

EMPREENDEDORISMO: A ARTE DE TRANSFORMAR IDÉIAS EM NEGÓCIOS DE SUCESSO

ENTREPRENEURSHIP: THE ART OF TURNING IDEAS INTO SUCCESSFUL BUSINESSES

¹ANDRADE, K. F.; ¹DENOBI, T. F. S.; ²CASTADELLI, G. A.

^{1 e 2}Departamento de Administração de Empresas – Faculdades Integradas de Ourinhos – FIO/FEMM

RESUMO

O presente artigo teve como abrangência o empreendedorismo, visto que nas últimas décadas o conceito empreender passou a ser discutido como uma perspectiva de mudança, pois esses profissionais agem como fator de inovação tecnológica e de crescimento econômico. Os empreendedores chegam ao mercado com uma nova forma de gerenciar suas habilidades, onde as idéias conservadoras dão lugar aos mais criativos e ousados, sobrevivendo no mercado aqueles que se apontam como mais ágeis, com autonomia para aprendizado e com capacidade de enxergar oportunidade onde todos vêem como crise. A problemática deu ênfase na complexidade dos empreendedores construir estratégias de sucesso. A relevância da pesquisa dá-se sobre a preparação do empreendedor com relação a pesquisas e estudos, tornando-se um instrumento que o ampare na sua maneira de vislumbrar o processo de aprendizagem. O objetivo foi mostrar como o empreendedor tornou-se o principal elemento capaz de manter as organizações rentáveis, através da gestão do conhecimento, foco em pesquisas e habilidades empreendedoras. A metodologia utilizada foi a revisão bibliográfica em nível exploratório com abordagem qualitativa, chegando ao pressuposto que uma idéia pode tornar-se um negócio de sucesso se a trajetória dos recursos da empresa for estrategicamente desenvolvida desde o começo, onde o empreendedor constrói estratégias de sucesso descartando as idéias de baixo potencial, refinando seus estudos e focando seu trabalho na construção do empreendimento.

Palavra - chave: Empreendedorismo; Oportunidade; Sucesso.

ABSTRACT

This article will reach the 'enterprise', since in recent decades has taken the concept to be discussed as a perspective of change, because these professionals are able to allocate and create value to society, acting as a factor in technological innovation and economic growth. Entrepreneurs come to market with a new way to manage their skills, where conservative ideas give way to more creative and daring, those surviving in the market which points to more agile, with autonomy for learning and ability to see opportunity where everyone sees as a crisis. The problematic emphasized the complexity of the entrepreneurs build strategies for success. The relevance of the research is on the preparation of the entrepreneur in relation to research and study to become an instrument to support you on your way to envision the learning process. The goal wastes show how the entrepreneur has become the main element organizations able to maintain profitable, through the management of knowledge, focus on research and entrepreneurial skills. The mythology used in the literature review was level with exploratory qualitative approach, reaching the assumption that an idea can become a successful business if the trajectory of company resources is strategically designed from the beginning, where the entrepreneur builds successful strategic discarding the low-potential ideas, refining their studies and focus their work in the construction of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship; Opportunity; Success.

INTRODUÇÃO

Baseado no contexto das transformações produtivas das últimas décadas, o conceito empreendedorismo passa a ser discutido como uma perspectiva de mudança, onde evidencia-se a preocupação em formar empreendedores, traçando uma forma de gerenciamento diferenciado na força de trabalho e nas relações empresariais.

Pesquisas indicam que praticar e desenvolver o empreendedorismo oferece às pessoas um grau elevado de realização pessoal, ou seja, desta forma é fácil entender o quanto o empreendedor é motivado pela liberdade de ação, tendo consciência plena de que o sucesso depende muito de seu suor, trabalho redobrado, perspicácia nos negócios e dedicação (DOLABELA, 1999).

