabe que suas chances de

sucesso aumentam com este conhecimento e que o sucesso só vem para quem trabalha duro para consegui-lo (RICARTE, 2005).

2.3.2 Empreendedor Por Necessidade

As últimas décadas do século XX foram caracterizadas por mudanças rápidas e profundas, avanços científicos, tecnológicos e de informação; os vários campos de estudos trouxeram uma constante quebra de paradigmas para a sociedade e para o mercado.

No cenário organizacional, a administração foi uma das áreas que mais sofreu transformações, sendo a mais afetada pelas transformações que ocorrem no mundo de economia globalizada.

De acordo com Chiavenato (2006), na economia global, há uma nova ênfase sobre as pessoas no trabalho, advinda do resultado dos novos paradigmas que foram desenvolvidos por um longo período de tempo. Isso ajudou a equiparar os valores humanos aos demais valores no trabalho.

Hoje, o grande paradigma é o de formar um ambiente favorável, ter políticas avançadas, qualidade nos serviços e produtos, alta produtividade e competitividade, satisfação do cliente, além de formas de reconhecer e compensar os trabalhadores (CHIAVENATO, 2006). Tal perspectiva, não reside apenas em diminuir o conflito entre objetivos individuais e objetivos organizacionais, mas também definir o modelo de empreendedorismo que a empresa deve assumir.

Vive-se no momento do discurso da inovação. Por isso, nas empresas e em todos os setores da economia há uma verdadeira corrida pelas estratégias inovadoras no meio empresarial em produtos, em serviços, em soluções, em processos, em conceito de negócio; em abordagem do mercado, em tecnologias, entre outros.

Para Bueno *et al* (2004), a nova realidade de competição leva a uma série de transformações, não somente nas imagens e valores, mas também mudanças tecnológicas, estruturais e comportamentais. Os novos tempos requerem novas atitudes, novas estratégias. As empresas têm de repensar sua missão e seus métodos de atuação. Dessa forma, não adianta somente a teoria da inovação.

Completa o autor citado que num mundo globalizado é crescente a necessidade de competência e profissionalismo. Em meio a todas estas transformações o ser humano pode ser um dos fatores responsáveis pela competitividade permanente da organização. Somente um profissional capacitado e qualificado pode produzir um serviço de qualidade.

Nesse novo cenário o conhecimento torna-se o bem mais importante dentro de uma organização, todavia não é preciso ter apenas conhecimento e não saber usá-lo. É necessário ter espírito empreendedor e saber aproveitar as oportunidades. Para Drucker (1989), os empreendedores inovam, a inovação é o instrumento do espírito empreendedor. Por isso, algumas necessidades acabam influenciando o comportamento e a vida do empreendedor.

Um fator que pode ser considerado é a relação existente entre chefes/subordinados e os mecanismos utilizados para satisfazer as necessidades de aprovação, independência e auto-realização. O modo que o gestor conduz esse relacionamento pode influenciar o comportamento organizacional.

Na concepção de Moraes (2000 apud BUENO, *et al*, 2004), alguns nascem empreendedores, outros têm que se esforçar, mas nem todos os que se esforçam conseguem chegar lá. Não é fácil ser um empreendedor, cabe ao gestor ser e propiciar condições para que os empregados tenham prazer com seu trabalho. Não é só traçar estratégias e cobrar resultados.

O empreendedor é dotado ainda de outras características, conforme descreve Dornelas (2005), são visionários, indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar as oportunidades, são determinados e dinâmicos, dedicados ao trabalho, otimistas e apaixonados pelo que fazem, independentes e construtores do próprio destino, acreditam que o dinheiro é consequência do sucesso nos negócios, possuem liderança incomum, sabem construir uma rede de relacionamentos externos à empresa, planejam cada passo do negócio, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade pela qual o empreendimento encontra-se inserido, em busca de soluções para melhorar a vida das pessoas.

3. EMPREENDEDORISMO POR OPORTUNIDADE: O CASO HABIB'S

Este estudo de caso apresenta a história de um grande empreendedor brasileiro, Alberto Saraiva, dono da segunda maior rede de fast food a operar no Brasil.

O Sr. Alberto Saraiva é formado em medicina pela Santa Casa, descendente de família portuguesa, filho de comerciante, assumiu seu primeiro negócio, “uma padaria”, aos 19 anos após a morte de seu pai, começando assim no ramo de alimentação. Depois da padaria, teve lanchonete, pastelaria, pizzaria, cantina e restaurantes. Conforme as oportunidades surgiam, Saraiva agarrava e seguia em frente, sempre multiplicando os negócios.

