Empreendedorismo, Inovação e Economia Criativa

Aula 02

Perfil e Comportamento Empreendedor

Objetivos Específicos

• Entender o comportamento do empreendedor proporcionando a autoavaliação do aluno.

Temas

Introdução

- 1 Definições
- 2 Perfil empreendedor
- 3 Comportamento empreendedor
- 4 Avalie seu perfil

Considerações finais

Referências

Introdução

A literatura sobre o perfil e comportamento empreendedor é muito vasta e cresce a cada dia. É claro que nem toda ela vem do campo da Administração, mas de outros campos, como os da Psicologia, Sociologia e Antropologia.

Algumas empresas, na busca de melhorar sua competitividade, depositam em seus funcionários a esperança de promover grandes mudanças nos seus negócios, indo além de suas obrigações e responsabilidades do dia a dia. Elas querem novas ideias e novas soluções. Só assim conseguirão capturar as oportunidades do mercado.

Por outro lado, identificam características comuns em pessoas que abandonam suas carreiras para perseguir um sonho de possuir um negócio próprio: criatividade, dinamismo, automotivações, energia, persistência, capacidade de estabelecer bons relacionados, articulações, inteligência, visão de futuro.

Para os empreendedores, o futuro não é visto como uma continuação do passado e sim como um desencadeamento de novidades, a partir do funcionário criativo, cheio de ideias ou das pessoas que querem se aventurar em ter um negócio. Esta será a trajetória de nossa aula: vamos analisar conceitos importantes sobre o perfil do empreendedor sob a ótica de grandes autores; uma comparação conceitual entre eles; o desenvolvimento do comportamento do empreendedor; algumas dicas para se tornar empreendedor; e por final uma lista de pessoas consideradas empreendedores ao longo de décadas?

Segue também, no final de nossa aula, um teste para medir seu potencial empreendedor. Ele serve apenas para a sua reflexão e não deve ser encarado como algo definitivo. É importante analisar a importância dessas características para a sua carreira e para seu negócio, e pensar nas formas de melhorá-las!

1 Definições

Tendo em vista que o foco de nossa aula não é uma revisão profunda acerca das definições de perfil e comportamento dos indivíduos fora do contexto de empresa, trabalho e negócio, as definições adotadas para comportamento e perfil seguem as linhas organizacionais de Siqueira (2002) e considera que esse estudo busca investigar o comportamento e o perfil dos indivíduos no contexto do empreendedorismo.

A todo momento lidamos com pessoas, seja no trabalho, na escola, na família, na sociedade como um todo. O perfil comportamental de cada uma é essencial, cada pessoa é diferente da outra. Todos nós temos cultura, personalidade e criação distintas.

Estes perfis são importantes para as escolhas de carreira, negócios, trabalho, parceiros, sócios. Conhecê-los é essencial para sabermos quem e como somos: o porquê de nossos hábitos e atitudes e o modo como agimos. Já o conceito de comportamento reflete a maneira

de reagir, portar-se, perante aos estímulos externos agindo sobre a pessoa, estas reações podem ser conscientes e inconscientes.

Para Sampaio (2014, p. 33), é importante "[...] ter consciência de que existe comportamento espontâneo, ele é sempre uma ação deliberada, a escolha de uma maneira de agir diante de um desafio, outro aspecto é em que momento tomar uma decisão de mudar algo, já que o empreendedorismo sugere mudanças".

Mas, Blaug (2000 apud NAKAGAWA, 2013) comenta que Schumpeter descobriu um papel crítico para o desenvolvimento econômico e social dos empreendedores, que chamou de "destruição criativa". O empreendedor criava algo novo que substituía (destruía) a concepção antiga. De forma simples, o empreendedor, no seu entendimento, era um inovador. E, ao inovar, pensava em novas e melhores soluções para os problemas da sociedade. E essa atividade era fundamental para o desenvolvimento econômico e social. Em linhas gerais, Schumpeter acreditava que sem empreendedores não havia desenvolvimento, pois tudo ficava do mesmo jeito. De posse desses conceitos de Schumpeter (2000), o empreendedor é aquele que introduz um novo bem, que pode ser um produto ou serviço. Um exemplo marcante desta modalidade de produtos é a Apple (que foi comandada por Steve Jobs) e de serviços, o Facebook (comandado por Mark Zuckerberg). Ou aquele que introduz um novo método de produção ou prestação de serviços, como a produção de Henry Ford com sua inovadora linha de montagem utilizada pelo Mc Donalds nos dias de hoje, e a prestação de serviço como os Pets Shop delivery de uma forma geral.

