

Barbosa, Elsa (2007). Motivação para o Empreendedorismo *in Projecto FIRME: factores de influência relevantes na motivação para o empreendedorismo*, coord Fernando José Calado e Silva Teixeira, Maria do Sacramento Bombaça Basílio; colab Sónia Faria de Carvalho ... [at al.] – Beja: Instituto Politécnico de Beja. Centro de Estudos e Desenvolvimento Vasco da Gama, 7-30.

Elsa Maria Nunes Barbosa
Escola Superior Tecnologia e Gestão/Instituto Politécnico de Beja
elsa.barbosa@ipbeja.pt

1. A motivação para empreender

De entre as diversas definições de motivação propostas pelos teóricos que se debruçaram sobre a investigação desta temática, pode dizer-se que “motivação é o impulso proporcionado por um conjunto de motivos internos que nos leva a agir. Eles estão relacionados ao futuro, ou seja, o que visualizo para mim, o que quero, onde pretendo chegar. É a possibilidade de realização de sonhos.” (Wiesel, 2006d)

De acordo com Hersey e Blanchard (1986, p. 18), “a motivação das pessoas depende da intensidade dos seus motivos, que podem ser definidos como necessidades, desejos ou impulsos oriundos do indivíduo e dirigidos para objectivos, que podem ser conscientes ou subconscientes.”

Para conseguirmos motivar-nos a nós próprios e aos outros é fundamental fazer a identificação das necessidades, desejos, estímulos de cada um.

A motivação é sempre individual e depende de aspectos intrínsecos. O motivo que leva a desencadear o desejo e necessidades numa pessoa será diferente do estímulo que desencadeia o processo motivacional noutra pessoa, dependendo muito do momento que a pessoa está a passar, da cultura, ambição e ambiente.

E é esta motivação que será responsável pela energia que o indivíduo se munirá para executar a acção. (Martins, 2007) Transpondo para o ambiente organizacional, podemos dizer que se trata da habilidade do indivíduo se reinventar como ser humano, de estar acima do seu desempenho médio, capaz de realizar objectivos, superar os limites e alcançar o sucesso.

Fera (2006) refere que é através da educação da inteligência emocional que se obtém motivação duradoura e contínua. Através da educação, ou seja, da transformação da forma de pensar e sentir. Isso acontece quando ocorrem novas conexões nervosas nos

nossos neurónios. Ou seja, a partir da conexão da informação com a acção obtém-se o resultado desejado.

De acordo com Wiesel (2006d), o ser humano motiva-se se procurar suprir as necessidades de crescimento, desenvolvimento e realização, de reconhecimento proporcionado pelo grupo primário e pelos grupos secundários, de poder e sucesso, podendo estas necessidades ser suprimidas por etapas ou de uma só vez.

Mas só integrados numa organização (a nossa ou a de terceiros, para a qual prestamos serviços) os nossos sonhos, as nossas ambições, os nossos desejos e as nossas necessidades (de sucesso) podem se alcançados. (Wiesel, 2006d)

A palavra SUCESSO tem um significado subjectivo, pois depende do ponto de vista de cada um, mas é almejado por todos os seres humanos. "...o estabelecimento de metas e objectivos bem delineados são passos imprescindíveis." (Wiesel, 2006e, p.1)

Contudo, coloca-se a questão: porque é que algumas pessoas chegam ao lugar que desejam e outras permanecem na mesma situação, sem melhorar a sua própria vida?

Citando Wiesel (2006e) "Será comodismo? Será que elas gostam da situação em que se encontram e preferem permanecer assim? Será que a sorte deixou de sorrir para ela? Será que Deus está [a castigar] esse indivíduo e por isso suas portas são mais estreitas?

O que impede uma pessoa de [alcançar] o sucesso são factores como o medo, a falta de desejo verdadeiro e a falta de esforço máximo naquilo que faz." (p.1) O medo é o grande vilão do sucesso.

Fera (2006) refere que é necessário decidir se, se quer apenas um "show", ou se quer realmente a mudança de estado de consciência e comportamento.

Saber, ter conhecimento ou potencial não garante o resultado. É preciso ter ambiente adequado para o potencial se manifestar. A acima de tudo, atitude. Consciência para onde se quer ir, de modo a eliminar a inércia.