Há grandes evidências de que o desenvolvimento econômico seja função do grau de empreendedorismo de uma comunidade, região ou país. As condições ambientais favoráveis ao desenvolvimento precisam de empreendedores que as aproveitem e que através de sua liderança, capacidade e perfil, disparem e coordenem o processo de desenvolvimento, cujas raízes são sobretudo em valores culturais na forma de ver o mundo.

O empreendedor que deseja construir uma empresa sustentável deve formular uma estratégia mais ousada e clara. A estratégia deve integrar as aspirações do empreendedor às políticas de longo prazo sobre as necessidades que a empresa irá atender seu alcance geográfico, suas capacidades tecnológicas e outras considerações estratégicas (BHIDE, 2002a, p.18).

Os empreendedores chegam ao mercado com uma nova forma de administrar e de gerenciar potencialidades, onde as idéias conservadoras dão lugar aos mais criativos, mais ousados e capacitados e, a sobrevivência desses profissionais não é considerada em apontar qual deles é o mais forte e sim qual o mais ágil, com maior autonomia para o aprendizado e capaz de enxergar oportunidade naquilo que todos vêem como crise, sabendo além de tudo fazer do próprio tempo seu maior aliado.

Desta forma entende-se que o empreendedor deve traçar suas estratégias, analisar o ambiente interno e externo e verificar os recursos existentes, pois este profissional age como um agente de transformação nas relações empresariais e tem capacidade de identificar *insights*, buscando recursos para transformar as

estratégias traçadas em futuros negócios. Neste sentido cabe a seguinte reflexão: Perante tantas informações como é possível os empreendedores construir estratégias que dão certo?

O mundo está presenciando grandes mudanças em velocidade alucinante: em 1985, foram lançados 5 mil novos produtos nos Estados Unidos; dez anos depois, este número saltou para 25 mil produtos, envolvendo novas tecnologias, novas formas de comercialização, etc. Empreender com sucesso significa ser capaz de desenvolver um potencial de aprendizado e criatividade, junto com a capacidade de implementá-lo em velocidade maior que o ritmo de mudança no mercado (DOLABELA, 1999, p.36).

Portanto, este artigo visa enaltecer a importância da boa preparação do empreendedor com relação a pesquisas, estudos e experiências passadas a fim de atingir as expectativas do mundo moderno, considerando que a nova configuração de mercado é caracterizada pelo auto desenvolvimento, trabalho em equipe, autonomia para aprender, comunicação, agilidade, dimensionamento do tempo e inovação e tem como intuito transformar os desafios em oportunidades e agregar estímulos em favor do crescimento e expansão profissional.

Contudo propõe-se demonstrar que este profissional necessita de um instrumento capaz de mudar sua maneira de vislumbrar o processo de aprendizagem como uma forma de qualificação e requalificação profissional, passando a concebê-la como um instrumento de inovação de seus conhecimentos. Assim, objetiva-se fazer uma análise de como esses profissionais tornam-se o principal elemento capaz de manter as organizações competitivas e rentáveis, através da gestão do conhecimento, foco em pesquisas e de habilidades empreendedoras.

O método utilizado para a estruturação deste trabalho foi o de pesquisa bibliográfica, com uma abordagem qualitativa, do tipo exploratório, chegando ao pressuposto de que uma nova idéia pode tornar-se um negócio de sucesso se a trajetória dos recursos da empresa for estrategicamente desenvolvida desde o começo e esta não é uma tarefa difícil para os empreendedores, pois esses profissionais constroem estratégias de sucesso descartando as idéias de baixo potencial, refinando seus estudos e focando seu trabalho na construção do empreendimento. Assim, eles tornam-se o principal elemento capaz de manter as organizações competitivas e rentáveis, através do foco em pesquisas, habilidades empreendedoras e de sua capacidade de estruturar eficientemente suas idéias, sabendo mais do que ninguém acompanhar as tendências do mundo capitalista.

