

## **PERSPECTIVA PSICOLOGICA DO EMPREENDEFORISMO E DO EMPREENDEDOR**

A ciência da Administração evolui, e dentro do processo evolutivo que envolve a observação do comportamento do mercado é que se insere o fenômeno do empreendedorismo que passa a ser explorado pelas ciências sociais, em um contexto em que as organizações formam e são formadas. E o desenvolvimento do indivíduo e das organizações está cada vez mais relacionado com a capacidade de aprender e agir dos mesmos. Pois não basta apenas conhecer, é preciso agir, visto que as ações são mais eficientes do que as palavras, e é nesse contexto que o comportamento empreendedor passa a ser entendido como a ordem das organizações contemporâneas e o empreendedorismo passa a fazer parte da ciência da gestão organizacional.

Neste contexto objetiva-se expor os conhecimentos que contribuam para o entendimento do estado da arte do empreendedorismo e do empreendedor a partir de uma perspectiva psicológica, que constitui uma área do conhecimento que está dentro de uma das raízes mais importantes a cerca da evolução do que se entende sobre os termos empreendedorismo e empreendedor. Para em seguida contextualizar o que vem a ser atitude empreendedora que hoje pode ser considerada a nova ordem das organizações.

Contudo, antes de adentrar nesta temática vale salientar que a origem dos termos está atrelada inicialmente a uma vertente econômica, mas que, no entanto se difundiu por outras áreas do conhecimento como a psicologia que consolidou assim outra vertente de pensamento sobre o empreendedorismo que foi a vertente comportamental (DORNELAS).

Os comportamentalistas foram os responsáveis por conduzir o estudo de empreendedorismo pelo campo comportamental, psicológico, social, gerencial e analítico. Seus principais autores foram: Weber, MacClelland, Fillion, Timmons. O objetivo desta abordagem do empreendedorismo foi de ampliar o conhecimento sobre motivação e o comportamento humano.

Um dos primeiros pesquisadores desta corrente, segundo Fillion (1991) , foi Max Weber, que relacionou os sistemas de valores (reforma protestante) com o comportamento empreendedor (espírito capitalista moderno), em seu livro a ética protestante e o espírito capitalista, Weber concluiu que a religião exerce uma profunda influência sobre a vida econômica. Mais especificamente, ele afirmou que a teologia e a ética do calvinismo foram fatores essenciais para o desenvolvimento do capitalismo do norte da Europa e dos Estados Unidos.

Todavia, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento foi David C. McClelland. McClelland (1972) foi um dos primeiros autores a estudar e destacar o papel dos homens de negócios na sociedade e suas contribuições para o desenvolvimento econômico das nações.

Esse autor concentra sua atenção sobre o desejo, como uma força realizadora controlada pela razão.

Para McClelland, um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal.

Psicólogo da Universidade de Harvard, é o autor de diversos livros, desenvolveu pesquisa durante 5 décadas sobre os aspectos comportamentais e motivacionais do empreendedor. Teve grande inspiração nos estudos desenvolvidos por Weber, ao relacionar o enfoque motivacional com o sistema de valores e com o comportamento empreendedor.

Ele percebeu os empreendedores com indivíduos diferenciados e passou a estudar suas características a fim de que pudessem ser desenvolvidas em outros indivíduos.

Acreditava que isto poderia desenvolver economicamente uma nação.

Para o autor (1987), não existia uma forma melhor de promover o crescimento econômico do que por meio do aumento do número de empreendedores ativos.

McClelland partiu da tese de que a motivação humana responde em parte pelo crescimento econômico e em sua teoria ela corresponde a três necessidades:

- Necessidade de realização - o indivíduo busca continuamente a superação de seus limites.

McClelland em um estudo longitudinal que durou 16 anos em uma cia telefônica, observou que em grandes empresas os gerentes possuíam um perfil motivacional atrelado a necessidade de poder. Enquanto em uma pequena empresa os gerentes possuíam um perfil atrelado a necessidade de realização.

Em termos gerais McClelland concluiu que uma sociedade que tenha um nível geralmente elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido.

Sua tese foi confirmada em uma pesquisa desenvolvida com 55 jovens Norte Americanos, em que 83% dos jovens avaliados, apresentaram elevada necessidade de realização e exerciam alguma atividade empreendedora para suprir esta necessidade.

As pesquisas de McClelland (1961) foram, nesse sentido, uma tentativa de identificar as motivações do empreendedor, e uma correlação positiva entre a necessidade de realização e atividade empreendedora, e esta foi constatada.