Uma maneira muito conhecida também como uma atitude empreendera é a criação de um novo mercado, gerando novos hábitos e incorporando o produto no dia a dia das pessoas.



Figura 1 – Empreendedores e um novo mercado

Outra alternativa para empreender é a criação de novas formas de fornecimento, como a Dell computadores com as vendas diretas personalizadas, onde o cliente monta do seu jeito o seu computador, ou os Chefs que vão até sua casa transformar sua cozinha em um espaço gourmet sofisticado.

Finalmente, ainda dentro dos conceitos de Schumpeter, as novas formas de organização, com estruturas¹ para propiciar as atividades inovadoras, que se adaptam às exigências de determinados ambientes com flexibilidade e velocidade. Veja, por exemplo, as empresas que trabalham com horários flexíveis, home office², as estruturas em rede com todos conectados na empresa estando em qualquer lugar do mundo.



Figura 2 - Olhando para o futuro

No livro do Birley e Muzyka (apud NAKAGAWA, 2013, p. 41), encontramos esta definição:

Empreendedor é a pessoa que pensa e age sobre oportunidades com criatividade e inovação para gerar valor individual e coletivo. Empreendedor não é apenas aquele que começa o seu próprio negócio. O comportamento empreendedor existe em todos os setores, em todos os níveis de carreira, em todos momentos da vida.

Outro autor que ajuda a consolidar o termo empreendedor é Drucker (1986, p. 20):

O casal que abre uma confeitaria, ou mais um restaurante de comida mexicana no subúrbio americano, certamente estará assumindo riscos. Mas será que eles são empreendedores? Tudo que fazem já foi feito muitas vezes antes. Eles apostam na popularidade crescente de se comer fora, na vizinhança.

¹ Entenda-se estrutura de uma empresa como o formato do organograma, suas interações internas e os recursos utilizados para um bom funcionamento.

² Home office – trabalhar em casa, onde pode ser executado atividades on line conectadas à empresa.

Para pensar 🕐

E as empresas que não inovam ou empreendem, o que são? Se usarmos os conceitos de Drucker, as pessoas são apenas donos de um negócio, proprietários ou empresários.

Normalmente, temos trabalhado em empresas públicas ou privadas, de pequeno, médio ou grande porte, nos mais diferentes níveis e cargos, onde a rotina e a burocracia imperam. Entretanto, no contexto atual turbulento, com concorrência predatória e um mercado cheio de incertezas, temos apenas uma saída para sermos sustentáveis ao longo dos anos: buscar funcionários empreendedores, tornar a empresa empreendedora, e com isso, seremos mais competitivos.

Ao mesmo tempo, várias pessoas empreendedoras estão buscando a carreira solo, realizando um sonho e agindo como "dono" do negócio. Será que empreender seria uma saída para a falta de empregos? Você verá a seguir que pessoas com perfil e comportamento empreendedor têm oportunidade de trabalho em diferentes áreas e carreiras.

2 Perfil empreendedor

Para Schermerhorn et al. (1999), quando falamos de perfil empreendedor estamos relacionando o termo ao conjunto de características de uma pessoa que pode ser influenciado por suas crenças e valores e está diretamente ligado com a personalidade e predisposição para reagir de determinada maneira.

A sociedade de uma forma geral acredita que os empreendedores recebiam uma herança genética, nasciam prontos. Entretanto, principalmente pelos estudos e trabalhos acadêmicos de Filion (1991) e Drucker (1986), começaram a ser levantados indícios que confirmam que se tivermos um sistema adequado de aprendizagem e envolvimento, podemos transformar pessoas em futuros empreendedores. De acordo com este contexto, existem famílias mais empreendedoras que outras, empresas mais empreendedoras que outras, existem cidades e regiões mais empreendedoras que outras: essa lógica vale para o mundo todo!

