



Um Estudo sobre a Qualidade de Vida dos Empreendedores

Luciane Camilotti
Marli Dias de Souza Pinto

RESUMO

O empreendedorismo mostra-se como uma força substantiva de influência na economia, em que pessoas se dispõem a enfrentar desafios e a trabalhar dedicadamente em troca de suas realizações. O presente estudo foi elaborado tendo como objetivo principal pesquisar como empreendedores percebem suas características empreendedoras bem como prover insumos para a compreensão do que entendem, por qualidade de vida. Caracteriza-se como pesquisa exploratório - descritiva, com abordagem de caráter qualitativo. Os dados foram coletados por meio de entrevista semi-estrutura. Selecionaram-se atores, ou seja, empreendedores, para o estudo com as seguintes características: ser de alguma forma pioneira em seu nicho de atuação ou possuir atributos reconhecidamente inovadores em seus negócios. Portanto verificou-se que os empreendedores têm fundamental importância em sua forma de participação e representação na sociedade. De certa forma podem contribuir para o desenvolvimento da cidadania, afirmando seus negócios perante seus mercados e podem angariar melhorias em sua qualidade de vida.

Palavras-Chaves: empreendedor; empresário; qualidade de vida.

1 INTRODUÇÃO

O inevitável avanço das tecnologias que a humanidade vem experimentando por toda a sua história, marcadamente a partir da Revolução Industrial, possibilitou o estabelecimento de métodos de produção em larga escala. Concorrentemente, o desenvolvimento dos meios de transporte e das comunicações permitiu que as atividades humanas se expandissem muito além das fronteiras regionais ou nacionais, possibilitando a circulação de informações e produtos em escala nunca antes experimentada na história.

Este processo, parte do que se denomina de globalização, influencia a vida humana em praticamente qualquer ponto do planeta. O impacto é cada dia mais sentido no mundo dos negócios, em que mercados antes regionalizados, povoados por concorrentes locais, têm sido paulatinamente tomados por empresas de atuação mais ampla, seja nacional ou internacionalmente.

A economia se volta para o desenvolvimento de produtos e serviços especializados que forcem as organizações a inserir modificações e melhorias para se manterem competitivas em seus segmentos. Neste contexto apresenta-se a figura do empreendedor responsável direto pela criação de ambientes laborais, de novas tecnologias, produtos e serviços. A denominação de empreendedor surgiu a partir da Segunda Guerra e assume papel de destaque na vida econômica, sendo responsável pela criação, inovação e identificação de oportunidades de negócios, dentre outros.

A categoria de empreendedores no presente artigo pautou-se na idéia de que os mesmos poderiam fornecer ricos elementos para a compreensão dos efeitos locais do processo de globalização, na medida em que se entende que, estando eles imersos no mercado, sendo influenciado e influenciando diretamente com suas transformações cotidianas, com os riscos e oportunidades que se apresentam diariamente, seriam eles que sentiriam de forma mais aguda os efeitos de tal processo.

Faz-se necessário, apresentar uma diferenciação entre o que é ser empreendedor e ser empresário. Por empresário compreende-se todo o indivíduo que possui e administra uma empresa, não necessariamente por meio do emprego de habilidades empreendedoras (às quais retornaremos no momento apropriado), ou seja, nem todo empresário pode ser qualificado como empreendedor. O primeiro questionamento deste artigo foi sobre as características do empreendedor. A literatura é farta em trazer elementos para um perfil empreendedor; (Degen, 1989; Drucker, 1992; Fillion, 1993, 1999; Dornellas; 2001; Ângelo, 2003) sendo o pioneirismo e a persistência dois dos traços mais marcantes deste perfil.

Situados neste contexto, os empreendedores vêm sendo influenciados pelas mudanças acarretadas pelo processo de globalização. Entretanto, é importante verificar como este segmento de profissionais percebem suas relações nos mais variados ambientes ou dimensões das quais participam.

Deste modo, a motivação para desenvolvimento do presente estudo busca respostas para a seguinte indagação: Como empresários percebem suas características empreendedoras? Tem-se como o objetivo geral: Identificar a percepção de empresários sobre suas características empreendedoras. Especificamente, em relação à definição do que é ser empreendedor, de qualidade de vida no trabalho, do contexto globalizado e relativo as questões ambientais e ecológicas.

Para atender os objetivos propostos apresenta-se no capítulo a seguir o tipo de pesquisa, a escolha dos respondentes, os procedimentos e as técnicas de coleta de dados e o tipo de abordagem de análise.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente artigo caracteriza-se como uma investigação empírica. Quanto aos fins trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva. Para Vergara (2000) a pesquisa é Exploratória quando há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, ou seja, tem como objetivo aprimorar idéias, levantar hipóteses sobre assuntos pouco explorados. Como Descritiva a autora evidencia que esta procura obter informações e descrever características de determinada população ou fenômeno. Pode estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza.

Trata-se, ainda de uma Pesquisa Qualitativa com enfoque sócio-histórico que de acordo com Bogdan, Biklen (1994, p.16) não se investiga em razão de resultados, mas o que se quer obter é “a compreensão dos comportamentos a partir da perspectiva dos sujeitos da investigação”. Apoiando-se nos autores, a coleta de dados neste tipo de pesquisa deve ser realizada com um objetivo central e uma questão orientadora. Para buscar compreender a questão é necessária uma aproximação, ou melhor, uma imersão no campo para familiarizar-se com a situação ou com os sujeitos a serem pesquisados. Assim, a pesquisa qualitativa compreende os eventos investigados, descrevendo-os e procurando as suas possíveis relações, integrando o individual com o social.