McClelland define empreendedor como alguém que exerce certo controle sobre os meios de distribuição e produz mais do que pode consumir, com o objetivo de vendê-lo (ou trocá-lo) para obter uma renda individual (ou doméstica).

Convicto de sua tese ele desenvolve um estudo piloto com 50 empresários na Índia, que foram treinados para aprender as competências necessárias para ser um empreendedor de sucesso induzidos pela necessidade de realização.

Foram monitorados por dois anos e os resultados foram surpreendentes em relação aos que não foram treinados.

Os que foram treinados eram mais ativos, participavam mais, iniciavam mais novos negócios, investiam mais dinheiro. E empregavam mais.

McClelland observou que os indivíduos com maior necessidade de realização apresentavam maior predisposição para empreender.

Para o autor o desenvolvimento de competências empreendedoras poderia se dar de forma espontânea, a exemplo os indivíduos que não passavam por treinamento e obtinham sucesso no negócios.

As competências empreendedoras foram abordadas por McClelland (1961) como características psicológicas.

Para identificar que características pessoais um empreendedor de sucesso tem que ter, o autor desenvolveu uma pesquisa em 3 países levando em conta a sua teoria motivacional e os fatores de necessidades exposto.

Assim, o autor chegou a 2 listas tal: autônomo e dotado de iniciativa, apresenta intuição e amor pelo seu trabalho, estando continuamente em busca de realização profissional e pessoal. Além disso, é um indivíduo que, por relacionar-se sempre com novidades, evolui através de um processo iterativo de tentativa e erro, avançando em decorrência das descobertas que realiza.

Este estudo desenvolvido pelo autor, foi usado como base no desenvolvimento de outra pesquisa, por uma empresa de consultoria americana, que elencou 10 características empreendedoras. Estas forma aplicadas em um treinamento, que constituiu um projeto piloto, realizado em 3 países. Este projeto e a tecnologia dele foi transferida para o Brasil e hoje é o conhecido programa EMPRETEC, desenvolvido pelo SEBRAE e pelo Penud, que visa estimular o Desenvolvimento e a criação de empresas, por meio do desenvolvimento de competências empreendedoras.

O conjunto de características empreendedoras são:

1) Realização (busca de oportunidades e iniciativa; correr riscos calculados; exigência de qualidade e eficiência; persistência; comprometimento); 2) Planejamento (busca de informações; estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático); 3) Poder (persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança) .

A teoria de McClelland foi criticada por Fillion, por ter sido simplista e resumida a dois fatores, a necessidade de realização e de poder, o que não explicava nem a opção de criar um negócio nem a de ser bem sucedido, porém seu

mérito é o mostrar que o ser humano é impulsionado a partir do meio social e de seus modelos.

Na mesma linha de pensamento de McClelland (1961), Timmons (1989) centraliza seus estudos acerca do empreendedorismo em relação a iniciativa e o comportamento pró-ativo do empreendedor. A partir disso, apresenta três aspectos que acredita ser a principal razão para o sucesso do mesmo: responder positivamente a desafios, aprendendo com erros, apresentar iniciativa e ter determinação e perseverança.

Além desses fatores, Timmons (1989) ainda apresenta um conjunto de pensamentos e ações empreendedoras, elencadas no quadro abaixo:

- Comprometimento total, determinação e perseverança
- Direcionamento para realização e crescimento
- Orientação para oportunidades e metas
- Iniciativa e responsabilidade pessoal
- Persistência na solução de problemas
- Verdadeiramente cômico e com senso de humor
- Pesquisa e usa feedback
- Tolerância à ambigüidade, incerteza e stress
- Assume riscos calculados
- Integridade e confiança
- Decisor rápido, sentido de urgência e paciência
- Capacidade de lidar com falhas

Filion, psicólogo francês procurou entender como o empreendedor imagina e desenvolve a sua visão de negócio.

Para ele o empreendedor é aquele que imagina e desenvolve visões; visões estas que ele dividiu em três: visões emergentes, visão central e visões complementares.

As visões emergentes “São formadas em torno de idéias e conceitos de produtos e / ou serviços imaginados pelo empreendedor” (FILION, 1993).

Essas visões formam um grupo de possibilidades de negócios. Estão relacionadas com as diversas ideias que o empreendedor tem a cerca de negócios que quer empreender. Ele ainda não está certo sobre qual ideia ou visão de negócio deve empreender. Então ele dentre várias ideias, escolhe uma, e neste ponto ele chega a visão central.