A ORIGEM DO ESPÍRITO EMPREENDEDOR

O empreendedorismo deu-se origem nos séculos XXIII e XIX, através da reflexão de pensadores econômicos, conhecidos como defensores do *laissez-faire* ou liberalismo econômico, onde defendiam que a ação da economia era refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. O empreendedorismo tem sido visto como uma inovação que vem promover um grande desenvolvimento econômico (REYNOLDS, 1997; SCHUMPETER, 1984 *apud* CHIAVENATO, 2008).

“O termo empreendedor - do francês *entrepreneur* - significa aquele que não se conforma com o *status quo*, toma a iniciativa, assume riscos e começa algo novo.” (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003, p. 346).

Empreendedorismo significa fazer algo novo, diferente, mudar a situação atual e buscar, de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor. As definições para empreendedorismo são várias, mas sua essência se resume em fazer diferente, empregar os recursos disponíveis de forma criativa, assumir riscos calculados, buscar oportunidade e inovar (DORNELAS, 2004, p. 81).

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é um profissional que percebe uma oportunidade e cria meios para perseguir-la, envolvendo todas as funções, ações e atividades associadas, tendo iniciativa para criar e inovar, transformando o ambiente social e econômico onde vive, assumindo riscos e também probabilidades de erros.

Swerdberg (2000 *apud* CHIAVENATO, 2008) declara que uma das principais idéias sobre empreendedorismo dentro das ciências sociais foi traçado pelo trabalho de Max Weber, onde desenvolveu uma análise incluindo a sociologia econômica. Para Weber, o empreendedorismo é frequentemente identificado como a Teoria do Carisma e de acordo com este contexto sua principal contribuição foi ter encontrado em sua análise um tipo especial de ser humano, que faz pessoas o seguirem simplesmente em virtude de sua personalidade extraordinária. Mas, no entanto Weber afirma que o carisma teria apenas funcionado como um fator importante de mudança durante os estágios iniciais da humanidade, tornando-se menos importante na sociedade capitalista, onde a principal mudança econômica volta-se para as empresas serem geradoras de oportunidade de lucros no mercado. Por outro lado o autor também cita o campo da psicologia, onde estudos sobre empreendedorismo desenvolvidos por David McClelland e Everett E. Hagen são divididos em dois

grupos: 1) um grupo cujo principal objetivo é isolar a personalidade empreendedora; e 2) outro grupo que é de natureza psicológica social, na qual o empreendedor é visto como tendo uma personalidade moldada pelo ambiente. Esse estudo ainda é incipiente e suas teses são consideradas duvidosas em virtude do rigor científico e analítico.

Hoje é evidente a diversidade de negócios e a variedade de tipos de empreendedores. Novas pesquisas sobre o perfil do empreendedor são propostas, visto que eles têm diversas habilidades, vão à busca de oportunidades, tem grandes motivações, envolvimento social, competências sociais e orientação de tempo e riscos (CHIAVENATO, 2008).

Mas tudo isso na verdade é que o empreendedor é um profissional que consegue fazer as coisas acontecerem, pois tem grande sensibilidade para os negócios, tem capacidade de identificar oportunidades e transformá-las em realidade. Portanto quando se tem uma criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que combinados adequadamente, possibilita transformar uma idéia simples em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Para Chiavenato e Sapiro (2003) nos dias atuais o empreendedor é visto como um articulador de mudanças o qual ajuda as organizações e se adaptarem as tendências do mundo moderno. E, por tratar-se de um tema bastante complexo existem três características básicas para identificar o espírito empreendedor:

- 1) Necessidade de realização: são pessoas dotadas de alta necessidade de realização, gostam de competir com certo padrão de excelência e preferem ser pessoalmente responsáveis por tarefas e objetivos que atribuíram a si próprios.
- 2) Disposição para assumir riscos: o empreendedor assume variados riscos ao iniciar seu próprio negócio. Isso significa que eles preferem situações arriscadas até chegar ao ponto em que exerce grande controle pessoal sobre os resultados, mas a preferência pelo risco reflete na autoconfiança de empreendedor.
- 3) Autoconfiança: as pessoas que possuem autoconfiança se sentem capazes de enfrentar os desafios que existem ao seu redor e tem domínio sobre os problemas que enfrentam. Muitas vezes se mostram empreendedores de sucesso por serem capazes de tornarem-se independentes, enxergam os problemas inerentes a um novo negócio e acreditam em suas habilidades pessoais e profissionais para superar tais problemas.