"Para que [se possa] criar um caminho definitivo que nos leve ao [sucesso], devemos rever as nossas reacções diante de determinadas situações que se apresentam, diariamente, na nossa vida." (Wiesel, 2006b, p.1)

Nomeadamente, a forma como lidamos com as situações muitas vezes, complicadas do dia-a-dia. É do nosso interior que nos vem a força para nos guiar na vida. A bagagem que fomos armazenando, no nosso íntimo, ao longo do tempo. O apoio, o bom senso, a lucidez, a atitude serena diante do inesperado, tem origem na qualidade da nossa infância, na intensidade do afecto que recebemos, nas crenças dos nossos pais, na

conduta deles perante os problemas, na sua esperança ou pessimismo. Tudo isto, molda-nos até onde permitimos. (Wiesel, 2006g)

A oportunidade para alcançar o sucesso surge ao longo da nossa vida de diversas formas. É preciso estar atento para entender e aproveitar as ocasiões, mas isso exige planeamento, esforço, treino, ousadia e persistência e muitos outros factores, para além destes. São esses factores, no seu conjunto, que fazem a diferença.

A linha que separa o sucesso do fracasso é muito ténue. Todos nós temos potencial para o sucesso, independentemente da área profissional, do nível socio-económico e cultural. Mas não podemos esquecer que a forma de alcançar o sucesso é a mesma para todas as pessoas. (Wiesel, 2006e)

2. Abordagem sobre o Empreendedorismo

De acordo com a enciclopédia Wikipédia, empreendedorismo designa os estudos relativos ao empreendedor, ao seu perfil, às suas origens, ao seu sistema de actividades, ao seu universo de actuação.

Empreendedor é utilizado para designar, as actividades de quem se dedica à criação de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na criação do próprio conhecimento ou na inovação em diversas áreas de actividade.

A palavra empreendedor (entrepreneur) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo de novo.

Os primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo ocorrem no século XVII, com Richard Cantillon. É considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor (aquele que assume riscos), do capitalista (aquele que fornecia o capital).

Também o economista Schumpeter em 1950 conceptualizou o empreendedorismo como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações.

Mais tarde, Knight (1967) e Peter Drucker (1970) introduziram o conceito de risco. Uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. (Wikipédia, 2007)

Para Zimmermann (2006d) o objectivo do empresário é alcançar o lucro, o poder na forma de crescimento empresarial e acumulação de riqueza. O objectivo do empreendedor é realizar, é a procura do novo, é o “poder” de reconhecimento futuro.

Zimmermann (2006e) define empreendedorismo como “... o fenómeno relativo aos actos e comportamentos dos empreendedores, pessoas capazes de transformar sonhos em realidades a partir de seu capital intelectual e da sua força de vontade.” (p.1)

O projecto GEM define empreendedorismo como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos.” (p.1)

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor 2004, o empreendedorismo encontra-se no centro da política económica e industrial, abrangendo quer a criação de novos negócios, quer o desenvolvimento de novas oportunidades de negócio em organizações já existentes.

Ninguém nasce empreendedor. Contudo o contacto com a família, escola, amigos, trabalho, sociedade vai favorecendo o desenvolvimento de alguns talentos e características de personalidade e bloqueando ou enfraquecendo outros. O empreendedor é fruto da relação constante entre os talentos e características individuais e o meio em que vive. Ser empreendedor é resultado de trabalho, talento e disponibilidade financeira, entre outros.

Zimmermann (2006g) refere que cientistas britânicos confirmam que “... a genética é fundamental na determinação das características empreendedoras, revelando que quase metade da propensão de um indivíduo para empreender se deve a factores hereditários.” (p.1)

Outra hipótese que se coloca é que cada indivíduo tem dentro de si um potencial empreendedor. Uma terceira corrente enfatiza que o meio ambiente, social e biofísico determinam o comportamento empreendedor. (Zimmermann, 2006d)

As relações familiares; os casos em que os filhos seguem os passos dos pais e enfrentam os obstáculos a serem superados; a exposição precoce ao risco, podem determinar o empreendedor. (Zimmermann, 2007a) Para o teórico McClelland o empreendedorismo poderá estar associado à necessidade de realização que as pessoas têm.

O empreendedorismo não se aprende, desenvolve-se. A educação empreendedora centra-se nas atitudes e procura desenvolver pessoas pró-activas e dotadas de mentes capazes de planear.

