

Empreendedorismo

– Uma Energia Social Alternativa

José Cláudio Rodrigues Guerra

A mudança planejada visando ao desenvolvimento organizacional da área pública, que é o propósito a mover a todos nós e o ideal por nós contemplado, supõe necessariamente, uma bem traçada estratégia que nos conduza a esse objetivo. Para tanto, os termos estratégia e empreendedorismo devem ficar não apenas claros, mas especialmente inseridos no dia a dia do gestor/agente público, entendido como um homem organizacional que se identifica com sua instituição, fazendo de seu trabalho uma extensão de seu próprio ego.

O desenvolvimento do empreendedorismo na administração pública e no Brasil é algo relativamente novo, tendo seus primeiros sinais na década de 90, quando o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) foram criadas. Ambas as instituições tinham como fito principal dar apoio a pequenos e micro empresários. Em 1999 foi criado o programa “Brasil Empreendedor”, dirigido à capacitação de empreendedores em todo o país. Este programa vigorou durante quatro anos, tendo capacitado cerca de 6 milhões de pessoas. É com estes marcos iniciais que se pode falar de empreendedorismo hoje nos diversos cursos escolares, em faculdades, universidades, em cursos de pós-graduação. A pergunta é: Qual a importância disto para o país? Podemos começar a responder esta pergunta definindo o que se entende por empreendedorismo. Empreendedorismo é a transformação de idéias em oportunidades, levando a criação dessas novas oportunidades em transformação de negócios de sucesso. Ou seja, empreendedor é um transformador de idéias. Isto significa que, para ser empreendedor, não precisa ter uma idéia nova, uma idéia inédita, algo totalmente novo, mas sim transformar idéias em um negócio de sucesso. Se você vê algo que já existe, mas não está totalmente ou devidamente explorado e percebe uma possibilidade de criação de um negócio de sucesso, esse processo

de transformação se chama empreender, e esse empreendimento carregado por algumas características básicas do empreendedor tais como: iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz, capacidade de utilizar os recursos disponíveis, transformando o ambiente social e econômico onde vive, aceitando assumir os riscos, sempre de maneira calculada, das possibilidades de sucesso e/ou fracasso, que farão com que o novo negócio alcance êxito. No entanto para melhor responder a pergunta inicialmente feita, existe uma definição de Joseph Schumpeter (1949), talvez a mais adequada e que melhor reflita o espírito empreendedor, que é:

“O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Diante da citação, podemos depreender que o empreendedor influencia diretamente na ordem econômica, ou seja, pode-se dizer que o empreendedorismo é fruto de pessoas que devem dominar processos de gerenciamento, que possuem idéias inovadoras e enxergam as oportunidades, e que por características básicas tais como, iniciativa para criar um novo negócio, utilizando os recursos que estão disponíveis, transformando o ambiente sócio-econômico onde vive, se arriscam de maneira calculada, sabendo conviver com os pequenos sucessos e fracassos advindos da atividade desenvolvida. Essas características forjadas em um indivíduo o fazem diferente na relação social, e permitem uma transformação sócio-econômica no seu mercado de atuação. No entanto, não é fácil se tornar esse indivíduo. Em que pese os dados estatísticos do Sebrae entre 1990 e 1999, quando foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de empresas, dentre as quais cerca de três (03) milhões eram microempresas, ou seja, mais de 60% das empresas, do país, criadas nesse período eram de microempresas, estes novos e pequenos empreendedores nem sempre dotados de conhecimentos sobre planejamento e gestão de negócios, atuando normalmente, de forma empírica, não conseguiram levar adiante seu novo negócio, e isto se refletiu diretamente no alto índice de mortalidade das microempresas criadas, que chegou, à época, a 73% no terceiro ano de existência, segundo pesquisa do Sebrae em 1999.

Em que pese os problemas de ordem conjuntural, tais como baixa taxa de crescimento nacional, altas taxas de juros, entre outros problemas de ordem econômica, o fato é que houve um forte crescimento do índice de desemprego, levando pessoas à aventura da abertura do seu próprio negócio, seja por meio de suas economias de anos de trabalho, seja pela vontade de se tornar seu próprio patrão, seja por economias de herança. A verdade é que o fator desemprego, de alguma forma, aumentou o interesse por empreender e isto influencia diretamente na economia nacional.

A expectativa de que unidades familiares e empresas interajam entre si, de forma a revelar as necessidades sociais e responder a elas, fundamenta-se em uma importante idéia histórica, denominada “o modelo do contrato de mercado”, que reflete as doutrinas econômicas e política liberais.

O conteúdo central da idéia é o de que cada participante da economia – das empresas individuais ao trabalhador – obtenha sua parcela dos benefícios disponíveis para a sociedade pela oferta de bens e serviços desejados por outras entidades sociais e outros indivíduos. As firmas ou indivíduos fazem, com efeito, um “contrato de mercado” com outros membros da sociedade, visando fornecer a eles as coisas que desejam, em termos mais favoráveis do que poderiam conseguir por outros meios, e obtêm sua própria fatia do produto social, como retorno.

Conforme Adam Smith descreveu: “cada pessoa... vive pela troca, ou torna-se de alguma forma um comerciante e a sociedade, em si, transforma-se no que pode ser adequadamente chamado de sociedade comercial”.