Para Chiavenato (2008) o espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, riscos e intuição, mas, no entanto deve obrigatoriamente reservar um amplo espaço para a racionalidade. O balanceamento entre aspectos racionais e emocionais nos negócios é indispensável, bem como saber fixar metas e objetivos globais e localizar meios adequados para atingir seus resultados.

Mas, no entanto, nem todo empreendedor busca um novo objetivo ou meta em sua carreira profissional. Existem pessoas que constroem negócios para escapar de diversos fatores ambientais. Knight (1980, *apud* CHIAVENATO, 2008) identifica vários fatores ambientais que encorajam e impulsionam as pessoas a iniciarem novos negócios e nomeou tais empreendedores de refugiados. Para ele existem vários tipos de refugiados, tais como:

- 1- Refugiado estrangeiro: são pessoas que escapam das restrições políticas e econômicas de seu país de origem atravessando as fronteiras nacionais.
- 2- Refugiados corporativos: são aqueles que fogem do ambiente burocrático das grandes empresas iniciando seu próprio negócio.
- 3- Refugiados dos pais: são indivíduos que abandonam a família para mostrar aos pais que podem fazer as coisas de forma independente.
- 4- Refugiados do lar: são pessoas que iniciam seu próprio negócio após se sentirem livres das responsabilidades.
- 5- Refugiados feministas: mulheres que sentem discriminadas dentro do ambiente empresarial e preferem construir seu próprio negócio para que possam administrar independentemente dos outros.
- 6- Refugiados sociais: são alheios à cultura que prevalece na empresa e buscam uma atividade como empreendedores.
- 7- Refugiados educacionais: são aqueles que se sentem exaustos dos cursos acadêmicos e decidem iniciar um novo negócio.

Chiavenato e Sapiro (2003) afirmam que existem empreendedores em todos os níveis e áreas da organização e que apresentam enorme variações e estilos de construir um negócio. Os estilos empreendedores constituem em dois extremos de abordagem da inovação. Em um pólo está o artesão que dá asas a imaginação e que conhece todas as funções do produto, porém não conhece o seu entorno. No outro, está o oportunista, experiente e com visão ampla, que faz uso de procedimentos sistemáticos e que apesar de não identificar perfeitamente as dimensões de seu produto, conhece o seu entorno. O primeiro tem foco estreito e

tem pensamento concreto, o segundo possui visão panorâmica e faz abstrações. O ideal está em proporcionar oportunidade para todos os tipos de empreendedores, para que possam contribuir da melhor maneira possível com o sucesso da organização.

Dornelas (2008) salienta que as habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: técnicas, gerenciais e pessoais. As habilidades técnicas envolvem saber escrever, ouvir as pessoas, captar informações, ser um bom orador, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe. As habilidades gerenciais incluem capacidades de criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão e ser um bom negociador. E, ao que se refere a características pessoais incluem: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser líder visionário.

Ao que se refere empreendedorismo corporativo é importante ressaltar que esse processo visa incentivar pessoas ou grupos de uma determinada empresa a criarem novos empreendimentos ou projetos. Este procedimento funciona como um conjunto de esforços rumo à inovação e renovação de uma organização (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003). Envolvendo a renovação estratégica, inovação e *corporate venturing* - interno e externo (CHRISMAN; SHARMA, 1999 *apud* PISCOPO, 2010).