A este propósito Zimmermann (2006g, p.1) refere “O empreendedorismo pode ser desenvolvido, não ensinado.” As empresas vocacionadas para o ensino do empreendedorismo ajudam as pessoas a “... desenvolver e aperfeiçoar as características de um empreendedor vitorioso.” Zimmermann (2006e, p.1)

O estudo do empreendedorismo permite identificar as condições que levam o empreendedor ao sucesso. Através desse entendimento, é possível ensinar-se a ser empreendedor.

A disciplina de empreendedorismo está actualmente disseminada e presente em grande parte dos currículos. No contexto nacional, pode-se encontrar sob a forma de disciplina, pós-graduação, mestrado e doutoramentos. O número de publicações quer nacionais, quer internacionais que se debruçam a explorar o tema é significativo. São também diversos os esforços levados a cabo por diversas entidades no sentido de estimular acções empreendedoras (Cotec; Inovation 2007: Concurso Lena Business; Concurso Nacional de Inovação BES; Programa FINICIA; Concurso Regional da Melhor Ideia de Negócio; START; Concurso Nacional de Empreendedorismo; PNACE - Programa Nacional de Accção para o Crescimento e o Emprego; Programa NEOTEC).

Segundo dados da EMK Foundation (Zimmermann, 2006g, p.1), “... em 1985 apenas 3000 universidades americanas tinham a disciplina de empreendedorismo nos currículos. O número cresceu para 1000 universidades em 1991 e, para mais de 2000 em 2005. Esse crescimento traduz a satisfação dos alunos graduados e a [adequação da inclusão] dessa disciplina.”

Uma pesquisa recente, feita na Universidade do Arizona, mostrou que os alunos que se especializaram em empreendedorismo auferem rendimentos anuais até 27% maiores do que os seus colegas com outro tipo de especialização.

A educação empreendedora procura despertar mais precocemente o espírito empreendedor latente nas pessoas, acelerando a curva de desenvolvimento das habilidades e das atitudes empreendedoras. Procura despertar a atenção para as oportunidades, ao ensinar a planear e estabelecer prazos para as conquistas. (Zimmermann, 2006g)

Também o GEM (2004) refere a importância crescente de compreender e estudar a relação entre empreendedorismo e crescimento económico.

Um estudo levado a cabo pela Accenture (2002) em 26 países revelou que 97% dos empresários e gestores inquiridos concordaram que o empreendedorismo é vital para o sucesso de uma empresa.

Os empreendedores podem ser voluntários (que têm motivação para empreender) ou involuntários (que são forçados por motivos alheios à sua vontade: desempregados, imigrantes, etc.)

A motivação do empreendedor para iniciar um negócio poderá resultar do seguinte: de um lado, o empreendedorismo por oportunidade, em que o empregador é motivado pela percepção de um nicho de mercado com potencial de crescimento, e passa a explorá-lo; do outro lado, o empreendedorismo por necessidade, motivado pela falta de alternativas (desemprego, complemento ao rendimento auferido). (Zimmermann, 2006e)

Também o estudo GEM (2004) refere que o empreendedorismo induzido pela oportunidade reflecte o desejo de aproveitar uma oportunidade de negócio através da criação de uma empresa por iniciativa própria, aproveitando a oportunidade do mercado. O empreendedorismo induzido pela necessidade decorre da ausência de outras oportunidades de emprego, ou pelo menos de oportunidades aceitáveis de emprego, orientando os indivíduos para a criação de uma nova empresa, pois estes consideram não possuir melhores alternativas.

São diversas as hipóteses que se colocam sobre o que motiva os empreendedores. Poderá ser dinheiro, ganância sem limites, recompensas, prémios, colocar as poupanças em risco – desafio. Para Bolson (2006) o que motiva realmente os empreendedores é alcançar um sentimento de realização pessoal, mostrar as suas potencialidades como pessoa, prestígio social, poder político através do alcance do poder económico, gostarem de competir, de vencer e de saborear vitórias. Também são referidas motivações sociais, a importância de transformar descobertas em produtos úteis para a sociedade, vencer desafios, transformar em realidade os sonhos, procurar a eternidade, o instinto de protecção das gerações futuras após o nascimento do primeiro filho.