Veja o exemplo do conhecido Vale do Silício e o que os sociólogos Rogers e Larsen (1984) chamam de Febre do Vale do Silício. Atribui-se a presença da Universidade de Stanford aos processos facilitados pelos governantes, aos bancos propiciarem fundos de investimentos, a uma valorização das pessoas para a propriedade intelectual e às ³leis que a protegem o fato das pessoas que residem por lá, mais cedo ou mais tarde quererem ter um negócio.

5

³ As patentes dão o direito de propriedade sobre uma invenção e a proteção intelectual.

O exemplo dado acima ratifica o conceito desenvolvido por Filion (1991, p. 18), segundo o qual, "[...] um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões, com isso podemos ter como hipótese que o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive, se este ambiente valoriza o empreendedor, então este terá motivação para criar um negócio".

Filion (1991 apud DONABELA, 2006, p. 36) afirma que o empreendedor tem um modelo a seguir, alguém que admira e imita. Entretanto, o meio no qual ele está inserido exerce grande influência sobre ele. Tal influência se divide em diferentes níveis:

- **Nível primário**: família e conhecidos representativos são a maior fonte de inspiração e, consequentemente, geração de empreendedores.
- **Nível secundário:** é outra fonte de inspiração, os amigos, as redes sociais, a participação em clubes e associações, aqui incluímos também a participação em comunidades, como por exemplo igrejas, escoteiros.
- **Nível terciário:** e a última fonte de inspiração são os meios educacionais e de aprendizagem, como cursos, livros, viagens, feiras, simpósios e congressos, principalmente ligados às áreas de interesse.

De volta ao perfil dos empreendedores, comparamos as características e competências citadas por três autores:

- **TIMMONS, J. e SPINELLI. S, (2007)**: comprometimento e determinação; orientado para a oportunidade; motivação para superar-se; criatividade, autoconfiança e adaptabilidade; e liderança.
- KURATKO, D. e HODGETTS (2004): comprometimento, determinação e perseverança; foco em resultados; orientado para oportunidades; iniciativa e responsabilidade; capacidade de resolução de problemas; capacidade de rápido aprendizado; controle, equilíbrio interno; tolerância à ambiguidade (riscos e incertezas); percepção de riscos; integridade e responsabilidade; tolerância a falhas; motivado; criatividade e inovação; visionário; autoconfiança e otimismo; independência e desenvolvimento de equipes.
- DONABELA, F. (2006): comprometimento, persistência e comprometimento; orientado para resultados; identificação de oportunidades; iniciativa; resolução de problemas; gestão de riscos e incertezas; ética e responsabilidade social; criatividade e inovação; trabalho em equipe; liderança; comunicação; negociação; autoavaliação e crescimento pessoal.

Quadro 1 – Características e competências são comuns entre os autores

Vamos conhecer algumas características e competências que são comuns entre os autores:

TIMMONS, J e SPINELLI, S. (2007) KURATKO, D. e HODGETTS (2004) DONABELA, F. (2006)

- Comprometimento, determinação e perseverança
- Foco em resultados
- Orientado a oportunidades
- Iniciativa
- Resolução de problemas
- Tolerância ao risco e incertezas
- Ética e responsabilidade social
- Criatividade, inovação
- Desenvolvimento de equipes
- Liderança

Veja o anúncio exibido no site da UNILEVER recrutando trainees para 2014:

A Unilever procura por pessoas que tenham paixão em gerar novas ideias, disposição para enfrentar desafios grandes, inclusive fora de seu território geográfico e habilidade para superar pressões e adversidades com otimismo.

Os êxitos acadêmicos são importantes, mas o candidato também precisará demonstrar outros aspectos como pensamento criativo e analítico, liderança, capacidade de trabalho em equipe e, acima de tudo, paixão por desafio.

Fonte: UNILEVER. **Programa de Trainee da Unilever.** Disponível em: http://www.unilever.com.br/unilever-carreiras/graduates/uflp/index.aspx>. Acesso em: 27 nov. 2015.