A renovação estratégica consiste em criar uma nova riqueza a partir da combinação ou da recombinação dos recursos atuais da empresa, podendo também incluir a refocalização da organização, a redefinição do modelo de negócios e ainda a reestruturação organizacional (SEIFFERT, 2005 *apud* PISCOPO, p. 135, 2010).

Assim, entende-se porque pesquisas indicam que é mais provável que grupos obtenham sucesso do que empreendedores individuais (BRUSH. GREENE; HART, 2002).

Chiavenato e Sapiro (2003) salientam que as organizações estão atuando decisivamente para incentivar o espírito empreendedor em seus processos empresariais, criando um empreendimento corporativo interno, ou seja, um conjunto de atividades utilizado pela empresa para criar invenções e inovações por meios internos. É o caso dos investimentos focados em P&D (Pesquisa e desenvolvimento), que embora necessárias não são mais suficientes, pois as

empresas estão focando para aquilo que necessitam obter atualmente para permanecerem competitivas no mercado.

O EMPREENDEDOR COMO UM AGENTE DE MUDANÇA

A contribuição do empreendedorismo para o crescimento e desenvolvimento econômico pode ser analisada por inúmeras circunstâncias, como as transformações decorrentes da introdução de produtos inovadores no mercado, pelas tendências tecnológicas e por mudanças nos processos empresariais. Os empreendedores agem de forma independente, desenvolvem inovações relevantes e assumem riscos ao introduzi-los no mercado, tornando-se importantes agentes do desenvolvimento e do crescimento econômico levando a empresa a uma nova colocação perante a concorrência.

Para o empreendedor atingir tal colocação no mercado ele deve saber determinar foco, objetivo, missão e um plano de negócios muito bem estruturado, pois é a declaração de suas missões e competências que se tornarão essenciais para a definição do foco de negócio.

Mirshawka (2004, p. 22) ressalta:

A declaração de missão de um empreendedor pode ser algo do tipo: “Quero ter a satisfação de ser um líder, e não um seguidor. Desejo na minha vida profissional a garantia de ser ouvido e ter minhas idéias acatadas e implementadas. Almejo ter autonomia para fixar meu próprio ritmo de trabalho e progredir de acordo com as minhas próprias ambições profissionais, vinculando meu sucesso ao esforço individual apoiado por uma equipe de colaboradores. O objetivo da minha vida é o desenvolvimento de uma carreira profissional mais plena de significado, com compensação pessoal e com maior influência nas decisões que influenciam a sociedade.

A necessidade de uma visão, entretanto, vai além. Ao adotar uma visão, as empresas e as pessoas podem fazer escolhas mais sensatas, pois ao estabelecer uma visão, é preciso apropriar-se e acreditar nela. É preciso transformar teoria em prática, descobrir a visão real e estabelecer os meios e os fins. Uma visão pode tornar-se um mapa da direção futura e pode estabelecer ordem e critério para medição do êxito, mas para ser realmente eficaz, a visão deve ser bastante coerente para criar uma imagem identificável do futuro e ser bastante convincente para gerar comprometimento com o desempenho (ALLEN, 1998). A declaração ideal de visão deve ser clara, envolvente, memorável, alinhada aos valores da empresa e

vinculada às necessidades dos clientes; a visão não é naturalmente uma estratégia, é uma identificação do caminho para o futuro.

O empreendedor que quiser realmente ter uma empresa de qualidade deve estabelecer uma estrutura filosófica que passa da sustentação ao pensamento da administração, consistindo nos seguintes parâmetros: missão, objetivos, metas, valores e princípios. Portanto, partindo desse pensamento o empreendedor deve além de tudo planejar e definir ações, bem como estruturar um plano de negócios e saber articular e dirigir suas estratégias. Quem busca planejar corretamente deve estar sempre atento a todos os sistemas da empresa, seja ele marketing, produção, vendas, finanças, clientes, concorrência, tendências de mercado, etc. É fundamental no planejamento incluir tópicos que privilegiam a gestão estratégica e neste caso uma boa dica é seguir as seguintes etapas: definir o problema, determinar as consequências, avaliar as alternativas, escolher uma opção, agir e finalmente, avaliar os resultados obtidos (MIRSHAWKA, 2004).