Anthony (2007) refere que a motivação para iniciar um novo negócio advém de se chegar ao topo de uma carreira. O sucesso rápido pode ser estimulante, mas uma reforma antecipada pode também ser um bom motivo para se iniciar um novo negócio.

Para que o negócio tenha sucesso é necessário começar por implementar uma ideia ou oportunidade. Convém sublinhar que uma ideia pode ser genial, mas depois não ter

mercado e clientes. (Anthony, 2007) É necessário haver períodos onde se recolhe informação e depois parar e olhar para trás. Aprende-se os passos à medida que se vai avançando. Uma forma de aprender e recolher informação útil é juntar-se a um clube de empreendedores. A inserção numa rede também se torna importante. Os professores no ensino superior são também frequentemente boas fontes de informação. Assim, passo a passo, vai-se aprendendo a melhor forma de fazer as coisas. Mas é preciso ser um fazedor, estar disposto a aprender com o que se faz e estar preparado para falhar algumas vezes. (Ary, 2006)

As vantagens associadas ao empreendedorismo são claras: a criação de novas empresas implica um investimento na economia local, a criação de novos empregos, a promoção da competitividade e o desenvolvimento de ferramentas de negócio inovadores. Assim, o empreendedorismo é, *per si*, um forte impulsionador do emprego e do crescimento económico e uma componente chave numa economia de mercado globalizada e competitiva. (GEM, 2004, p.1)

3. Competências, habilidades e perfil para empreender

As habilidades requeridas a um empreendedor podem ser classificadas em três áreas:

Técnicas: envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipa:

Organizacionais: incluem as áreas envolvidas na criação e gestão da empresa;

Características pessoais: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia, persistente, visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e ter paixão pelo que faz.

O empreendedor deve ter características diferenciadas como originalidade, ter flexibilidade e facilidade nas negociações, tolerar erros, ter iniciativa, ser optimista, ter auto-confiança, ter intuição e ser visionário. (Wikipédia, 2007)

O empreendedor deve aperfeiçoar a capacidade de ser optimista, ter auto-estima, demonstrar independência, segurança e confiança, ter uma visão geral do negócio a ser proposto e demonstrar persistência em colocá-lo em prática. (Zimmermann, 2006e)

Wiesel (2006h) refere que o empreendedor tem de ser um líder capaz de orientar, mostrar os caminhos e gerar grandes resultados. Deverá ser dotado de características não só técnicas, mas também comportamentais (carisma, humildade, sinceridade, ser preocupado, compreensivo).

Zimmermann (2006c) também afirma que “Os empreendedores não desistem dos seus sonhos e [procuram] sempre o melhor para a empresa e os seus profissionais.” (p.1)

O sucesso nos negócios depende principalmente dos nossos próprios comportamentos, características e atitudes e não tanto do conhecimento técnico de gestão.

A este propósito, Bancalero (2006) refere a importância da quantificação de factores intangíveis (conhecimento, competências de inovação, melhoria da atitude, capacidade de atrair, motivar e reter talento humano, a marca, a patente, entre outros) em detrimento de activos tangíveis (edifícios, carros, mobiliário, hardware, entre outros), pois são os primeiros que irão gerar riqueza às organizações.

Empreendedores são pessoas que não apreciam situações de normalidade ou mediocridade, têm a capacidade de “ver o invisível” e, fundamental, precisam ter uma “estrutura” profissional e emocional para ir em direcção contrária do fluxo praticado. (Wikipédia, 2007)

O sucesso do empreendedor está intimamente ligado às virtudes pessoais, à forma como envolve e compromete os elementos da equipa. (Zimmermann, 2006c)

O empreendedor tem a missão de inspirar, nos seus colaboradores, a motivação para a conquista, transmitindo-lhes sinergia, amizade, companheirismo e satisfação. Deve ser um modelo. A sobrevivência de uma empresa está relacionada com o conceito que ela tem de união e como ela vai passar isso para os seus colaboradores – juntos somos fortes. (Wiesel, 2006h)

Para Fera (2006) “Quando só uma pessoa acredita numa ideia, ela é frágil, já se várias pessoas acreditarem nessa ideia, ela será forte. E se essas pessoas passarem a pensar [em] meios de tornar essa ideia realidade, ela vai crescer [com] força e vitalidade. Vai ficar cada vez mais poderosa. Assim nascem os impérios! E não há concorrente que resista a uma [equipa] unida e criativa, em torno de metas e objectivos bem definidos.” (p.1)

Assim, se desencadeia o auto desenvolvimento de uma organização. (Wiesel, 2006h)

Para Fera (2006), o verdadeiro empreendedor tem de saber provocar mudança no estado de consciência dos seus colaboradores, para com isso obter os resultados desejados de forma perene e com menor esforço.