A visão central é resultante de uma ou várias visões emergentes. A visão central por sua vez se subdivide em visão interna e visão externa. A externa permite projetar no futuro o lugar que se pretende ocupar com o produto ou serviço no mercado. Enquanto que a interna diz respeito ao tipo de organização da qual se necessita para ocupá-lo.

Já as visões complementares constituem os aspectos gerenciais necessários para o desenvolvimento da visão central. Constituem-se numa série de atividades de apoio ao desenvolvimento da visão central, introduzidas através dos componentes internos e externos.

O autor salienta que ao desenvolver a visão o empreendedor faz uso de cinco elementos de suporte: Conhecimento de si, conhecimento do setor, energia, liderança e rede de relações.

O conhecimento de si É a maneira segundo a qual o indivíduo se vê, a imagem que tem de si mesmo e a forma como se relaciona com o mundo real.

Conhecimento do setor, Segundo Dolabela (1991), é a condição indispensável para perceber uma oportunidade e desenvolver uma visão, envolve saber como se estruturam e funcionam as empresas daquele setor, quem são e como agem seus clientes, concorrentes e fornecedores, quais os pontos críticos de sucesso, quais as barreiras à entrada, e ainda o que acontece no mundo quanto as tendências e o funcionamento do mercado concorrente.

A Energia, segundo Fillion (1991) é “o tempo alocado para atividades profissionais e a intensidade com que elas são executadas”

Liderança para Fillion, é a capacidade de ocupar e manter-se na posição de líder.

Rede de relações:

Atitude empreendedora

Atitude é uma palavra derivada do latim e significa maneira organizada e coerente de pensar, sentir e reagir. Trata-se da “predisposição apreendida” pelo indivíduo por meio de experiências e informações capazes de influenciar a maneira de agir em relação a qualquer estímulo ou situação. (FISHBEIN, 1967, p.257, apud LOPEZ, 2005).

De acordo com Rodrigues (1972, apud LOPEZ, 2005, p. 45), a atitude é composta por três elementos básicos e inter-relacionados, sendo eles: o componente cognitivo - pensamento e crenças, relacionado ao aprendizado e à experiência do indivíduo; o afetivo - sentimentos e emoções, reflete o grau de aceitação e as preferências do indivíduo em relação aos objetos em questão; e por último, tem-se o componente comportamental – relacionado à tendência do indivíduo em reagir, afetado com relação aos “objetos sociais”

A atitude apresenta certa instabilidade visto que suas intenções podem variar de acordo com as circunstâncias, as perspectivas e demais fatores contextuais. Espera-se que a atitude seja capaz de prever e explicar o comportamento humano. (LOPEZ, 2005).

A atitude quando combinada a uma situação específica desencadeia um resultado denominado comportamento. O comportamento é tido como a maneira que os indivíduos conduzem suas ações. Não se trata, apenas, daquilo que as pessoas acreditam ser correto, mas sim, a maneira que a sociedade espera que o indivíduo se comporte diante de uma dada circunstância.

Sendo assim, tem-se que a atitude é a intenção de se comportar enquanto que o comportamento é a ação, propriamente dita.

Para ser empreendedor agir como um. Segundo Peacock (2000, p. 3 apud SOUZA-DEPIERI, 2005, p. 25) “não há um conjunto de características corretas ou imprescindíveis que possa predizer se uma pessoa é ou não

empreendedora”, porém, pode-se verificar que pessoas empreendedoras apresentam algumas características similares.

## Conclusão

Outros pesquisadores têm estudado a necessidade de realização, porém nenhum deles parece ter chegado a conclusões definitivas sobre qualquer tipo de conexão com o sucesso dos empreendedores. Alguns autores acham que a necessidade de realização é insuficiente para a explicação de novos empreendimentos; enquanto outros acham que ela não é suficiente o bastante para explicar o sucesso dos empreendedores.

É importante observar que os autores da teoria comportamentalista não se opuseram às teorias dos economistas, e sim ampliaram as características dos empreendedores.

Portanto, na abordagem comportamental o empreendedorismo apresenta uma concepção de empreendedor baseada na busca de realização pessoal do ser humano. Assim, os empreendimentos constituem uma extensão do desejo, metas e visão do empreendedor. No mais, centra-se em descrever comportamentos e características do empreendedor.