Determinar um plano de negócios é a base para o manual operacional e sem dúvidas o plano de negócios é um modelo de trabalho, é o guia operacional de seu negócio. Almeida (2008) salienta que o plano de negócio é a forma mais clara de demonstrar o resultado de uma metodologia de planejamento que permite possuir uma estrutura que será à base das realizações das etapas pertinentes ao empreendimento.

A princípio o plano de negócios é utilizado de duas maneiras: seja para fornecer declaração de metas e estratégias para uso dos indivíduos de uma empresa ou para colaborar no desenvolvimento do relacionamento com pessoas externas a organização, que podem colaborar para que esta atinja seus objetivos (LONGENECKER et al, 2007). Desta forma, o plano de negócios é então um exercício fundamental que o empreendedor precisa executar para analisar o comportamento do mercado e as diversas opções que tornam o negócio viável.

Para Sahlman (2002) o pressuposto por trás dessa estrutura dos grandes negócios tem atributos fáceis de identificar, mas difícil de reunir. Os empreendedores têm habilidades e experiências diretamente relevantes para a oportunidade que estão perseguindo. Mas, quando se trata de oportunidade propriamente dita, um bom plano de negócios começa enfocando duas questões: o mercado para o empreendimento é grande e está em um rápido crescimento? O setor é estruturalmente atraente? Empreendedores buscam mercados grandes ou

de crescimento rápido porque muitas vezes é mais fácil obter uma fatia de mercado que está em desenvolvimento do que lutar com o concorrente por uma fatia de um mercado maduro ou estagnado. Os mais inteligentes, esforçam-se para identificar mercados potenciais de alto crescimento e é daí que estão as grandes compensações financeiras.

A oportunidade de uma idéia está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja ele através da inovação ou da diferenciação. Ela tem algo de novo que atende a uma demanda de clientes, representando um seguimento de mercado (DOLABELA, 1999). Mas uma idéia revolucionária por si só não é capaz de dar início a uma empresa de sucesso, isso só ocorre quando o empreendedor tem por trás dessa grande idéia o conhecimento do mercado onde está atuando, tem visão do negócio e sabe ser pragmático no momento adequado, identificando seus pontos fracos, defendendo sua idéia e conhecendo sua concorrência (DORNELAS, 2008).

E como o empreendedor se capacita para identificar oportunidades? Antes de qualquer ação o empreendedor deve se reunir de uma estrutura de pensamento sistemático e visionária, graças a qual ele estabelece alvo e depois instala um fio condutor, um corredor que segue para atingi-los. Sem isto, corre o risco de perder o caminho (FILION, 1997 *apud* DOLABELA, 1999, p. 90).

Este foco possibilitará ao empreendedor pensar intensivamente no seu produto, serviço e/ou atividades. Uma vez traçado um plano, o empreendedor estará atento a tudo que se refere a este negócio.

Atualmente ter a missão, os objetivos e o plano de negócios estabelecidos pela empresa não é mais suficiente para que ela se torne atrativa para o mercado, hoje devido às grandes tendências do mundo capitalista o mercado busca profissionais que saibam agregar valores a qualquer tipo de empreendimento e que eles sejam capazes de gerir uma empresa que tenha baixo capital de giro. Brush, Greene e Hart (2002) salientam que “atrair recursos para um empreendimento novo é provavelmente um dos maiores desafios enfrentados pelos empreendedores”. Mas que além de tudo serão administradores de conflitos e riscos e, que não terão apenas trabalhos de sucesso.

Mas para isso é necessário que esses profissionais estejam muito bem preparados para enfrentar essa gama de atividades, por isso é de suma importância que todo empreendedor saiba agregar estímulos a sua cultura de aprendizado, ou seja, ter o hábito da leitura, amparar-se em métodos de pesquisa e em experiências

passadas, o que poderá dar ótimas dicas de sustentação para seu negócio, além de ampliar seus conhecimentos e de fortalecê-los em trabalhos futuros.