Os protagonistas do estudo são empresários de destaque em termos regionais e nacionais. Ambos são responsáveis por empreendimentos sólidos e já se tornaram modelos de negócios em seus segmentos. Atuando cada um em um nicho, eles colaboraram para este estudo fornecendo ricos insumos para as discussões e reflexões. A escolha pode ser classificada como uma amostra não probabilística por acessibilidade levando-se em consideração a seleção de elementos considerados representativos da população-alvo, o que requer profundo conhecimento dessa população (BARBETTA, 2002).

Desta forma, selecionaram-se os empresários empreendedores com as seguintes características: ser de alguma forma pioneiro em seu nicho de atuação ou possuir atributos reconhecidamente inovadores em seus negócios; ser empresário de sucesso, aqui entendido como êxito nos negócios, o que denotaria, segundo a visão da pesquisa, um traço de persistência.

A preocupação deste trabalho volta-se, principalmente, para os métodos qualitativos que, na busca de conhecimento, utiliza-se de ampla gama de procedimentos visando o estudo de pequenas amostras, estatisticamente irrelevantes, porém, cuidadosa e intensamente observadas.

Salienta-se que por questão de ética de pesquisa os nomes dos pesquisados e das respectivas organizações são resguardados. A pesquisa permitiu também a possibilidade de questionar os próprios sujeitos acerca de sua compreensão sobre o que é ser um empreendedor, na medida em que existem múltiplas formas de se entender esta categoria. Outra indagação versou sobre a impressão dos mesmos sobre o que seria qualidade de vida, bem como

o resgate da história da construção da qualidade de vida pessoal até o momento presente e a esperada para o futuro.

Na medida em que se visualiza o ser humano como participante de uma complexa teia de relações, a pesquisa também os questionou sobre aspectos relacionados ao entendimento do que é ser empreendedor, ainda sobre cidadania e à ecologia, especificamente, como eles se perceberiam enquanto participantes no processo de construção de qualidade de vida dos outros seres.

E, por fim, os sujeitos foram questionados acerca de suas impressões sobre a globalização. Tal questionamento foi norteado pelo objetivo de compreender como as mudanças, que vêm ocorrendo no cenário mundial nos seus mais diversos aspectos – transportes, comunicações, mercados, tecnologias, etc., implicam e repercutem nos diversos ambientes locais como a família, o trabalho, os negócios, dentre outros.

Os procedimentos de coleta de dados foram de acordo com alguns critérios estabelecidos inicialmente, agendou-se por telefone o horário para apresentação do estudo e a formalização do convite para participação da pesquisa. O instrumento de coleta de dados ocorreu por meio de uma entrevista semi-estruturada esta foi gravada, conforme aceitação de todos os pesquisados. A transcrição literal das gravações foi apresentada posteriormente, aos entrevistados para validação das informações.

Utilizou-se, após a validação das entrevistas, da análise de conteúdo como instrumento metodológico que consiste na manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitiram inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem (BARDIN, 1977). A análise dos dados ocorreu a partir da redução de dimensionalidades em categorias de análise, permeadas por pesquisa teórica de autores relevantes da temática (PATRÍCIO; CASAGRANDE; ARAÚJO, 1998). Também, a partir do que postula Vergara (2005, p.15) a respeito da “análise de conteúdo considerada como uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema”. A organização da análise de conteúdo envolveu 3 fases: pré-análise, exploração do material e análise e interpretação dos dados que apresenta-se no Capítulo 4 do presente artigo.

3 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

O empreendedorismo surgiu como um fenômeno envolvendo o empreendedor, a empresa e o ambiente no qual ele ocorre. A disciplina empreendedorismo tem se disseminado de forma acelerada tanto no exterior como no Brasil, nos cursos de Graduação e Pós Graduação nos cursos de Administração, Engenharia, entre outros, focado geralmente no desenvolvimento de Planos de Negócios e também nos contextos comportamentais em análise do perfil de empreendedores de sucesso (SEBRAE, 2003).

Numa breve análise da literatura, observam-se alguns aspectos históricos e conceituais importantes para melhor compreensão do significado e abrangência deste fenômeno.

O termo empreendedor corresponde no francês *entrepreneur*, que tem raízes no século XVI, designando para os homens envolvidos na coordenação de operações militares. Mais tarde, o economista irlandês Richard Cantillon utilizou o termo para designar alguém que assumia o risco de comprar produtos de outras pessoas e vendê-los posteriormente. Da mesma forma, Adam Smith definiu o empreendedor como um proprietário capitalista, isto é, alguém que fornece o capital para o processo produtivo e, assim, interpõe-se entre o trabalhador e o consumidor.

A importância e o significado do empreendedorismo são especialmente ressaltados pelo economista Schumpeter em sua obra clássica *A Teoria do Desenvolvimento Econômico* na qual destaca sua visão sobre a relevância do empreendedor para a economia numa sociedade. Para ele *entrepreneur* designava alguém que faz novas combinações produtivas, ou seja, o desenvolvimento de novos produtos ou processos voltados à expansão econômica. Além disso, o empreendedor identifica novos mercados ou fontes de suprimento mais efetivas para sua produção e, assim, ele se torna o principal responsável pela criação de novos tipos de organizações na sociedade (SCHUMPETER, 1934).

Drucker (1998) define o empreendedor no contexto da administração como alguém que funda uma empresa ou amplia seu negócio, isto é, aquele que corre riscos viáveis para atingir seus objetivos e interesses e é movido por sua insatisfação com o *status quo* que permeia seu negócio, buscando mudanças, reagindo à sua insatisfação e explorando o ambiente a procura de novas oportunidades. Para o autor um empreendedor vê a mudança como uma norma sadia e, embora ele não a provoque por si mesmo, está em constante interação com ela, reagindo positivamente e explorando-a como sendo uma oportunidade.