Mas nunca devemos esquecer que o caminho do empreendedor é uma estrada longa, muitas vezes solitária e difícil. A impulsividade por pressa, a ausência de planeamento visando acções concretas e específicas, podem determinar o fracasso, apesar de todas as

qualidades de empreendedor que uma pessoa possa possuir ou ter desenvolvido. (Zimmermann, 2007a)

De acordo com o jornal Expresso Emprego on-line (2007a) o empreendedor de sucesso deve ter algumas características específicas: garra, força de vontade. Deve ter disposição para correr riscos, ter a capacidade de enfrentar desafios conscientemente e se algo não correr da melhor forma, reagir e aprender com os erros. Deve ser criativo, dotado de iniciativa e optimismo, ambição e dinamismo para percorrer o caminho longo e difícil e não se acomodar. Deve fazer muita pesquisa para conhecer o mercado e o ramo onde pretende actuar e estar sempre atento às oportunidades de negócio. Deve ser possuidor de boas capacidades organizativas e de liderança, fomentando as relações interpessoais e a escuta activa bem como a exposição de ideias.

Também Pena (2007) refere que o perfil do empreendedor é determinante para o sucesso (ou não) do negócio. Conhecimento e flexibilidade para gerir as mudanças constantes, capacidades de gestão e toma de decisão, liderança, planeamento, pensamento estratégico, capacidades comportamentais e cognitivas e capacidade para ler, estudar, pesquisar e procurar manter-se informado são fundamentais.

Muitos são os autores (Araújo, 2006a; Araújo, 2006b; Araújo, 2006c; Vilhena, 2007; Wiesel, 2006c; Wiesel, 2006f; Zimmermann, 2007b; Zimmermann, 2006f; Zimmermann, 2005h) que apresentam um leque vasto de características, habilidades, capacidades, competências, sinais, práticas, motivações, atitudes, comportamentos, mentalidade e perfil que o empreendedor deve ser portador. Contudo, sintetizaríamos da seguinte forma essas mesmas características:

1. Tenho sempre um cartão de visita para a eventualidade de realizar um novo contacto?
2. Quando viajo, mesmo em passeio, estou atento às novidades que possam ser úteis posteriormente?
3. Quando realizo uma tarefa, preocupo-me em acrescentar algo de novo ao estabelecido?
4. Quando provo um novo prato, interesse-me por saber quais são os ingredientes utilizados e como foi confeccionado?
5. Renunciaria a um fim-de-semana com amigos para concluir um projecto de trabalho?

6. Concordo com o dito popular: “Água mole em pedra dura tanto dá até que a fura”?
7. Quando tenciono adquirir algo, penso na forma de o conseguir?
(Guerrinho, 2006, p. 117)

4. Empreendedorismo em Portugal

O projecto Global Entrepreneurship Monitor - GEM foi iniciado em 1999, em 10 países, no seguimento de uma iniciativa conjunta do Babson College (Estados Unidos da América) e da London Business School (reino Unido).

Procura analisar e compreender o empreendedorismo à escala global e estudar a relação complexa entre empreendedorismo e crescimento económico e é o maior estudo de empreendedorismo a nível mundial.

Portugal participou no projecto em 2004 e anteriormente, em 2001.

A pesquisa GEM 2004 investigou o empreendedorismo em 34 países em 2004, cuja Taxa de Actividade Empreendedora – TEA variou de 1,5% até mais de 40%, com uma média de 9,3%, implicando que cerca de 73 milhões de pessoas adultas, com idade entre 18 e 64 anos, estavam envolvidas em actividades de negócios no mundo.

A TEA é definida como a percentagem da força de trabalho que está a iniciar novos empreendimentos ou já é proprietária ou gerente de negócios a menos de 42 meses.