Se compararmos as características e competências acima estudadas e a descrição da vaga para trainee da UNILEVER, perceberemos que grandes empresas estão buscando além da formação acadêmica, características pessoais específicas que possam agregar talento criativo e postura empreendedora ao seu corpo funcional buscando tornar-se empresas cada vez inovadoras e, consequentemente, extremamente competitivas.

Para saber mais



A busca constante por informação e conhecimento é um hábito importante para quem quer ser um profissional de sucesso. A leitura de obras que inspiraram empreendedores de sucesso serve como um grande fator motivacional para esta jornada que é o empreendedorismo. Sugerimos alguns livros recomendados pela Bel Pesce: *Perdendo Minha Virgindade* (Richard Branson); *Steve Jobs: A Biografia* (Isaac Walterson); *Se Eu Soubesse aos 20... Lições Para Ser Bem-Sucedido Em Qualquer Idade* (Tina Seelig).

3 Comportamento empreendedor

O comportamento empreendedor é um conjunto de ações e reações com certo dinamismo, que são motivados ou resultado das crenças e valores (perfil empreendedor), criando sentimentos (atitude empreendedora) que influenciam a busca por um resultado pretendido (comportamento empreendendor). Tudo começa porque "alguém" inquieto em relação a algo (por exemplo, o desejo de mudar algo na empresa que trabalha) coloca a criatividade em ação, altera a trajetória das coisas. Não é uma "coisa" automática. Precisa de um agente que inicie o processo.

Se a pessoa estiver com uma inquietação ligada a um sonho de buscar algo diferente para ele, pensará em abrir um negócio, se associar com alguém, fará articulações um pouco mais abrangentes.

Mas, existe um caminho para sair da intangibilidade⁴ e caminhar para a tangibilidade⁵. Veja o quadro a seguir:

Tangibilidade

Tangibilidade

Plano

Oportunidades

Sonho

Comportamento

Atitude

Quadro 2 – A tangibilidade x captura de valor

Captura de valor⁶

Fonte: Adaptado de Nakagawa e Bouer (2006).

Para entender o Quadro 2, o empreendedor tem uma visão, um sonho de como poderia ser algo no futuro, o que poderia mudar o destino e o mais importante: ele tem a habilidade de associar a oportunidade a essa visão. Ele mentaliza, articula seus saberes, vai na direção da oportunidade e rabisca um plano; teoriza com as possíveis pessoas parceiras em determinados momentos este plano, identificando os obstáculos que poderiam surgir pelo caminho, preocupando-se com o ambiente externo e principalmente com os clientes ou a quem este "algo" se destina .

Nesse momento, os sentimentos do empreendedor estão canalizados, estão totalmente dedicados a sua missão: ele ama o que está fazendo, é detalhista e crítico. Podemos comparar este momento com um hobby que temos. Quando o estamos praticando o tempo passa

⁴ Intangibilidade – são ativos não monetários sem substância física como o conhecimento.

⁵ Tangíveis – são ativos como bens ou mercadorias, coisas palpáveis.

⁶ Captura de valor – quando articulamos nossos saberes para obtenção de benefícios a outrem, também podemos dizer agregar valor.

rápido, gostamos do que fazemos, os detalhes surgem, há uma imersão, a busca da perfeição é inerente.

Então, à medida que o processo progride, o sonho vai se tangibilizando, e as atitudes empreendedoras direcionam o indivíduo rumo ao comportamento empreendedor. É comum que nessa fase o empreendedor passe horas e dias aperfeiçoando os detalhes, testando a ideia com familiares e amigos. Muitas vezes, a parte financeira não é a motivação principal do empreendedor. Ela é apenas uma medida de sucesso.

A cada etapa desse processo, o resultado vai ficando mais concreto e mensurável. A captura de valor é mais fácil de ser percebida, o que deixa o empreendedor cada vez mais motivado.

É importante esclarecer que o valor tanto pode ser a resposta a uma oportunidade (oferta de produto ou serviço para um cliente) ou a entrega de um resultado/meta esperado (se o empreendedor for funcionário de uma empresa).