Em 1988 foi inaugurada a primeira loja Habib's, que representava a concretização de um sonho do empresário do setor de alimentação. Este restaurante fast food de especialidades árabes foi o início de um negócio que não pára de crescer, uma rede que não imaginaria o crescimento vertiginoso pelo qual iria trilhar nas últimas duas décadas, alcançando a marca atual de 305 endereços distribuídos pelo Brasil e sete lojas na capital do México.

A saga do empresário Alberto Saraiva mostra a capacidade empresarial e um senso de oportunidade, além de uma pitada de sorte, que servem de exemplo para qualquer empreendedor. Ele sempre abria um restaurante já sabendo que faria sucesso e poderia vender na alta. Dessa forma, achava que o Habib's seria mais um deles, nunca imaginando que se tornaria a grande rede que é hoje, sendo premiada duas vezes como: Melhor Franquia do ano pela ABF (Associação Brasileira de Franquia), quatro prêmios “consumidor Moderno de Excelência em serviços ao cliente”, e três vezes eleita melhor fast food com o “Prêmio Alshop Visa”, conhecido como o Oscar do Varejo no segmento fast food.

Em 1991, quando já tinha seis lojas, começou a ficar impossível gerir todos os restaurantes de modo independente, mantendo o padrão que ele desejava. Todas as lojas foram preparadas para fazer tudo, seguindo o comando a rédeas curtas de Saraiva. Com característica altamente centralizadora, Saraiva acreditava que só conseguiria ter diferencial se preservasse a promessa original - “qualidade a preços baixos e serviços eficientes”. A solução foi criar uma cozinha central para atender

todas as lojas da rede 24 horas. A partir daí toda a produção e distribuição da rede passa a ser centralizada, garantindo um maior controle de qualidade.

Com o centro de produção pronto, a abertura de franquias foi um processo natural. Em 1992 foi inaugurada a primeira loja franqueada da rede em Santo André, São Paulo, daí em diante a rede já conta com mais de 305 endereços distribuídos pelo Brasil.

O crescimento do Habib's impulsionou a abertura de novas empresas do Grupo, formado por: ARABIAN BREAD (padaria industrial), ICE LIP'S (sorveteria e portofino), PROMILAT (laticínios), VOXLINE (contact center), PPM (propaganda e marketing), VECTOR 7 (Engenharia e Projetos), FRANCONSULT (franquia) e PLANEJ (consultoria imobiliária) RAGAZZO (Italian Fast Food), totalizando 16 cozinhas centrais, três fabricas autônomas de matérias-primas, um call center com 600 posições que atende aos pedidos delivery em 28 minutos.

Saraiva considera a diferenciação nos serviços primordial para o sucesso. Reforça que não há nenhuma outra rede de fast food onde o cliente é atendido por uma recepcionista, faz seu pedido confortavelmente na mesa, não precisa carregar bandejas, tem produtos de qualidade com ambiente bom e paga uma conta pequena. "Não tem jeito de dar errado", atesta.

O reconhecimento dos consumidores e da comunidade, além da boa performance no universo dos negócios revela o comprometimento do Habib's com o esporte e com o terceiro setor. A marca é patrocinadora do mesa-tenista Hugo Hoyama. No futebol, o Habib's é um dos patrocinadores do São Paulo Futebol Clube, do Londrina Esporte Clube e do Vasco da Gama.

Na área de responsabilidade social, esse envolvimento movimenta importantes programas sociais como a parceria vitoriosa com o SESC de São Paulo e o Banco Rio de Alimentos na doação de alimentos que beneficiam diretamente milhares de crianças.

Para o futuro a rede Habib's tem incentivado seus franqueadores e sua equipe interna a traçar todos os seus planos e metas pensando em 2010. A rede de 305 restaurantes já se encontra em mais de 60 cidades brasileiras e a expansão internacional é prioridade. Já existem propostas vindas de Portugal, Espanha, França, Argentina e até da China. Estão desenvolvendo a Faculdade Habib's, que terá

capacidade de atender 240 alunos ao mesmo tempo. O objetivo é aperfeiçoar o atendimento das lojas, formarem todos os profissionais da rede (administradores, gerentes e funcionários). Pretendem criar o “MBA Habib`s”, aberto as pessoas de fora que queiram aprender técnicas de alimentação e de vendas para aplicar em seus negócios.

