

Atitudes empreendedoras

A sociedade atual está diante de grandes desafios e exigências decorrentes da própria evolução do ser humano, especialmente em função da velocidade no desenvolvimento da tecnologia de informação, da ciência, do conhecimento e da inovação. A premissa da inovação remete ao empreendedorismo como um dos pilares do desenvolvimento socioeconômico de um país, pela geração de empregos e renda para a população. Diante disso, a figura do empreendedor é determinante para enfrentar as sucessivas mudanças na economia e na sociedade (HISRICH; PETERS, 2004).

A diferença entre comportamento e atitude fica clara quando Rodrigues (1972, p. 402) afirma que: atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem, e como elas gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal. O comportamento não é apenas determinado pelo que as pessoas gostariam, mas também pelo que elas pensam que devem fazer, isto é, normas sociais, pelo que elas geralmente têm feito, isto é, hábito, e pelas consequências esperadas de seu comportamento. Gimenez e Machado (apud PELISSON et al. 2001, p. 3) afirmam que “empreendedorismo é melhor visto como um comportamento transitório que apresenta muito da situação enfrentada pelo empreendedor”. Desta forma, o empreendedorismo não se limita somente aos conjuntos de características de determinados indivíduos, mas de atitudes e comportamentos transitórios para essa realidade apresentada. Essa situação transitória do perfil empreendedor pode ser vista na definição de Fillion (1999, p.19) “pois para o autor, empreendedor é: uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor”.

Baron e Shane (2007) definem empreendedorismo como uma área de negócios, que busca compreender de que maneira surgem as oportunidades para criar coisas novas como os produtos, os serviços, os mercados, os processos de produção e como

são organizadas essas formas e as novas tecnologias, assim como são descobertas ou criadas por indivíduos que utilizam diversos meios para explorar e desenvolver algo novo e produzir grandes resultados. Schumpeter (1985, p.48) afirma que produzir coisas novas ou as mesmas com métodos diferentes, significa combinar de maneira distinta esses materiais e forças, havendo com isso uma mudança e um possível crescimento.

Segundo Dornelas (2005, p.39) o empreendedor é “aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados”.

Conforme afirma Drucker (1987, p. 15) a inovação está na essência do empreendedor, onde cada um reage de forma diferente às mudanças e transformam como uma oportunidade de negócio, motivado pelo desejo da criação de um negócio ou serviço inovador. A compreensão de como o empreendedorismo acontece e como pode ser ensinado mostra-se relevante para que os indivíduos possam aumentar suas chances de se identificar com o negócio, bem como para a expansão de uma cultura favorável ao empreendedorismo (NECK; GREENE, 2011, p. 55). O empreendedorismo pode ocorrer de duas maneiras: por necessidade ou por oportunidade. Verifica-se que o empreendedorismo de necessidade é mais comum em países em desenvolvimento e isso contribui para as altas estatísticas de mortalidade das empresas que, sem planejamento e respaldo necessários logo fracassam em decorrência principalmente da falta de conhecimento (CUNHA; SILVA; YAMAGUCHI, 2012, p. 171). Já os empreendedores por oportunidade, por sua vez, buscam criar empresas motivados pela percepção de uma oportunidade potencial de mercado, e convencidos de que poderão ser bem-sucedidos em seu empreendimento. Podem ainda ocorrer ambos os casos, aliando-se a componente de oportunidade a uma necessidade e vice-versa. Portanto, apesar de conceptualmente distintas, por vezes coexistem (HUMBERT, 2010, p. 177).

A motivação para empreender está envolvida com percepções ligada a fatores como ‘Risco x Recompensa’. A maioria dos autores especialistas em empreendedorismo trata a motivação para empreender com base no comportamento do empreendedor frente à sua percepção da relação recompensa, risco e sucesso, utilizando como metodologia suas observações pessoais ou com informações obtidas em estudos estruturados com base na impressão destes empreendedores (RIBAS, 2011, p. 3).