As principais conclusões do trabalho desenvolvido no âmbito deste projecto em 2004 são as seguintes:

Nível de Actividade Empreendedora e Desenvolvimento Económico em Portugal

Portugal apresenta uma das mais baixas TEA. Em cada 100 pessoas, somente 4 são empreendedoras, posicionando o país em 13º lugar entre os 16 países da União Europeia (EU) e o 28º lugar entre os 34 países; A TEA no ano de 2004 foi de 4%, constituindo uma descida de mais de 3% relativamente aos 7,1% obtidos em 2001;

Constata-se um equilíbrio entre o número de empreendedores do sexo feminino (48%) e masculino (a média global é de 38% de empreendedores do sexo feminino);

Mais de 70% dos empreendedores optam pelo sector de actividade direccionado ao consumidor. 18% optam pelo sector da transformação e 11% pelo sector dos serviços para clientes organizacionais. Relativamente à extracção, não se registou a existência de empreendedores neste sector. A média dos países GEM é 47%, 23%, 16%, 6%, respectivamente, e 8% noutras áreas ou sectores mistos;

Há um ligeiro predomínio de empreendedores no desenvolvimento de negócios nascentes relativamente aos associados à gestão de um novo negócio;

Há um número significativamente maior de indivíduos que se tornaram empreendedores movidos pela intenção de aproveitar uma oportunidade de negócio (75%), em comparação com aqueles que tomaram esta opção por não encontrarem “melhores opções de emprego”.

Verifica-se uma relação linear simples positiva indicada pelo coeficiente de correlação entre o crescimento do PIB e empreendedorismo nacional.

O Fórum Económico Mundial publica anualmente o índice de competitividade global - *Global Competitiveness Index (GCI)* - como medida da competitividade nacional de 104 países. Segundo os valores determinados para 2004, Portugal encontra-se em 40º lugar a nível mundial.

Características Demográficas

Verifica-se ainda que as empreendedoras são oriundas uniformemente de todas as classes sociais em Portugal, enquanto que os empreendedores do sexo masculino são predominantemente originários das classes alta e média alta. Na sua maioria, as empreendedoras portuguesas têm menos de 34 anos, enquanto que os empreendedores do sexo masculino se distribuem uniformemente de acordo com a idade, desde os 18 aos 64 anos de idade. Constatou-se ainda que os empreendedores em Portugal tendem a possuir um nível de escolaridade acima da média relativamente ao colectivo da população.

Aspectos chave que influenciam as dinâmicas económicas e as condições do empreendedorismo em Portugal

O apoio financeiro a iniciativas ligadas ao empreendedorismo é insuficiente e a acessibilidade ao capital do sector privado é inadequada, atenuando o fomento do empreendedorismo.

Há uma consciencialização, por parte do Governo, das necessidades dos empreendedores. No entanto, a morosidade do aparelho burocrático resulta numa ineficiente interacção entre as agências governamentais e os empreendedores.

A todos os níveis, o sistema educacional Português não prepara os estudantes para tirarem partido de novas oportunidades de negócio; não promove a criatividade nem o espírito inovador.

O recente aumento do número de parques de ciência e tecnologia e incubadoras de empresas constitui uma melhoria das infra-estruturas físicas, comerciais e profissionais necessárias para um empreendedorismo mais eficaz. No entanto, peca pela sua aglomeração junto às duas maiores manchas populacionais, ao invés da sua proliferação por todo o país.

Existe uma boa prática de I&D em Portugal, mas as ligações entre as organizações de I&D e as organizações que poderiam comercializar novas ideias são escassas e carecem de melhorias.

Existem boas infra-estruturas comerciais, profissionais e físicas ao dispor dos empreendedores portugueses. Todavia, o acesso às mesmas está geralmente além das possibilidades financeiras de empresas novas e em crescimento.

Apesar de algumas empresas novas e em crescimento se depararem com custos que impedem a sua entrada em novos mercados, em Portugal estas empresas conseguem entrar no mercado sem serem injustamente bloqueadas por empresas já existentes. Por outro lado, a legislação anti-trust é eficiente na protecção da propriedade intelectual.

A cultura portuguesa limita o nível de empreendedorismo, pois trata-se de uma cultura que não incentiva o risco nem a responsabilidade individual. A cultura nacional é, portanto, não empreendedora. Da mesma forma, a população caracteriza-se por uma falta de capacidade empreendedora que reduz as oportunidades de sucesso dos empreendedores.