O empreendedor vai além dos contornos das instituições econômicas, e pode significar a geração de auto-emprego ou trabalho autônomo, como pode estar associado ao desempenho inovador de um empregado numa empresa ou um servidor em uma organização pública. Assim, o empreendedor não é apenas um capitalista, embora ele precise de capital em qualquer tipo ou atividade econômica. Nem tampouco ele é somente um investidor, pois também assume riscos como qualquer um que inicia um novo negócio (DRUCKER, 1998).

Na visão da Teoria Administrativa, constata-se que o significado conceitual de empreendedor aproxima-se nitidamente do sentido de administrador ou do significado de gerente. De fato, trata-se de alguém motivado pelo desejo de realizar algo, mesmo com riscos, pois sabe aonde quer chegar e possui forte confiança em si mesmo. Além disso, para ser considerado um empreendedor, o administrador deve ser alguém que aceita e aprende com seus erros para em seguida ser capaz de começar tudo de novo. Sobretudo, o empreendedor é alguém que direciona suas ações para alcançar resultados de modo a atender tanto objetivos pessoais quanto organizacionais.

Pode se definir o perfil do empreendedor, como alguém corajoso, que busca conhecimento para melhor superar

possíveis dificuldades, mesmo em situações de fracasso, sua auto-estima e seu otimismo são preservados, pois ele é motivado pela vontade de vencer e sabe que a sua vitória será uma fonte saudável de satisfação e prazer.

Dolabela (1999) considera o empreendedor um indivíduo capaz de provocar mudanças no meio em que vive sendo que a empresa é a materialização de um sonho, ou seja, é a projeção do íntimo de uma pessoa em sua forma total.

Segundo Ângelo (2003, p.51), são poucos os indivíduos que reúnem atributos necessários para o perfil empreendedor, pelos menos são três as características fundamentais:

a) vontade e habilidade para criar algo absolutamente inédito e que possa melhorar as condições de vida da família, da empresa, da comunidade local ou da raça humana; b) capacidade de encontrar novas utilidades para velhas idéias. O objeto dessa ação de reciclagem deve resultar em benefício coletivo; c) talento para melhorar a eficiência de um sistema, processo ou produto, tornando-o mais econômico, acessível e tecnicamente superior.

Para tanto, apresentam-se as características de empreendedor adaptadas do livro de Dornelas (2001):

a) Visionário - ter a visão de como será o futuro para o seu negócio e sua vida, e a habilidade de programar os seus sonhos.

b) Tomador de decisão - não se sentir inseguros e saber tomar decisões na hora certa.

c) Fazem a diferença - transformam o que é possível em realidade.

d) Exploram ao máximo as oportunidades – identificam algo prático e transformam em realidade.

e) Determinados e dinâmicos - programam suas ações com total comprometimento.

f) Dedicados – Trabalham 24 horas por dia e 7 por semana. Comprometem o relacionamento com a família e com os amigos.

g) Tem iniciativa e são otimistas - A iniciativa envolve decisões ousadas na procura de realização e independência. Determinar os próximos passos do rumo da sua vida e ser otimista na sua concretização.

h) Tem liderança - tem poder de persuasão e influenciar as pessoas a executar tarefas levando em consideração que cada um tem sua vida pessoal e suas aspirações.

i) Saber organizar e ser organizado - A organização é fundamental para o sucesso de qualquer negócio. Entenda-se por organização utilizar os melhores recursos materiais e financeiros e colaboradores para integrá-los de forma racional e harmoniosa.

j) Ter capacidade de assumir riscos calculados - Determinação, considerando as decisões que deverão ocorrer. Enfrentar os desafios, tendo segurança e defender o seu patrimônio com ousadia, coragem e controle. Deve ser capaz de conviver com a instabilidade e sobreviver a ela. Os riscos fazem parte de qualquer atividade.

l) Sabem criar valor para a sociedade - utilizam seu capital intelectual para criar valor para sociedade com a geração de empregos, dinamizando a economia e inovando com criatividade na busca de soluções para melhoria da qualidade de vida em sociedade.

Para ser empreendedora, uma empresa deve criar algo novo e diferente de forma a mudar ou transformar valores já consolidados. Por esta razão, a mesma deve possuir características singulares no sentido de criar uma nova satisfação para o cliente e também uma nova demanda. Por esta razão, Drucker (1998), afirma que, *aprender a aprender* é uma das habilitações humanas essenciais à nova sociedade do conhecimento. Deve se aprender, tanto por meio dos próprios erros quanto dos acertos, é uma estratégia de aprendizagem substantiva no mundo moderno.

Consolidando estas questões existem evidências que o empreendedor é elemento de fundamental importância para a economia, um agente de mudanças. Na visão econômica, o empreendedor “é aquele que combina recursos, trabalho, materiais e outros ativos para tornar seu valor maior do que antes; também é aquele que introduz mudanças, inovações e uma nova ordem” (HISRICH e PETERS, 2004, p. 29).

4 O QUE A PESQUISA REVELOU?

Neste tópico apresenta-se a terceira parte da análise do conteúdo das entrevistas a interpretação dos dados pesquisa com os empreendedores em relação às questões:

- O que é ser empreendedor?
- O que é qualidade de vida para os empreendedores?
- Com percebem as questões sociais e ecológicas?
- Como se vêem em relação ao contexto globalizado?