O processo descrito acima está muito bem ilustrado no filme *O Céu de Outubro* (1999). A história verídica de quatro garotos que decidem construir modelos de foguetes em 1957, o mesmo ano do lançamento do satélite soviético Sputnik. Os temas trabalhados até aqui são claramente identificados ao longo da história e nos personagens que, depois de muitas dificuldades e lançamentos fracassados, finalmente conseguem fazer os modelos experimentais funcionarem.

Agora, vamos falar de empreendedores brasileiros de sucesso: eles acreditaram que estavam resolvendo algum problema, que sua empresa vai crescer e gerar empregos, misturaram paixão com razão. E aqui com a troca de experiências você pode aprender e crescer: escolhemos sete empreendedores brasileiros, com suas ideias ousadas que transformam sonhos grandes em negócios. Você vai descobrir que você pode mais do que imagina e que seu sonho tem potencial para ir mais longe do que pensa. Os sete exemplos de empreendedores escolhidos são:

- Acredite em você, sempre! Robinson Shiba (China in Box)
- As conexões que movem a vida Marcelo Santos (21212.com)
- A fórmula da autoestima Zica e Leila Velez (Beleza Natural))
- A loja de brinquedos que vende felicidade Ricardo Sayon (RiHappy)
- Acredite no impossível Romero Rodrigues (Buscapé)
- Uma história de empreendedorismo Alexandre Costa (Cacau Show)
- Do caixa da loja a bolsa de valores Luiza Trajano (Magazine Luiza)

Para saber mais 🧿

Quer saber mais sobre as histórias de empreendedores de sucesso brasileiros? Visite a Miditeca da disciplina para ter acesso ao site da ENDEAVOR.

Outra história interessante de empreendedorismo é a da Bel Pesce, uma brasileira nascida no Rio de Janeiro que, com atitude e comportamento empreendedores, transformou o sonho de estudar no Massachusetts Institute of Tecnology (MIT), uma das mais conceituadas universidades de tecnologia do mundo, uma realidade. Depois, ela fez parte de projetos na Microsoft e pesquisas para Google.

Pesce (2012) dá boas dicas para quem quer concretizar sonhos que resumimos aqui:

Se você realmente sonha em empreender, a sua idade não importa. O que importa é ser extremamente apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas, e estar disposto a trabalhar arduamente para fazer as coisas acontecerem.

Construir uma empresa é como andar em uma montanha-russa: há muitos altos e baixos. Ter uma estrutura que o oriente e chame a atenção para as coisas certas pode ser extremamente valioso.

Muitas empresas foram fundadas com um produto em mente que era completamente diferente do produto que acabou sendo construído.

Errar não tem problema, desde que gere um conhecimento que pode ser aplicado para melhorar a companhia e acelerá-la na direção positiva.

Ao lidar com problemas, é crucial compreender como eles foram originados.

E se você tiver uma mente-aberta e uma curiosidade ardente, você pode aprender com cada conversa.

É natural mudar de planos para tentar resolver uma necessidade de alguma outra maneira.

Você precisa ter a liberdade para expor as suas ideias, mas também ser capaz de chegar a decisões quando há discordâncias.

Escolha pessoas com quem você consiga trabalhar dia e noite, sempre com respeito, admiração e confiança.

Muitas vezes você vai precisar confiar nos seus instintos, e decidir dentro de circunstâncias muito incertas.

Além de estar atento ao que importa para você, esteja aberto a novas experiências. Você nunca sabe quando descobrirá uma nova paixão.

A paixão lhe dá coragem para sair de sua zona de conforto e desvendar terrenos desconhecidos.

É fascinante como um grupo de pessoas apaixonadas pelo que faz pode transformar ideias em produtos que acabam por mudar o mundo para sempre.

Muitos dos empresários mais bem-sucedidos nunca pensaram no sucesso como um trampolim para outros projetos. Sua empresa era a sua vida.

Com paixão, determinação e iniciativa, é possível fazer qualquer sonho acontecer.

Não tenha medo de dar errado. Errar faz parte da vida.

