



OS 5 PS DO EMPREENDEDORISMO

Um estudo de caso

Schirlei Mari Freder

Pontifícia Universidade Católica – PR, Brasil
crearegs@gmail.com

Vinicius Zamboni Freitas

Creare Gestão

Luciano Minghini

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
lucianominghini@utfpr.edu.br

RESUMO

Esta resenha propõe promover uma reflexão sobre o empreendedorismo, suas motivações, fontes de apoio e fomento. A partir de um estudo de caso único, utilizando a análise da narrativa do sujeito pesquisado e uma linguagem mais dialógica, os autores apresentam a análise de um estudo de caso sobre a trajetória de um empreendedor, adotando a perspectiva dos cinco p s (5 Ps) do empreendedorismo, uma proposta apresentada pelo professor e pesquisador Dr. Fernando A. P. Gimenez. Além disso, a trajetória também é analisada a partir das proposições de empreendedorismo do Sr. Ozires Silva, fundador da Embraer e promotor da cultura empreendedora no Brasil.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedor, paixão, propósito, pessoas, práticas e produto.

INTRODUÇÃO

Quando começamos a desenvolver o esboço para este artigo, um desafio surgia diante de nós, pois havia o desejo de nos esfor armos em compreender o perfil empreendedor e ao mesmo tempo aplicar os 5 Ps do Empreendedorismo apresentados pelo Professor Fernando Gimenez. Isto nos motivou a seguir em frente e realizarmos essa tentativa

de aproximação conceitual. Percorremos as abordagens dos 5 Ps e iniciamos as descrições teóricas e desde o início tentando visualizar de que modo isso se daria quando fôssemos ao campo prático de observação. Na segunda etapa, ao aplicarmos a entrevista com o empreendedor, percebemos que sim, ele apresentava as várias características descritas nos 5 Ps.

Depois desta etapa outra questão nos deixou curiosos e então surge uma nova pergunta: apesar das dificuldades, o que motiva o empreendedor brasileiro? Então, ao traçarmos uma tríplice comparação entre os 5 Ps, a entrevista com o empreendedor e os depoimentos do Sr. Ozires Silva em seu livro “Cartas a um jovem empreendedor: realize seu sonho. vale a pena” (SILVA, 2007) pudemos perceber que os nossos empreendedores brasileiros tem em comum os aspectos de liderança, protagonismo e o forte desejo de transformar suas realidades. Estas características fazem com que tenham coragem de superar diariamente os desafios apresentados em suas práticas empreendedoras.

Na maioria dos casos, e nesse especificamente não foi diferente, os empreendedores têm mentores ou incentivadores que patrocinam a iniciativa, mesmo que moralmente, fazendo com que se tornem protagonistas de suas histórias. Nesse

caso, o empreendedor em questão seguiu os exemplos do avô e do pai, ambos empreendedores, e aos 11 anos de idade iniciou sua trajetória, também apoiado pela mãe. E é esse relato que iremos apresentar no próximo item.

CASO APRESENTADO COMO NARRATIVA

Para formalizar a entrevista com o empreendedor, foi sugerido que seguissemos um roteiro de entrevista aplicado a todos os casos que compõe esta revista. Nosso estudo de caso é de um empreendedor que tem histórico familiar onde se apresentam várias gerações de empreendedores e em muitas situações são identificados inovações e pioneirismo em determinados segmentos de mercado. Para mantermos nosso entrevistado em sigilo, a partir de agora passaremos a chamá-lo de ENTR.01 e nas referências apresentamos a cidade e em qual ramo ele desenvolve suas atividades.

QUADRO 1 – DESCRIÇÃO DOS 5 PS DO EMPREENDEDORISMO

Ps	Características
Primeiro “P” - Paixão	Relaciona-se com a dedicação que devota-se a algo ou alguém; O empreendimento é um objeto de desejo; Sem a paixão pode ser difícil atender as demandas do objeto de desejo que é o empreendimento.
Segundo “P” – Propósito	O propósito é o guia da Paixão; Refere-se a motivação para empreender; Vincula-se com a razão da existência do empreendimento que é o que se oferece ao mercado ou a sociedade.
Terceiro “P” – Pessoas	Pessoas compõe o mercado; O empreendimento deve ter capacidade de atrair e ofertar algo para as pessoas; O empreendimento necessita das pessoas para existir: sócios, funcionários, fornecedores, parceiros, etc
Quarto “P” - Práticas	Saber fazer; Vincula-se aos três papéis do empreendedor: criador, organizador e condutor.
Quinto “P” - Produto	Todo empreendimento se constrói a partir de um produto (tangível ou intangível) ofertado para o mercado ou para a sociedade; Nesse quinto “P” é materializado os outros 4 “Ps”: Paixão, propósito, Pessoas e Práticas.