Como ressalta Mirshawka (2004) é necessário que o empreendedor tenha autoconhecimento, esteja altamente predisposto ao enfrentar riscos, tenha um bom preparo intelectual e torne-se um pesquisador nos assuntos dos negócios e tenha sempre uma atitude positiva.

Então, diante disto os empreendedores constroem estratégias de sucesso descartando rapidamente as idéias com baixo potencial refinando seus estudos; onde requer bom senso de reflexão e não dados novos. O empreendedor deverá estar familiarizado com os fatos necessários para determinar se é uma idéia de méritos (BHIDE, 2002b).

Segundo uma pesquisa publicada na revista INC. 1989 nos Estados Unidos, que reflete a origem das idéias empreendedoras evidencia-se que: 4% das descobertas são através de realização de pesquisas sistemáticas em busca de oportunidades; 5% das descobertas são derivadas pela onda de revolução dos PCs; 71% são por meio de cópias ou modificações de idéias encontradas através de um emprego anterior e, 20% constituem as descobertas por acaso (BHIDE, 2002b).

É evidente que não é perante qual tipo de oportunidade que o empreendedor enxergou que irá dizer se seu empreendimento terá êxito ou não, mas sim pela forma que ele passará a gerenciar este negócio, quais serão suas articulações perante a concorrência e sobre as influências do mercado.

CONCLUSÃO

Diante do que foi exposto neste artigo científico e como finalização, concluí-se que uma nova idéia pode tornar-se um negócio de grande êxito se a trajetória dos recursos da empresa for estrategicamente desenvolvida desde o início e esta não é uma tarefa difícil para os empreendedores, pois esses profissionais constroem estratégias de sucesso descartando as idéias de baixo potencial, refinando seus estudos e focando seu trabalho na construção do empreendimento.

Desta forma o empreendedor torna-se o principal elemento capaz de manter as organizações competitivas e rentáveis, através do conhecimento, foco em pesquisas e habilidades empreendedoras, demonstrando ser um profissional que tem um bom preparo intelectual e boa desenvoltura em absorver e disseminar

conhecimento. O grande diferencial entre os empreendedores de sucesso é que além de estruturar eficientemente suas idéias, eles valorizam seu capital intelectual, articulam sua maneira de visionar métodos de pesquisas e sabem mais do que ninguém acompanhar as tendências do mundo capitalista.

REFERÊNCIAS

- ALLEN, R. O processo de Criação da Visão. **Revista HSM Management**, São Paulo, v. 2, n. 9, p. 18-22, jul/ago, 1998.
- ALMEIDA, R. V. **O Guia do Jovem Empreendedor**. São Paulo, Viena, 2008.
- BHIDE, A. As perguntas que todo empreendedor deve responder. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e Estratégia**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002a.
- BHIDE, A. Como os empreendedores constroem estratégias que dão certo. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e Estratégia**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002b.
- BRUSH, C. G.; GREENE, P. G. ; HART, M. M. Empreendedorismo e construção para base de recursos. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 42, v. 1, p. 20-35, jan/mar, 2002.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. 3ª ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. 6ª ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.
- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo corporativo: conceito e aplicações. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 81-90, abr/jun, 2004.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- LONGENECKER, J. G. ; Et al. **Administração de pequenas empresas**. 13ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- MIRSHAWKA, V. **Empreender é a solução**. São Paulo: DVS Editora, 2004.
- PISCOPO, M. R. Empreendedorismo corporativo e competitividade em empresas de base tecnológica. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 131-150, jan/mar, 2010.
- SAHLMAN, W. A. Como elaborar u, grande plano de negócios. In: HARVARD BUSINESS REVIEW. **Empreendedorismo e Estratégia**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002b.