4.1 O QUE É SER EMPREENDEDOR?

A importância do empreendedor no processo de inovação e no contexto dos negócios já era acentuada na década de 30. Desde então, cresce o interesse sobre o empreendedorismo, estruturado sobre dois pilares básicos: o empreendedor e o seu negócio.

Este assunto ganha relevância especialmente nas economias emergentes, como é caso do Brasil, em que questões como o desemprego e o processo de globalização, que acabam estimulando a criação dos próprios empreendimentos.

Particularmente, no contexto regional de Florianópolis, cuja tradição remonta ao serviço público como uma das principais fontes de renda da população, sofre acelerado processo de privatizações, e o caminho do empreendedorismo torna-se uma alternativa para uma parcela significativa de profissionais.

As transformações que afetam o mercado são aspectos relevantes para os novos empreendimentos, também são fatores que têm ocasionado inovações e aperfeiçoamento de produtos e serviços. Neste contexto, as pessoas que intencionam empreender vislumbram oportunidades à sua frente. Os empreendedores procuram, então, espaço, lacunas, nichos de mercado em que possam germinar, estabelecer e conduzir seus negócios.

Um dos pesquisados do presente estudo mostrou não se sentir limitado pelo desafio de empreender, trazendo a questão da criatividade e do otimismo como elementos impulsionadores do negócio:

Não há limites para que você possa criar para ‘alavancar’ seus negócios. E vejo com muito otimismo o futuro da nossa empresa. Bom, para começar, o empreendedor tem que ser otimista por natureza, senão ele não dá o primeiro passo.

Outro ressaltou a importância da educação e do estímulo familiar para o seu desenvolvimento de empreendedor, conforme fica claro pelo que expressou:

Eu tenho um histórico de vida, de educação, na minha própria casa, calcado em cima desse lema. Meu pai e minha mãe me inculcaram desde pequeno que você tem acreditar no que você faz e no que você quer.

Com relação ao assunto empreendedor houve argumentação de que:

Estou pontuando isto porque realmente eu tive um estímulo muito forte em casa. Incentivo para “faça valer a sua vontade”. Evidentemente que com respeito à vontade dos outros. Você tem limite, né? Mas se você

Habilidades pessoais	Habilidades interpessoais
Pensar de forma sistêmica e analítica	Dar apoio e delegar
Assimilar informações de forma eficiente	Expressar-se de forma clara
Produzir através da imaginação e da criatividade	Ser apto a ouvir e a falar
Canalizar energia em prol de objetivos	Exercer liderança de maneira natural e inspiradora
Assumir a iniciativa para correr riscos	Criar uma cultura

Quadro 1: Síntese das habilidades
Fonte: Adaptado de Fillion (1993) e Drucker (1992)

tem vontade de fazer alguma coisa, você tem que ir à luta, porque ninguém o fará por você. Para mim isso fica muito claro. E eu tenho certeza que isso foi permeando minha atitude empreendedora, de montar o negócio.

Um dos entrevistados não tinha certeza se era empreendedor, mas estava feliz por estar participando da pesquisa, agradeceu por ter sido escolhido e visto como um empreendedor. Disse também que havia sido convidado a dar palestras sobre seu negócio e sua atitude empreendedora em uma universidade, ressaltando o quanto isso o gratificava.

Também esboçaram evidências de que ser empreendedor é algo relacionado à natureza humana, pontuaram que as capacidades para empreender sempre estiveram presentes em suas vidas.

Os autores Fillion (1993) e Drucker (1992) apontam também algumas características que seriam comuns aos empreendedores, as quais foram reunidas em dois grupos: habilidades pessoais e habilidades interpessoais. As habilidades pessoais são características intrínsecas ao indivíduo, enquanto as interpessoais se referem a sua atitude perante os demais indivíduos que o cercam. Apresenta-se a seguir um quadro síntese destas características:

Variadas definições sobre o que é ser um empreendedor podem ser encontradas na literatura. Drucker (1998), por exemplo, apresenta a evolução do conceito quando mostra que o empreendedor atualmente é diferente do que existia há um século, pois na atualidade existe a necessidade categórica de criar e dirigir o empreendimento para o novo.

Cabe, também, o questionamento sobre o que leva um indivíduo a empreender. Dois dos entrevistados iniciaram suas vidas profissionais como empregados. Por falta de perspectivas no desenvolvimento de atividades como empregado, foi uma das questões que os fizeram buscar o desenvolvimento de seu próprio negócio, sendo evidenciado pela sua fala:

O que é um empreendedor? Não é fácil responder... no meu caso pessoal, não gosto de subordinação. Gosto de conduzir minha vida e meus negócios. Quando era funcionário público era metódico, não tinha grandes conquistas. Na iniciativa privada o meu universo aumentou.

O desejo do empreendimento surgiu por uma insatisfação com o trabalho rotineiro em uma instituição pública. Ele se via 'obrigado' a trabalhar, já não possuía perspectivas e motivação para exercer suas atividades. A vontade de sair de um cargo de subordinação e conduzir seu próprio negócio levou-o a tomar a decisão de empreender, o que se refletiu em diversas dimensões da sua vida:

Cheguei numa fase da vida, num nível profissional bom, cumpri com minha obrigação como funcionário público... foram 18 anos. Decidi cuidar da minha vida, do meu patrimônio, pois não via continuação... via que não iria me conduzir a algum lugar com segurança, a algum bem estar. Deixei tudo como funcionário público... sem aposentadoria, sem direito a nada. Montei o negócio pensando na estabilidade dos filhos. Tem colegas que

adotaram essa idéia de montar um negócio, mas não se deram bem.

A necessidade de auto-realização por meio da construção de algo e a vontade de melhorar a qualidade de vida pessoal e da família, são outros fatores citados como motivadores da sua iniciativa em empreender. Segundo o entrevistado, sendo empreendedor suas possibilidades de satisfação e de realização aumentaram.