Fonte: Adaptado de Gimenez (2015, p.12-15).

Após a coleta dos dados a proposta desse artigo foi analisar as informações tendo como base os cinco Ps do empreendedorismo, relatados pelo Professor Fernando Gimenez em seu livro “Empreendedorismo, Sustentabilidade a vida de professor: prosa e poesia” e descritos no Quadro 1.

Entendemos que descrever as características de cada “P” pode facilitar a análise e compreensão do modo como podemos verificar isso nas práticas empreendedoras, independente do porte ou tamanho da empresa. Podemos dizer que são características que podem se tornar um padrão quando buscamos analisar o comportamento empreendedor.

Seguiremos agora para a apresentação do nosso estudo de caso e que tem como base descritiva o roteiro da entrevista validado junto a equipe do Comitê Executivo da Cátedra Ozires Silva (Curitiba e Londrina). O perfil de nosso entrevistado - ENTR.01 é: solteiro, quarenta e um anos de idade, uma filha e empreende há trinta anos, ou seja, desde os onze anos de idade. Tem formação em Administração e cursou uma pós-graduação em finanças. Seu negócio tem sede em Curitiba, não possui filiais, faz parte do ramo de guindastes articulados, possui vinte funcionários e sete concorrentes identificados somente em Curitiba.

Quando perguntado de que forma iniciou seu empreendimento, ele relata que começou a vender doces, com incentivo do avô (ENTR.01). O avô, naquela época já estava

aposentado e depois de trabalhar mais de quarenta anos no comércio de secos e molhados (com loja no interior e depois em Curitiba), agora tinha uma pequena empresa de representação de doces e balas que eram suficientes para complementar sua renda, continuar empreendendo e se manter ativo. O ENTR.01 pergunta ao avô: “me ensina a vender doces, como eu faço?” E o avô o ensinou. Seus primeiros clientes foram funcionários e comerciantes próximos à sua residência no bairro do Xaxim.

Ainda muito menino foi alcançado pela Paixão (o primeiro P descrito pelo Professor Fernando Gimenez) que “[...] está relacionada com a dedicação que devotamos a algo ou alguém que nos aproxima da felicidade” (GIMENEZ, p. 13). Mas estava imerso nos estudos e compromissos da escola e isso se seguiu até concluir o ensino médio e precisou deixar o sonho de lado. No ensino médio, havia se esforçado para tentar a experiência de se tornar funcionário, iniciando um estágio na Caixa Econômica Federal aos 16 anos, mas a inquietação o acompanhava e entre idas e vindas buscava alimentar a Paixão, empreendendo de algum modo, então aos 19 anos junto com a família, iniciam um comércio de secos e molhados no interior do Paraná, em uma cidade distante há 200 km de Curitiba.

Em seguida, certamente alcançado pelo “Sonho de Voar” tão bem descrito pelo Dr. Ozires Silva e é quando “o empreendedor imagina a obra que pretende construir, e se indaga sobre a capacidade dessa obra manter-

se em pé no futuro” e iniciou sua trajetória sozinho, aos 21 anos, inaugurando a primeira loja com utensílios de R\$ 1,99 em outra cidade do interior do Paraná, há 300 km de Curitiba, mas ousadamente chamou-a de R\$ 1,95 e seus produtos eram vendidos por este valor.

Mesmo antes de estabelecer essa loja realizou diversas atividades ligadas ao ato de empreender, desde compra e venda de carros, escola de informática, loja de roupas usadas e estas características se alinham mais uma vez com o primeiro “P” descrito pelo Professor Fernando Gimenez quando diz que “[...] no empreendedorismo o objeto de desejo é o empreendimento. Sem a paixão, será difícil surgir a apetência pra atender as demandas desse objeto do desejo” (GIMENEZ, p. 13).