Sair da sua zona de conforto é muito mais fácil do que você imagina.

Você vê que as possibilidades são infinitas quando sai da sua zona de conforto.

Iniciativa é uma das características mais poderosas que você pode ter.

Pense no seu hobby ou naquilo que gosta de fazer: você vai atrás de informações, lê tudo a respeito, participa de encontros, competições, dorme pensando. É fácil se sobressair, inovar, criar a partir do que aprendeu. Seus amigos te elogiam e querem comprar o que faz. Mesmo que não fosse essa a sua intenção. Por que não colocar no papel o que gosta de fazer e já começar a pensar no assunto?

O empreendedorismo avançou no Brasil. A seguir estudaremos o posicionamento brasileiro quanto ao empreenderismo, segundo IBQP (2013); o posicionamento dos jovens brasileiros quanto ao empreendedorismo, segundo CIA de Talentos (2015); e a busca de profissionais empreendedores pelas empresas brasileiras, segundo Costa e Avediani (2009).

Para saber mais



Caso você queira saber mais sobre os empreendedores brasileiros, visite a Midiateca da disciplina para ter acesso ao link da revista Exame com a matéria *Os 20 maiores empreendedores do Brasil*.

Posicionamento dos brasileiros quanto ao empreendedorismo, segundo IBQP (2013):

- 43,5% dos brasileiros sonham em ter o próprio negócio e só 24,7% almejam seguir carreira como empregado em uma empresa.
- 30,2% da população adulta, entre 18 e 64 anos, estava envolvida na criação ou administração de um negócio. Em 2002, esse índice era de 20,9% da população brasileira.
- 88% dos brasileiros adultos concordam que o empreendedorismo é uma boa opção de carreira.
- 70% dos empreendedores brasileiros abrem um negócio por oportunidade. Em 2002, menos da metade (42,4%) abriam o negócio em função de oportunidade.

• 49,6% dos que iniciam a carreira empresarial são do sexo feminino

Posicionamento dos jovens brasileiros quanto ao empreendedorismo, segundo CIA de Talentos (2015):

- 46% dos jovens brasileiros disseram que em algum momento de sua carreira abrirão um negócio próprio, na pesquisa Empresas dos Sonhos 2015.
- As primeiras três Empresas dos Sonhos em que esses jovens querem trabalhar são, pela ordem: Google, Petrobras e Odebrecht. Ter um negócio próprio ocuparia a quarta posição nesse ranking.

A busca de profissionais empreendedores pelas empresas brasileiras, segundo Costa e Avediani (2009):

- A habilidade de dar vida aos próprios projetos, tirando-os do papel e transformandoos em novos produtos, processos ou serviços, é atualmente uma das qualidades mais valorizadas pelo mercado.
- As empresas querem, mais do que nunca, saber quem são os funcionários, em todos os níveis, que têm a veia empreendedora à flor da pele. Esse movimento é também percebido nas organizações mais tradicionais.
- "A busca por profissionais com esse perfil tem sido uma constante, dos estagiários aos executivos", diz Sofia Esteves, sócia-diretora do Grupo DMRH, consultoria que atende clientes como Unilever, Nivea, Whirlpool, Siemens e Natura.

Para saber mais 🧿

Se você quiser saber mais sobre o empreendedorismo no mundo, visite a Midiateca da disciplina e acesse o Global Entrepreneurship Monitor, e no Brasil acessando o Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

4 Avalie seu perfil

Você está curioso para saber como é seu perfil em relação a empreender e ao empreendedorismo? Para isso existem vários testes no mercado. Estes testes se originaram em levantamentos junto aos empreendedores e o que eles têm em comum, e depois transformados em critérios e questões para serem respondidas por pessoas interessadas.

Para saber mais 🧿

Visite a Midiateca da disciplina para conhecer algumas opções online, e com resultados em tempo real. Aproveite para acessar os testes elaborados pelo SEBRAE e pela Revista Você S/A.