Alberto acredita que “não nos cabe saber o que vai nos acontecer no futuro, qual vai ser o tamanho da nossa conquista ou o que vamos receber como recompensa pelo que estamos fazendo, mas é preciso acreditar, ir atrás do sucesso; ter sempre pensamento positivo, ter esperanças no futuro; crer na família, em Deus e numa vida melhor. Para vencer é preciso agir, batalhar e lutar”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelos caminhos traçados pelo estugo, conseguiu-se analisar a evolução do empreendedorismo, como também identificar as características que a sociedade moderna exige do empreendedor, aspecto que não pode ser desconhecido dos administradores de empresas, uma vez que eles são, além de outras coisas, empreendedores. Todavia, é oportuno salientar que este assunto não se esgota aqui, ele traz várias possibilidades de estudo e análise.

Através dessa análise, chegou-se à conclusão de que hoje as empresas buscam profissionais com talentos e, principalmente, que saibam manter o equilíbrio entre a razão e a emoção no ambiente de trabalho. São características importantes de um administrador de empresa que, acima de tudo, precisa ser um empreendedor, que maneja bem os recursos disponíveis na empresa, além disso, conseguem resolver problemas e conflitos internos e oferece uma liderança participativa. Este tipo de empreendedor por oportunidade que encontra e cria oportunidade, estudando, analisando seu ambiente de trabalho, sabendo ouvir e se fazer ouvido, ele é diferente do empreendedor por necessidade.

Verificou-se que as habilidades do empreendedor na atualidade são decorrentes das mudanças econômicas, políticas e sociais que a sociedade atual vem passando. É neste contexto que o empreendedor precisa, dentre outras coisas, de

uma formação adequada para dispor de ferramentas de grande valia, auxiliando-o na consecução dos objetivos empresariais.

Essa pesquisa teórica pretendeu ser crítica nas considerações sobre as formas quotidianas de vivenciar e compreender o papel do empreendedor, ao mesmo tempo tem a intenção de buscar superar um mero criticismo de que o empreendimento é algo inato. A pesquisa revelou que os administradores podem vir a desenvolver essa habilidade a partir do estudo, empenho e entendimento das oportunidades e necessidades que se apresentam na atual sociedade de economia globalizada.

Portanto, acredita-se que uma postura empreendedora constitui-se num comportamento adequando para conviver com as atuais características do ambiente de negócios, no sentido de se antecipar às implicações da mudança. A capacidade de iniciativa dos empreendedores facilita a utilização da informação, o aprendizado e a geração do conhecimento no contexto organizacional.

Em linhas gerais, demonstra-se que o empreendedor precisará de novas habilidades, principalmente no que se refere negociação, criatividade, flexibilidade, autonomia, resolução de problemas, persuasão, capacidade de estabelecer contatos e assumir riscos, entre outros. Estes aspectos devem ser observados no desempenho do empreendedor na atualidade.

Este artigo não pretendeu fornecer uma “fórmula ou receita” sobre o perfil do empreendedor seja por necessidade ou oportunidade, mas despertar uma reflexão sobre o empreendedorismo e sua importância para o sucesso das organizações.

REFERÊNCIAS

BUENO, Ana Maria et al. **Empreendedorismo e comportamento empreendedor:** como transformar gestores em profissionais empreendedores. In: XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção - Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004. ENEGEP 2004 ABEPRO 4748. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2004_Enegep0904_0898.pdf. Acesso em 21 maio de 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 2005.

_____. **O segredo de Luísa**. Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 2005.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e Espírito Empreendedor** - Entrepreneurship. São Paulo: Pioneira, 1999.

DRUCKER, P. F. **As novas realidades**. São Paulo: Pioneira, 1989.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo:** transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FERREIRA FILHO, L. M. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.34, n. 2, abr/jun.199

FERREIRA, Emanuel Leite. **O fenômeno do empreendedorismo**. Recife: Bagaço, 2005.

LEZANA, Álvaro G. Rojas. **Empreendedorismo e ciclo de vida das organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

MANSO, Allan C. T. **Adam Smith**. São Paulo: FAI, 2003.

OLIVEIRA, Sílvio L. **Sociologia das organizações:** uma análise do homem e das empresas no ambiente competitivo. São Paulo: Pioneira, 2006.

OLIVEIRA, Cristiano Levone. **Empreendedor ou visionário**. Qual o perfil do profissional de sucesso. 2005. Disponível em: www.fia/Banco/artigos.cases.monografia.teses.htm. Acesso em 29/05/2008.

RICARTE, Jádson. Características dos empreendedores das microempresas e das empresas de pequeno porte no Brasil. In: **Informações contábeis como ferramenta de gestão e planejamento tributário para as microempresas e empresas de pequeno porte**. Aracaju: Impressão Gráfica, 2005.

SILVA FILHO, Ricardo Teles. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e o empreendedorismo. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v. 8, jan.mar, 2005.

Disponível em <<http://www.habibs.com.br>>. Acesso em 15 de Junho de 2009