Ainda muito jovem tinha outro desejo que era ser jogador de vôlei. Juntou suas economias e foi morar em Maceió aos vinte e dois anos, se esforçou muito, mas com seu olhar atento percebeu que seria um caminho árduo com pouco ou, em alguns casos nenhum, reconhecimento financeiro mas admite que “[...] com o esporte eu aprendi a ter determinação e equilíbrio entre a vitória e a derrota” (REVISTA MAIS PARANÁ, 2003, p. 33).

Aos vinte e quatro anos inicia seu curso superior e aos vinte e cinco consegue traçar um novo propósito (o segundo “P” descrito pelo Professor Fernando Gimenez) e inova e lançando uma das primeiras lojas de comércio eletrônico do Paraná. Percebam que todas as experiências anteriores contribuíram para que tivesse bagagem para mais uma vez, ousar, sair à frente do mercado. O segundo “P”, o Propósito “[...] se refere à motivação para

empreender. [...] tem a ver também com a razão da existência do empreendimento, o que é oferecido ao mercado se for uma empresa, ou a sociedade, se for outro tipo de organização” (GIMENEZ, p. 13). Nesta etapa já se somam dezessete anos de experiências com empreendimentos isso lhe rende o Prêmio Jovem Empreendedor (Segmento Publicidade) aos vinte e sete anos.

Percorrendo os dados resultantes da entrevista, chegamos ao terceiro “P”: as Pessoas. O ENTR.01, em toda sua trajetória até os dias atuais, convive com um grande número de pessoas com as quais necessita se relacionar o tempo todo. “O empreendimento, em geral, necessita de outras pessoas para existir: empregados, sócios, fornecedores, parceiros, etc. Para cada tipo de público há interações que precisam ser estabelecidas” (GIMENEZ, p. 13-14).

Em todo esse período o ENTR.01 conviveu com diversas culturas nas cidades por onde passou, fez a leitura do comportamento de seus clientes, fornecedores e de seus funcionários para que pudesse ter êxito em suas iniciativas. Todas essas experiências preparavam para o que ainda viria em sua trajetória empreendedora.

Todas estas relações e a trajetória de experiências do empreendedor são as que contribuem para que se estabeleçam as Práticas, o quarto “P”, pois empreender

[...] requer um saber fazer que é direcionado por três eixos: imaginar uma nova organização, buscar e articular recursos e tecnologias em um modo de operação e estimular e conduzir pessoas visando atingir objetivos. [...] Em essência,

*dizem respeito ao exercício de três papéis
empreendedores: criador, organizador e
condutor (GIMENEZ, p. 14).*

Após encerrar as atividades do e-commerce, ENTR.01, mesmo decepcionado com as perdas que teve, mas agora com uma bagagem maior no campo do empreendedorismo, recalcula seus objetivos e investe o pouco do capital que restou em um segmento que categoriza como “tradicional” que observava a um certo tempo que era o de veículos pesados. Via ali a oportunidade de se reerguer. No início se concentrou na compra e venda de equipamentos usados se destacando na área pois com sua experiência no segmento da internet rapidamente investiu em anúncios diferenciados e dessa forma conquistou clientes de outras cidades, fato que nem sempre seus concorrentes atingiam (ENTR.01).

Um tempo depois, que ENTR.01 não sabe dizer ao certo se foram dois ou três anos, percebeu que atendia todos os tipos de público e sentiu a necessidade de dar mais foco no tipo de produto que entregava e com isso iniciou na área de guindastes articulados. Manteve-se no segmento de veículos pesados mas agora buscava entregar um produto e um serviço diferenciado ao cliente com algo a mais. Conseguiu um contrato de representação com uma empresa fabricante dos guindastes e tornou-se o representante oficial no Estado do Paraná.

Nessa fase empreendedora foi possível identificar que o ENTR.01 estava desenvolvendo de modo mais maduro o quinto

“P”, do Produto, relatado por Gimenez (2015, p. 14):

Todo empreendimento se constrói em torno da capacidade de entregar um produto, tangível ou intangível, para a sociedade, de forma mais ampla, ou mercado, de forma mais estreita. É no produto que surge o resultado de Paixão, Propósito, Pessoas e Práticas (GIMENEZ, p. 14).