A este propósito Bolson (2006) refere o facto da sociedade não valorizar o êxito individual. Todos nós deveríamos valorizar mais o êxito individual. De deixar de abominar o lucro empresarial como algo quase que pecaminoso. Isto de modo a estimular os empresários, a não precisarem de falar das suas actividades lucrativas com qualquer tipo de constrangimento, nem terem um sentimento de perseguição por parte de órgãos governamentais ou serem apontados como geradores de riqueza que reverte em nome individual e para proveito próprio em detrimento do desenvolvimento organizacional e social. Eles precisam sentir-se como agentes ou motores do desenvolvimento. Eles são construtores de riquezas e multiplicadores de empregos. São sustentáculos da imensa pirâmide que é o mundo capitalista.

O relatório GEM (2004) refere ainda que “A maioria dos especialistas também assinalou que a população portuguesa aprecia o fracasso dos empreendedores, contrariamente ao que sucede em países como o Reino Unido e os Estados Unidos, onde

se encara o fracasso e os erros como experiências para o sucesso de tentativas posteriores.” (p. 42)

Os agentes responsáveis e interessados no fomento do empreendedorismo nacional, de acordo com levantamento efectuado junto do site do jornal Expresso Emprego on-line (2007b), são vários e passamos a referi-los: Associação Nacional de Jovens Empresários; Associação Empresarial de Portugal; Associação para o Investimento e Formação Profissional da Universidade de Aveiro; Associação Nacional de Empresárias; Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias; Associação Nacional de Direito ao Crédito; Centro de Apoio à Criação de Empresas (CACE); Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento; Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal; Centros de Formalidades de Empresas (CFE); Ministério da Economia e Inovação; Sociedade Portuguesa de Inovação.

O Instituto de Informação em Franchising refere que o número de candidatos interessados em participar no curso “Como montar o seu próprio negócio em franchising” tem vindo a aumentar de ano para ano e as vagas para frequência do referido curso já mais uma vez se encontram esgotadas. Parece que o sonho dos portugueses de criarem o seu próprio negócio está a aumentar. (Instituto de Informação em Franchising, 2007a) Se não veja-se também o aumento do número de visitantes na 11ª edição da Expofranchise - 2006, que representou um aumento de 13% comparativamente a 2005. Sendo o franchising responsável por mais de 58 mil postos de trabalho (mais de 1% do emprego em Portugal), o seu perfil caracteriza-se por serem quadros médios e superiores e procurarem uma segunda fonte de rendimento e/ou realização profissional que não encontram no emprego actual. (Instituto de Informação em Franchising, 2007b)

Contudo, o empreendedor deve estar atento aos sinais que lhe são emitidos pelo ambiente geral da empresa, que demonstra que os sonhos e a felicidade estão em crise. Deve então diagnosticar os sinais de crise, de modo a que este não afectem seriamente a saúde de toda a organização e verificar onde e como agir.

Para isso, deverá introduzir algumas mudanças, nomeadamente: investir e facilitar a comunicação interna; dar autonomia às pessoas; valorizar o quadro de pessoal; implantar modelos de gestão que permitam conhecer o público interno, descobrindo o

que querem; reconhecer que estamos da era do SER. Esta era exige estratégias afinadas com os novos valores; permitir às pessoas que trabalham na empresa expressar as suas emoções, aspecto que até à pouco tempo era renegado no ambiente profissional; oferecer programas de melhoria e crescimento pessoal e profissional. (Wiesel, 2006a)

BIBLIOGRAFIA

Accenture, (2002) “Liberating the Entrepreneurial Spirit”

Anthony, Joseph, (2007) “7 Sinais de um Empreendedor”, <http://www.microsoft.com/brasil/pequenasempresas/issues/7signs>

Araújo, Paulo, (2006a) “Em 2007 use e abuse das “7 práticas óbvias para o sucesso da sua carreira””, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/dezembro_16.htm

Araújo, Paulo, (2006b) “Nada menos do que a excelência”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/dezembro_01.htm

Araújo, Paulo, (2006c), “Planeje Sua Vida”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/novembro_01.htm

Ary, Pedro, (2006) “A Inovação Aprende-se”, *Negócios & Franchising*, nº4, Março/Abril, pp 90-94

Bancaleiro, José, (2006) “Scorecard de Capital Humano”, Editora RH, Lisboa

Bolson, Eded, (2006) “O que motiva um empreendedor”, <http://eupatrao.blogspot.com/2006/09/o-que-motiva-um-empendedor-por-eder.html>