A literatura sobre o assunto confirma e acrescenta a argumentação do relato de um dos pesquisados, segundo Degen (1989) existe uma variedade de fatores motivadores do potencial empreendedor, os mais comuns são:

- a) vontade de ganhar muito dinheiro, mais do que é possível enquanto empregado;
- b) fugir da rotina e desenvolver suas próprias idéias;
- c) vontade de não depender dos outros, ou seja, não ter que dar satisfação sobre seus atos;
- d) necessidade de provar para si mesmo e para os outros que é capaz de realizar um empreendimento;
- e) desejo de desenvolver algo que traga benefícios, não para si, mas para a sociedade.

Para Gerber (1996, p.31) "a personalidade empreendedora é que transforma a condição mais insignificante numa excepcional oportunidade". Situa-se sempre no futuro, raramente no presente transformando o caos em harmonia.

O desenvolvimento de novos empreendimentos é fundamental para os que vivem diretamente de suas atividades bem como para executivos que atuam em empresas em que a qualidade de vida tem importância fundamental como apresentado a seguir.

4.2 O QUE É QUALIDADE DE VIDA PARA OS EMPREENDEDORES?

O ser humano participa de múltiplas dimensões no seu cotidiano. O trabalho, a família, os estudos, o lazer, a religião, a interação com a comunidade e a relação com a natureza são algumas das principais dimensões do viver humano, multidimensional na sua essência. Cada uma dessas dimensões corresponde a necessidades que privilegiam espaços adequados a sua satisfação. A dimensão do convívio familiar, por exemplo, traz necessidades particulares, em espaços determinados, dificilmente supridos em outros contextos. Entretanto, todas as dimensões se inter-relacionam, afetam-se e, de certa forma, constroem-se mutuamente.

Vasta é a literatura que trata da questão relacionada ao ser humano e seu trabalho, citando especialmente Ramos (1981) que afirma que o homem foi reduzido apenas a uma única dimensão, determinado pelo paradigma de mercado e também pela burocracia com suas normas impessoais. A vida humana assim colocada sobre o aspecto do trabalho como único objetivo, traz grandes conseqüências ao ser humano, que termina desembocando numa crescente sensação de frustração e vazio.

Dois dos entrevistados apresentam sua impressão sobre qualidade de vida da seguinte forma:

Qualidade de vida, para mim, é tudo aquilo que proporciona intimamente um bem estar... que você possa se sentir bem no lar, na sociedade em toda a sua extensão...tudo isso é qualidade de vida.

(...) Não adianta a pessoa ganhar uma grande remuneração e não viver o momento, ser uma pessoa gananciosa, sufocada e ansiosa.

Para os demais, a qualidade de vida pode ser resumida em tranquilidade, natureza, conforme relatos:

Qualidade de vida é morar numa cidade legal, numa cidade tranquila... e 'isso' nós temos. Eu moro na praia. Só de sair do local onde moro, ver a natureza exuberante.

E qualidade de vida também é poder desfrutar das coisas simples da vida.

Também ressaltam a importância de viajar, conhecer outras culturas e línguas e de praticar esportes.

A qualidade de vida dos empreendedores está intimamente associada à situação de seu empreendimento. O empreendedor e seu negócio se influenciam mutuamente, pois são interdependentes. O negócio e a qualidade de vida se confundem, o êxito da empresa é uma importante dimensão da realização pessoal do empreendedor. Na concepção do autor Martim Baró (1985), o trabalho é a organização social mais importante relacionada diretamente com o desenvolvimento do ser humano, e é nessa parte da existência do homem, comprometida com a preparação e estabelecimento de atividades profissionais, que o mesmo organiza sua vida. Assim, o trabalho, o empreendimento, e a vida em toda a sua totalidade se inter-relacionam e, num certo sentido, se misturam. As qualidades do empreendimento se confundem com as qualidades da vida do empreendedor. O relato de dois entrevistados é esclarecedor em relação a este ponto:

No começo eu tinha tempo de ir à praia, pegar onda...e isso diminuiu muito. No começo ainda dava para jogar futebol de manhã e ir para a praia à tarde. Pegava folga em finais de semana alternados. Depois que a gente foi expandindo o negócio, eu fui trabalhando cada vez mais e chegou um ponto que não tinha limite...trabalhava 18, 19 horas por dia. E isso, com certeza, compromete a qualidade de vida.

Se eu não colocar limites para mim tudo passa a não ter mais limites...não vou para casa, não vou dormir, não vou comer.

A importância para melhoria da sua qualidade de vida no presente já pode ser vivida pelos empresários conforme citação:

Depois de vários anos, é que estou conseguindo ficar fora do operacional. E, estando fora, estou conseguindo melhorar minha qualidade de vida. Se eu quiser chegar aqui às 11 horas da manhã eu posso...e sair a 1 hora da tarde. O negócio flui por si só.

Um dos empreendedores está ciente de que parte de sua qualidade de vida, correspondente aos seus desejos materiais, depende do êxito dos seus negócios. Entretanto, ele tenta manter um equilíbrio saudável entre as dimensões trabalho, lazer, família e espiritualidade, mostrando sua satisfação em poder ter concretizado boa parte de seus sonhos:

Eu me considero um cara super feliz porque meus sonhos estão realizados...as coisas que eu tenho planejado nos últimos anos têm acontecido...e isso me dá muita satisfação.

Cunha e Ferla (1997) enfatizam que os empreendedores são entusiasmados por aquilo que fazem. Também ressaltam que eles inspiram outras pessoas para que aceitem seus sonhos.