Mas tem um comportamento no empreendedor que chama a atenção em nossas pesquisas: a inquietação. A impressão que temos é que parece que os 5 “Ps” podem ser caracterizados até mesmo como um tipo de ciclo que se reinicia em um novo projeto na empresa, ou até mesmo em uma nova empresa. Percebemos isso no relato do ENTR.01 “meu negócio tem sucesso financeiro, tem rentabilidade, mas vejo que ainda falta algo”.

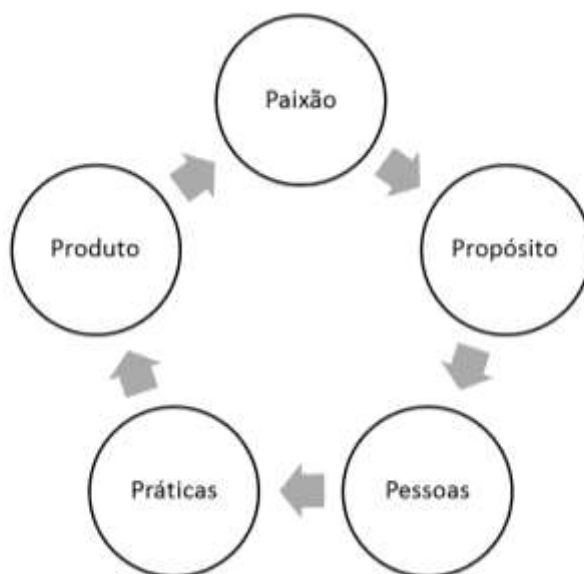
E se fosse começar tudo de novo de que modo você faria? “Faria tudo diferente” (ENTR.01). Parece que essa pergunta remete ao primeiro “P”, a paixão, pois com muito entusiasmo o ENTR.01 começa a relatar de que modo gostaria de criar e gerenciar seus empreendimentos.

Com isso, no decorrer da descrição desse estudo de caso, surge em nossa memória a imagem de um ciclo que possivelmente se reinicia de tempos em tempos, decidimos representar essa visão na Figura 1 para que possam visualizar o que pode vir a ser um comportamento padrão dos empreendedores.

Aproximando a análise dos dados coletados com nosso entrevistado à descrição de Hume (1990), o empreendedor apresenta um comportamento muito dinâmico com um potencial incrível na geração de ideias. E essas ideias surgem a partir das experiências e impressões que o indivíduo vai adquirindo ao

longo de sua vida quando vivencia sensações e emoções. O simples ato de ouvir, ver, amar, sentir, desejar, odiar ou querer são experiências que de certo modo preparam o indivíduo para gerar novas ideias e dessas ideias surgem soluções que resolverão o problema de algo ou alguém.

FIGURA 1 – CICLO DOS 5 PS DO EMPREENDEDORISMO



Fonte: Adaptado de Gimenez (2015, p.12-15).

Outra questão interessante abordada por Hume (1990) é de que a necessidade de transformar a ideia em algo (produto ou serviço) dependem somente da vontade do indivíduo. Se essa vontade não surgir, nada será criado, mesmo que o ser humano possua capacidade ilimitada para criar iniciativas.

minucioso, que ele está realmente confinado dentro de limites muito reduzidos e que todo poder criador do espírito não ultrapassa a faculdade de combinar, de transpor, aumentar ou de diminuir os materiais que nos foram fornecidos pelos sentidos e pela existência (HUME, 1990, p. 10).

[...] à primeira vista, nada pode parecer mais ilimitado do que o pensamento humano, que não apenas escapa a toda autoridade e a todo poder do homem, mas também nem sempre é reprimido dentro dos limites da natureza e da realidade... Entretanto, embora nosso pensamento pareça possuir esta liberdade ilimitada, verificaremos, através de um exame mais

Já que todas as experiências são únicas a cada indivíduo, isso significa que determinadas ideias surgirão para uns e não surgirão para outros para tanto, as ideias que surgirem servirão a oportunidades diferentes (BARON, 2007). Notem então que os empreendimentos são criados a partir dessas

ideias que surgem para o indivíduo empreendedor que por sua vez, geralmente apresenta um comportamento prático e intuitivo.