De acordo com esse modelo, a consolidação da firma depende de sua habilidade em cumprir certas funções para outros membros da sociedade, em termos favoráveis. Caso o mercado sustente a empresa, esta terá continuidade e, provavelmente, crescerá. Caso as preferências se modifiquem, os custos subam, ou alternativas mais favoráveis apareçam, ela declinará e deverá buscar outras funções a cumprir ou simplesmente encerrar suas atividades.

Os problemas que não possam ser resolvidos pelo teste de mercado deverão ser direcionados para outros supra sistemas – o sistema decisório político – ou deixados para a ação privada social, como a das fundações sem fins lucrativos, amparadas por doações.

Para produzir bens e serviços estas novas empresas adquirem outros bens e serviços que o governo ou outras empresas produzem. De

posse de todos os bens e serviços necessários que, admite-se estejam disponíveis para a aquisição por parte das empresas aos preços de mercado, as empresas elaboram seus produtos. É então no “interior” das empresas que ocorre a produção. Uma questão relevante é saber o que existe no interior das empresas que permite a elas transformar alguns bens e serviços em outros bens e/ou serviços.

Pode-se admitir que dentro das empresas, como fatores principais da produção, existem capital e trabalho. É neste contexto que a motivação pelo empreendedorismo se insere, uma vez que quem oferece trabalho é quem possui capacidade de trabalho, ou seja, as pessoas. Embora não seja incomum ouvir frases como “fulano está procurando trabalho”, o correto é dizer que “fulano está procurando emprego”, já que as pessoas oferecem força de trabalho, enquanto as empresas (porque necessitam de mão-de-obra no processo de produção) demandam trabalho.

Consequentemente, ainda que isso possa parecer demasiado óbvio, deve-se estabelecer as razões que levam as pessoas a procurar emprego (oferecer trabalho). Naturalmente, a principal razão para as pessoas trabalharem é a necessidade de obter um montante de renda que lhes permita, e, eventualmente, aos seus dependentes, a aquisição dos bens e serviços de que necessitam e/ou desejam. A quantidade e a variedade desses bens e serviços são uma característica individual ou familiar, certamente bastante relacionada com o próprio nível de renda.

É claro que existem outras razões, até mesmo algumas de ordem psicológica. É relativamente comum encontrar pessoas que não precisam trabalhar, dado o montante de riqueza que recebem dos pais, por exemplo, mas trabalham até mesmo mais do que a média da sociedade. Também se conhece indivíduos que trabalham uma quantidade semanal de horas muito além do razoável, mesmo quando não lhes é muito importante a renda adicional que obtêm.

Mas a análise como regra de aceitação deve trabalhar no sentido da média, até mesmo porque se acredita que na maioria dos casos as pessoas trabalham realmente por necessitar de um montante de renda que seja capaz de proporcionar a aquisição de bens e serviços que lhes são de necessidade, daí o fato de ser remunerado.

O contrato de mercado puro é pragmático e não sujeito às leis da moral. Como ainda citado por Adam Smith: “não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro, que nós esperamos nosso

jantar, mas da observância de seus próprios interesses. Não devemos nos referir a seu humanitarismo, mas a seu auto-interesse e nunca lhes falar sobre nossas próprias necessidades, mas de suas vantagens. Ninguém, a não ser o pedinte, escolhe depender da benevolência de seus concidadãos”.

A filosofia sóciopolítica associada ao contrato de mercado não é, entretanto, pessimista ou crítica. A interrelação das forças do auto-interesse – realizada por via das transações – é supostamente controlada por uma “mão invisível” que gera resultados harmônicos para a sociedade, como um todo. Na versão mais idealista da análise, a competição assegura uma estreita relação entre preços e custos; a acumulação de capital permite a mecanização e a divisão do trabalho, e a produtividade crescente resulta no “progresso da opulência”, no tempo.

O “contrato de trabalho” é, assim, um típico modelo colateral, em que cada entidade componente é isolada das demais e as interações ocorrem somente por meio de transações. Este critério é extensivo ao próprio governo, que é essencialmente um subsistema entre outros.

Uma das consequências desse modelo é que o Estado – como mero macrossistema não dominante – deve prover estritamente os serviços desejados pela coletividade, nos termos em que ela está disposta a pagar. As decisões de caráter social, conduzidas pelo processo político, são tomadas à parte do sistema contratual de mercado, que é visto como a principal e mais valiosa forma de decisão e coordenação social.

Em que pesem as consequências do modelo de mercado para o Estado, o fato é que por meio dele é que se pode desenvolver na sociedade o espírito de criação e a cultura de empreender, a fim de que se possa minimizar o impacto do desemprego que assola não somente o cidadão, mas que põe em risco a estabilidade econômica e social, impossibilitando a criação de melhores condições para cumprimento do Bem Comum, que deve ser o objetivo maior do Estado. ◆

Referências

CHIAVENATO, Idalberto. Teoria Geral da Administração. Ed. Campus. 2ª Edição.

FILELLINE, Alfredo. Economia do Setor Público. Ed. Atlas. 1ª Edição. 1994

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo, Transformando Idéias em Negócios. Ed. Campus. 3ª Edição. 2005.

SILVA, José Cláudio Ferreira da. Modelos de Análise Macroeconômicos. Ed. Campus. 1ª Edição. 1999.

GRANJEIRO, J. Wilson. Administração Pública. Ed. VestCon. 1ª Edição. 1996

GHEMAWAT, Pankaj. A Estratégia e o Cenário dos Negócios. Ed. Bookman. 1ª Edição. 2000.