4.3 OS EMPREENDEDORES E SUAS PERCEPÇÕES SOBRE QUESTÕES SOCIAIS E ECOLÓGICAS

Os empreendedores estudados manifestaram suas impressões em relação a questões coletivas de cidadania e ecologia. A primeira e mais clara preocupação social que emergiu dos empreendedores entrevistados foi com relação aos seus colaboradores, ou seja, ao quadro funcional, de suas empresas.

Sérgio falou sobre um programa de alfabetização de funcionários que implementou em sua empresa. Para ele, tal programa consistia em dar possibilidades para os outros seres humanos. Nas palavras dele:

Na época que começamos a empresa, setenta por cento dos nossos funcionários assinavam colocando o polegar...eram analfabetos. Criamos cursos de alfabetização, que permitiram formar uma equipe de qualidade. Isso proporcionou qualidade aos nossos produtos, e é por isso que já estamos a tanto tempo no mercado, e acrescentou a eles, funcionários, qualidade de vida.

Em outro momento, enfatizam a importância de seus colaboradores, deixando transparecer a visão que tem das questões sociais mais amplas, como pode se verificar na citação abaixo:

Tem aquele slogan 'pense globalmente, aja localmente'. E eu acho que é por aí...ou seja, tentar fazer a minha parte para que essa concentração de renda brutal seja amenizada. Como empresário eu tenho esse dever social de, pelo menos, dar boas condições aos meus funcionários.

A importância de possuir uma equipe de amigos e não apenas de funcionários o que denota a construção de uma comunidade no ambiente de trabalho. O que vai ao encontro das idéias de Pinchot (1998, p.135):

As pessoas se ajudam através das fronteiras organizacionais porque são membros da mesma organização. Compartilham propósitos comuns e seu status na organização informal é, em grande parte, baseado no valor do que eles oferecem voluntariamente aos outros. Para que uma organização consiga a

produtividade da era da informação, seus membros devem ter um forte senso de comunidade que despedace as barreiras da burocracia e os motive a fazer doações de tempo e conhecimento através das fronteiras da organização.

No mesmo sentido, algumas reflexões de Gozdz (1996, p.114):

Na comunidade, a liderança é mais um contexto que uma pessoa. Só uma forte liderança pode convencer as pessoas a empenhar-se em um processo de comunidade. Mas quando se consegue isso, o grupo se transforma numa comunidade de líderes. Todos sabem que têm uma contribuição a dar ao grupo. No devido tempo, na devida situação e quando a necessidade se apresentar, qualquer um poderá assumir os encargos da liderança. Ainda que haja ali uma hierarquia, quando os indivíduos aderem ao processo de comunidade, essa hierarquia torna-se antes um sistema de eficiência que um sistema de poder. Ela permite a todos compreender suas responsabilidades. E a responsabilidade do líder no topo de semelhante estrutura consiste em orientar e não em tyrannizar.

Os empreendedores estudados deixam transparecer que percebem pelo menos parte da teia de relações sociais que os envolvem. Expressando que pretendem agir localmente, mas cientes do contexto global, demonstrando sua compreensão acerca de suas possibilidades, ou seja, de seu escopo de ação frente a problemas ou questões de dimensões extensas.

Esta consciência de seu papel como cidadão veio, segundo argumentos de um dos empresários estudados, da educação que recebeu e que o estimulou a buscar a realização de seus desejos, mas sempre com consideração aos desejos daqueles que o cercavam.

Ao demonstrar sua percepção sobre a importância do seu trabalho, do seu empreendimento, em termos de geração de emprego e renda, ele está trazendo à tona a questão da responsabilidade social que seu empreendimento possui em relação a seus funcionários e, em sentido mais amplo, em relação à sociedade de forma geral.

A preocupação com as questões sociais é crescente no meio empresarial. Já não basta que uma empresa produza com qualidade e preços competitivos, é importante contar com uma conduta ética e com diferenciais sociais. Isso é reforçado pelo fato dos consumidores estarem melhores informados e mais conscientes dos impactos sociais e ambientais provocados pela atuação das empresas, o que, de certa forma, pode ser considerado como um efeito da globalização.

É interessante, neste momento, trazer os conceitos de responsabilidade social interna e externa na visão de Mello Neto e Fróes (1999, p.86):

A responsabilidade social interna é voltada para o público interno com ênfase nas áreas de educação, salários, benefícios, bem como assistência médica, social e odontológica. O objetivo principal é obter maior retorno de produtividade para os acionistas. A responsabilidade social externa tem como foco a comunidade, através de ações sociais voltadas principalmente para as áreas

de educação, saúde, assistência social e ecologia. Visa um maior retorno social, de imagem, publicitária para os acionistas.

Neste sentido, pode se evidenciar que os dois sujeitos empreendedores do estudo demonstraram grande senso de responsabilidade social interna, ao apresentarem preocupações e atitudes sociais voltadas a seu corpo de funcionários.

A preocupação com as questões sociais externas transparece em outros momentos da entrevista com Marcos, como se verifica quando diz que:

Quanto à questão social daqueles que nos rodeiam... não adianta...independentemente do valor que você recebe, o grande lance é socializar a riqueza. Porque se eu começar a crescer e você começar a cair que tamanho vai ter que ser o muro da minha casa ?

Na afirmação acima, percebe-se a interligação entre a atuação de sua empresa e a situação social externa. Ele afirma que o processo capitalista de acumulação de riqueza acaba por desnivelar a sociedade, provocando, entre outras mazelas, o problema da falta de segurança.