Fera, Ricardo, (2006) “Mais que motivação, é educação emocional! Isso faz toda a diferença nos resultados”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/novembro_16.htm

Guerrinho, Paulo, (2006) “Qual o negócio certo para si?”, *Negócios & Franchising*, nº 45, Maio/Junho, p 117

Hersey, Paul e Blanchard, Kenneth H., (1986), “Psicologia para Administradores: A Teoria e as Técnicas da Liderança Situacional”, EPU – Editora Pedagógica e Universitária, São Paulo

Martins, Débora, (2007) “Motivação – um diferencial competitivo”, http://www.emprenderparatodos.adm.br/motivacao/mat_17.htm

Pena, Fernanda, (2007) “Competências e habilidades para empreender”, http://www.emprenderparatodos.adm.br/entrevista/mat_10_fernanda.htm

Instituto de Informação em Franchising, (2007a), “O único curso em Portugal que ensina a seleccionar um franchising”, http://www.infofranchising.pt/html/-v2-eventos_3_default_q1ar_--_3Dcurso_franchising-txt_--_3D_id_--_3D2640_--_3D_idp_--_3D2882_--_3D_asp_--_3D3_q20_q30_q41_q5.htm

Instituto de Informação em Franchising, (2007b) “Balanço positivo da 11ª edição da Expofranchise”, http://www.infofranchising.pt/html/-v2-eventos_3_default_q1ar_--_3Dexpofranchise-txt_--_3D_id_--_3D3901_--_3D_idp_--_3D2630_--_3D_asp_--_3D3_q20_q30_q41_q5.htm

Jornal Expresso Emprego, (2007a) “Perfil do Empreendedor”, <http://expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=2482>

- Jornal Expresso Emprego, (2007b) “Associações”, <http://expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage.asp?headingID=2362>
- The Global Entrepreneurship Monitor, (2004) “Projecto GEM Portugal 2004”
- Vilhena, Paulo, (2007) “A Mentalidade do Empresário de Sucesso”, Negócios & Franchising, nº 50, Março/Abril, pp 120-121
- Wiesel, Gilberto, (2006a) “Empresário – sua empresa é feliz?”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/setembro_01.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006b) “Dor e prazer”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/agosto_01.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006c) “Sete dicas para viver melhor”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/julho_16.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006d) “Energize sua equipe de vendas através da motivação”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/junho_16.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006e) “Qual a verdadeira face do sucesso?”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/abril_16.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006f) “Quer recolocar-se no mercado de trabalho? – Motive-se”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/abril_1.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006g) “Nossa bagagem”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/marco_01.htm
- Wiesel, Gilberto, (2006h) “Trabalho em equipe uma vantagem competitiva”, http://portalbrasil.eti.br/2006/colunas/motivacao/fevereiro_01.htm
- Zimmermann, Cris, (2007a) “A origem do espírito empreendedor”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2007/04/23/a-origem-do-espírito-empreendedor/>
- Zimmermann, Cris, (2007b) “Características fundamentais de um empreendedor”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2007/01/24/caracteristicas-fundamentais-de-um-empreendedor/>
- Zimmermann, Cris, (2006c) “Bom é ser empreendedor”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/10/08/bom-e-ser-empreendedor/>
- Zimmermann, Cris, (2006d) “Eco-Empreendedorismo”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/09/06/eco-empreendedorismo/>
- Zimmermann, Cris, (2006e) “Conceito sobre empreendedorismo”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/08/05/o-conceito-sobre-empreendedorismo/>
- Zimmermann, Cris, (2006f) “10 características de comportamento empreendedor identificadas nos empresários de sucesso”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/09/07/10-caracteristicas-de-comportamento-empreendedor-identificadas-nos-empresarios-de-sucesso/>
- Zimmermann, Cris, (2006g) “Talento empreendedor inato”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2006/06/28/talento-empreendedor-inato/>
- Zimmermann, Cris, (2005h) “Você é empreendedor?”, <http://brasil.business-opportunities.biz/2005/11/03/voce-e-empreendedor-se-possui-as-caracteristicas-abaixo-e-le-com-frequencia-nosso-weblog-ja-e-meio-caminho-andado/>
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo>, Abril 2007