A partir de suas ideias, que nascem numa estrutura cognitiva que constantemente elabora diferentes representações e significados, esse indivíduo empreendedor cria uma percepção particular para propor soluções aos problemas que ele mesmo detecta. Essa forma de buscar soluções pode surgir internamente e também a partir de uma influência externa fazendo com que exercite sua criatividade (MENEZES, 2008).

Por isso, se diz que identificar as oportunidades de negócios é como se fosse uma maneira de concretizar um sonho, que ainda está na da mente e ao agir, pode torná-lo real. Sampaio (2014) afirma que “se o sonho é o combustível, a atitude, ou, mais especificamente, a atitude empreendedora, é o motor dos grandes projetos pessoais e profissionais”.

Por fim, notem que outros autores corroboram com os apontamentos do Professor Fernando Gimenez e do Dr Ozires Silva quando trazem elementos importantes sobre o perfil do indivíduo empreendedor.

E quando finalizamos a entrevista, perguntamos ao nosso entrevistado qual o conselho ou recomendações ele daria aos jovens que iriam ler esse artigo e ele nos respondeu: “sentir e decidir com o coração” (ENTR.01) essa é a melhor forma de ver o mundo e decidir sobre o negócio.

CONCLUSÃO (RESUMINDO OS PS IDENTIFICADOS NO CASO)

Chegamos ao final desse artigo com a sensação de dever cumprido. Quando nos propomos a observar o comportamento de um empreendedor a partir da lente dos 5 Ps do Empreendedorismo, relatados pelo Professor Fernando Gimenez, logo de início soubemos que poderíamos nos deparar com uma situação contrária. Mas para nossa surpresa isso não ocorreu.

Sim, esse empreendedor apresenta as características dos 5 Ps do Empreendedorismo: Paixão, Propósito, Pessoas, Práticas e Produto. E durante esse processo de análise notamos que esses 5 Ps acontecem quase como se fosse um ciclo, nem sempre linear, mas como se fosse um processo que se realimenta de tempos em tempos. Esse ciclo faz com que o empreendedor reinvente, pense em novas soluções sempre que surgem desafios internos ou externos ao empreendimento.

Em futuras pesquisas ou comparações, indicamos que se verifique se há influência familiar que motive o empreendedor a criar seu negócio. Temos uma hipótese que sim, mas não podemos afirmar pois estudamos apenas um caso. Essa questão ficou aberta em nossa análise e nos instiga a buscar essa resposta em uma futura pesquisa.

Esperamos poder ter contribuído com as reflexões dos leitores da revista Cátedra e da mesma forma termos contribuído com as pesquisas no tema do empreendedorismo no Brasil. Podemos dizer que nos sentimos muito honrados pela oportunidade de participar com

este estudo num ambiente que muito nos inspira a perseguirmos os exemplos de ousadia e empreendedorismo do Dr Ozires Silva: um orgulho para o Brasil.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo – Uma Visão do Processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

DRUCKER, F.,P. **Inovação e espírito empreendedor, prática e princípios**. São Paulo: Thomson-Pioneira, 2003.

ENTR.01. Empreendedor entrevistado para este estudo de caso, atualmente tem empresa no ramo de guindastes articulados, em Curitiba.

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado. **Empreendedorismo, Sustentabilidade a vida de professor: prosa e poesia**. Curitiba: Edição do Autor, 2015.

HUME, David. **Investigação Acerca do Entendimento Humano**. in Hume – Vida e Obra. São Paulo: Nova Cultural, 1990.

MENEZES, R. **Identificação de oportunidades para inovação através de grupos criativos: jogo educativo para formação empreendedora do engenheiro**. Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia - COBENGE. 2008. Disponível em <<http://www.abenge.org.br/CobengeAnteriores/2008/artigos/1721.pdf>>. Acesso em 27 de abril de 2016.

REVISTA MAIS PARANÁ. **Loja virtual curitibana entre as melhores do país**. Curitiba, ano 2, n. 02, p. 32-33. Mar/Abr 2003.

SAMPAIO, Mara. **Atitude Empreendedora: descubra com Alice seu País das Maravilhas**. São Paulo: Editora Senac, 2014.

SILVA, Ozires. **Cartas a um jovem empreendedor: realize seu sonho, vale a pena**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.