No mesmo sentido, percepções sobre questões relacionadas à ecologia também surgiram nas falas dos sujeitos desta pesquisa. Sérgio destacou a importância da atuação humana de forma harmoniosa com o meio ambiente.

Um dos entrevistados por sua vez, pontuou a questão do desperdício de recursos, mais uma vez ressaltando suas preocupações com questões sociais. Ele mostra perceber com clareza qual a sua responsabilidade enquanto empresário. A fala que segue mostra essa sua visão:

E esse lado social, que a gente tem que buscar essa busca da verdade, essa complementação só vem reforçar esse lado humanista e social do empresário.

Aparece nos argumentos também a questão do lucro, afirmando que este seria o objetivo único de muitos empresários que conhecem. Em realidade, a literatura a respeito de casos práticos segundo Collins e Porras (1995) mostra que o lucro é essencial para a sobrevivência e crescimento de um empreendimento, mas, o que é questionável é ter o lucro como o único objetivo da empresa. Em sua pesquisa sobre empresas visionárias, os autores supra citados, detectaram que as mais longevas e sólidas eram aquelas que seguiam uma visão bem definida, sendo o lucro o combustível para atingi-la. O trecho abaixo mostra a essência do pensamento dos autores Collins e Porras (1995, p.90):

A lucratividade é uma condição necessária para a existência e um meio de se atingir objetivos mais importantes, mas não é o objetivo em si para muitas das empresas visionárias. Os lucros são o que o oxigênio, a comida, a água e o sangue representam para o corpo; eles não são o sentido da vida, mas sem eles não há vida.

No mesmo sentido, Maynard e Mehrtens, (1996, p.47) propõem uma redefinição de prosperidade empresarial, segundo um novo paradigma:

O velho paradigma sempre mediu a riqueza estritamente como bens financeiros derivados da produtividade e do lucro. Esse tipo de pensamento concentrou-se na exploração e na competição a curto prazo, no balanço tradicional e no extrato financeiro, bem como no retorno rápido para o bolso dos acionistas. O novo paradigma começa a explorar um conceito diferente de riqueza, baseado no capital intelectual e na contabilidade social. Seus propugnadores estão também desenvolvendo um senso de valores baseado na contribuição da empresa para a responsabilidade global, na saúde do planeta e na realização pessoal de seus empregados, sem se esquecer da retribuição aos acionistas.

4.4 QUANTO AO CONTEXTO GLOBALIZADO?

O fenômeno da globalização possui alicerce no pós-guerra e toma fôlego a partir do início dos anos 70, crescendo em abrangência ao longo da década de 80 até os dias atuais. Do ponto de vista macroeconômico, a globalização vem sendo percebida por um duplo movimento, aparentemente contraditório: de um lado, pela desregionalização e a tendência crescente de quebra de barreiras comerciais entre nações e, de outro lado, pela regionalização, ou seja, pela formação de blocos econômicos regionais.

A complexidade de elementos e de possibilidades acarretada por este processo é crescente e traz grandes desafios ao empresariado. Se, por um lado, surgem oportunidades, por outro, emergem grandes ameaças para os empreendimentos. Neste sentido, as exigências para a administração de negócios tornam-se maiores sendo fundamental abarcarem a nova realidade a partir de uma perspectiva sistêmica, o que vai ao encontro do pensamento de Wheatley (1996, p. 118):

Temos a ambigüidade e a complexidade na administração porque nosso foco de atenção está voltado para as partes, e não para o sistema como um todo. Ainda acreditamos que a influência é um evento localizado, e que temos que tocar diretamente aquilo que procuramos afetar. Continuamos a crer que aquilo que mantém um sistema coeso sejam conexões ponto a ponto que têm de ser laboriosamente tecidas por nós. A complexidade só aumenta o nosso trabalho, exigindo que acompanhemos mais coisas, que manipulemos mais peças, que estabeleçamos mais conexões. À medida que as coisas aumentam em número ou em detalhes, a distância até onde vai o nosso controle se estica como um elástico e, de repente, ficamos impossibilitados de administrar.

Neste contexto de exigências administrativas crescentes e transformações sociais, culturais e tecnológicas, entrevistados do presente estudo expressaram seus pontos de vista sobre essa nova conjuntura mundial.

Um dos entrevistados mencionou quanto o avanço tecnológico, especialmente o dos meios de comunicação e de transportes, modificou diversos aspectos da sua vida e dos seus negócios. Ele lembrou a dificuldade em se com-

pensar um cheque na década de 60 e como esse processo é feito praticamente de forma instantânea atualmente.

Dois dos empreendedores questionados vêem o processo de globalização de forma positiva, o que transparecem nos seus argumentos:

É um processo inevitável...devemos passar por ele. As inovações em todos os sentidos nos aproximam. O fato de podermos estar integrados já é um processo positivo. As melhorias das comunicações nos aproximam de São Paulo, dos Estados Unidos...

Estamos ligados... e tudo o que se tem aqui pode ser utilizado lá e vice-versa...tem que se tirar proveito disso.

Pontuam as possibilidades para a qualidade de vida das pessoas, uma vez que são maiores as facilidades em se realizar as coisas, em concretizar os sonhos, e, desta forma, ser feliz. Orlando vê a globalização como um processo de integração positiva entre os seres humanos das mais diversas regiões e nações.

Ressaltam em outros momentos as ameaças que seu empreendimento vem sofrendo de forma crescente. Dentre seus concorrentes estão gigantescas empresas multinacionais, algumas, segundo ele, teriam até interesse em comprar seu empreendimento e expandi-lo mundialmente.

Sinalizam também, aspectos positivos advindos da queda de barreiras comerciais, mas ressalta para os perigos aos quais as culturas locais tornar-se-iam expostas:

(...) a livre circulação de mercadorias no planeta, por um lado, é interessante porque acaba encurtando as distâncias...