Considerações finais

Nesta aula apresentamos elementos conceituais e metodológicos para uma análise do perfil e comportamento do empreendedor na visão de alguns autores referência neste assunto. Os pontos mais discutidos pelo mercado ainda hoje são os apresentados por Filion (1991), em relação ao empreendedor nascer pronto ou poder ser preparado para empreender. Como vimos, principalmente apoiados por Drucker, o empreendedorismo não é uma ciência e nem tão pouco uma arte é uma disciplina. Então, pode ser ensinado.

As empresas deste novo milênio sabem que para sobreviver vão ter que evoluir sempre, adotando uma postura inovadora. Como vimos no caso da UNILEVER e seus trainees, não existem produtos e serviços inovadores com funcionários sem criatividade e comportamento empreendedor. Por isso, mesmo que você decida trabalhar em uma empresa, agir como dono do negócio é um diferencial que é avaliado positivamente pelo seu empregador.

Negócios, produtos e serviços de sucesso surgiram porque existiram, na sua concepção, pessoas determinadas e comprometidas, que conseguiram identificar uma oportunidade e buscaram, com soluções criativas e inovadoras, solucionar um problema do cliente potencial.

Focadas em resultados, essas pessoas superaram riscos e incertezas, desenvolveram e lideraram equipes capazes de desenvolver e implantar empresas: que entregaram produtos e serviços inovadores e de qualidade; que geraram resultados financeiros ao mesmo tempo; que tinham na ética e na responsabilidade social o alicerce de sua estrutura.

Por fim, é difícil dissociar a imagem de um empresário bem-sucedido de um empreendedor, qualquer que seja a área na qual ele atue. Se você realizou os testes de perfil empreendedor e o seu desempenho não foi tão bom quanto esperava, reflita sobre o seu resultado, identifique os pontos que precisam ser melhorados e trabalhe neles.

Referências

CIA DE TALENTOS. Empresa dos sonhos dos jovens 2012. **Cia de Talentos**: Apresentação. Disponível em: http://www.ciadetalentos.com.br/esj/brasil.html>. Acesso em: 10 set. 2015.

COSTA, J. E.; AVEDIANI, R. Libere seu potencial empreendedor. **Revista Você S.A.**, p. 15-19. out. 2009.

DRUCKER, P. Innovation and Entrepreneurship. New York: HarperCollins, 1986.

FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, jul./set. 1991.

IBQP. Empreendedorismo no Brasil: 2012. Curitiba: IBQP, 2013.

KURATKO, D.; HODGETTS, R. **Entreprenuership:** Theory, Process and Practice. 6. ed. USA: Harcourt College Publishers, 2004.

NAKAGAWA, M.H. **Faça diferente, faça a diferença**. São Paulo: Senac, 2013.

NAKAGAWA, M.; BOUER, G.; PAIVA, Pedro Paulo Borges Prata. Bottom-up: Lessons from an entrepreneurship course turnaround. In: GLOBAL INTERNATIONALIZING EDUCATION AND TRAINING CONFERENCE, 16., 2006, São Paulo. **Proceedings of 16th Global Internacionalizing Entrepreneurship.**

PESCE, B. **A menina do vale**: Como o empreendedorismo pode mudar a sua vida. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2012. Disponível em: http://www.ameninadovale.com/AMeninadoVale-BelPesce.pdf>. Acesso em: 17 set. 2015.

ROGERS, E. M.; LARSEN, J. K. **Silicon Valley Fever**: Growth of High Tecnology Culture. New York, NY: Basic Books, 1984.

SCHERMERHORN, John R. et al. **Fundamentos do comportamento organizacional**. Porto Alegre: Bookman, 1999.

SCHUMPETER, Joseph. Entrepreneurship as Innovation In: SWEDBERG, Richard. **Entrepreneurship**: The Social Science View. Oxford: Oxford University Press, 2000.

SEBRAE. **O que é empreendedorismo?** 4 nov. 2008. Disponível em: http://www.mundosebrae.com.br/2008/11/o-que-e-empreendedorismo>. Acesso em: 2 dez. 2015.

SIQUEIRA, M. M. M. Medidas do comportamento organizacional. **Estudos de Psicologia**, v. 7, (número especial), p. 11-18, 2002.