(...) por outro lado, em relação às culturas, acaba minando as características locais.

Dois entrevistados mostram suas percepções acerca dos riscos que as culturas regionais encaram por conta da globalização. O acesso a produtos, serviços e informações de origem estrangeira, significa, em certo sentido, acesso a culturas estranhas, que, dependendo da escala, pode ser caracterizada como uma invasão cultural. Os aspectos negativos deste fenômeno são evidentes, na medida em que culturas locais acabam correndo riscos de serem extintas, ou, ao menos, seriamente danificadas, botando a perder todo um patrimônio histórico e social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A globalização aumenta o desafio de empreender. Os riscos e as oportunidades diante das novas tecnologias, das comunicações instantâneas, dos transportes rápidos, do fluxo crescente de pessoas, capitais, produtos e informações, são inumeráveis para praticamente qualquer setor de atividade humana. Neste processo de forças desconhecidas, o papel do empreendedor se destaca como promotor dos valores, da cultura e da história regional. É aí que cada região pode encontrar sua vocação, descobrir

seus potenciais valores, possibilitando a criação de empreendimentos integrados à preservação da cultura e do ambiente local.

Estes empreendedores pesquisados transmitiram parte da energia que colocam diariamente nos seus negócios. Mostraram o entusiasmo que desfrutaram perante o que já construíram e o que vislumbram para o futuro.

A busca da construção de um sonho por meio da perseverança e otimismo é uma das lições que Sérgio e Marcos deixaram. É uma questão de atitude, de não esmorecer diante do primeiro obstáculo. Acredita-se que tais habilidades empreendedoras estão presentes, em maior ou menor grau, em qualquer ser humano, podendo ser despertadas e desenvolvidas. Entretanto, transformar habilidades potenciais em ações reais é o que faz a diferença entre um empreendedor e os demais.

Os indivíduos estudados revelaram suas motivações para empreender, e pode-se dizer que o grande impulso para o desenvolvimento dos seus negócios, ocorreu pela busca da melhoria da qualidade de vida individual e coletiva (família, trabalhadores e sociedade).

Os empreendedores têm fundamental importância em sua forma de participação e representação na sociedade. Contribuindo para o desenvolvimento da cidadania ao criar possibilidades para a melhoria da vida de outros seres humanos, sejam seus trabalhadores ou não, os empreendedores estão abrindo caminhos para a construção de uma sociedade que pode ser melhor, mais saudável, mais justa e mais feliz, na qual desfrutariam de melhores condições individuais além de maiores possibilidades para seus negócios. Qualidade de vida passa, então, pela necessária mudança de comportamento em direção ao exercício de uma cidadania efetiva, na qual se integram a vivência de valores, os crescimentos profissional e humano, a disciplina e o respeito, os cuidados ambientais e a atenção fundamental para com a saúde individual e coletiva.

Referências

- ÂNGELO, E. B. **Empreendedor corporativo**: nova postura de quem faz a diferença. Rio de Janeiro: Campos, 2003.
- BARBETTA, P. A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 5.ed. ver. Florianópolis: Ed. UFSC, 2002.
- BARDIN, L.. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 1977.
- COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. **Feitas para durar**: práticas bem-sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- CUNHA, C. J. C. de A.; FERLA, L. A. (Orgs). **Iniciando seu próprio negócio**. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados, 1997.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: campos, 2001.
- DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo corporativo**: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores, 1999.

DEGEN, R. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Pioneira, 1992.

_____. **A profissão de administrador**. São Paulo: pioneira, 1998.

FILION, L. J. **Visões e relações**: elementos para um metamodelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas, v.33, n.6, p. 50-61, nov/dez. 1993.

_____. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios**. Revista de Administração de Empresas, v. 34, n.4, out./dez., 1999.

GERBER, M. E. **O mito empreendedor revisitado**: Como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido. Tradução Gunter Altemann. São Paulo Saraiva, 1996.

GOZDZ, K. **A construção da comunidade como disciplina da liderança** in RAY M.; RINZLER, A. **O novo paradigma nos negócios**: estratégias emergentes para a liderança e a mudança organizacional. São Paulo: Cultrix, 1996.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARTIN-BARÓ, I. **Accion e ideologia: psicologia social desde Centroamérica**. 2 ed. El Salvador: UCA Editores, 1985.

MAYNARD, H. B; MEHRTENS, S.E. **Redefinições da Prosperidade Empresarial** in RAY M.; RINZLER, A. **O novo paradigma nos negócios**: estratégias emergentes para a liderança e a mudança organizacional. São Paulo: Cultrix, 1996.

MELO NETO, F. P; FROES, C. **Responsabilidade social & Cidadania empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PATRÍCIO, Z. M.; CASAGRANDE, J. L.; ARAÚJO, M. F. **Qualidade de vida do trabalhador**: uma abordagem qualitativa do ser humano através de novos paradigmas. Florianópolis: PCA, 1998.

PINCHOT, G. **Desenvolvendo a comunidade no local de trabalho**. In: HESSELBEIN, F. et al. **A Comunidade do futuro**: idéias para uma nova comunidade. São Paulo: Futura, 1998.

RAMOSA A. G. **A nova ciência das organizações**: uma reconceitualização da riqueza das nações. Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getulio Vargas, 1981.

SEBRAE. **Dicionário de Ciências Sociais**. Belo Horizonte, 2003.

VERGARA S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

WHEATLEY, M. J. **Liderança e a nova ciência**. São Paulo: Cultrix/Amara-Key, 1996.