



FACULDADE METROPOLITANA DO ESTADO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO: uma análise comparativa da importância do perfil empreendedor.

Artur Luís António Morais

Orientadora: Lívia Pallos

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo expor uma discussão sobre o tema do empreendedorismo e inovação dentro das organizações, buscou-se em diferentes estudos sobre tais conceitos, definições e compreensões do tema. Trata-se exclusivamente de uma pesquisa bibliográfica, onde na qual foi abordado assuntos como tecnologia, e os impactos que empreendedorismo e inovação causam dentro da organização. Como parte prática destaca-se duas grandes empresas, como a Motorola e a Apple, e através dela pode-se constatar o que o empreendedorismo e a inovação podem causar dentro de uma organização, trazendo uma identidade crescente para as organizações. O seu surgimento deu vida as empresas, e com ela aprende-se a forma exata de como se pode obter um objetivo positivo para empresa. Quanto as empresas sem o perfil empreendedor e inovação, a possibilidade dela estagnar-se é constante.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Inovação; Tecnologia.

ABSTRACT

This article aims to expose a discussion on the subject of entrepreneurship and innovation within organizations, it was sought in different studies on such concepts, definitions and understandings of the subject. It is exclusively a bibliographical

research, in which subjects such as technology and the impacts that entrepreneurship and innovation cause within the organization were addressed. As a practical part, we highlight two large companies, such as Motorola and Apple, and through it we can see what entrepreneurship and innovation can cause within an organization, bringing a growing identity to organizations. Its emergence gave life to companies, and with it we learned the exact way of how we can obtain a positive objective for the company. As for companies without an entrepreneurial and innovative profile, the possibility of it stagnating is constant.

Keywords: Entrepreneurship; Innovation; Technology.

INTRODUÇÃO

A inovação possibilita acréscimos de bem-estar ao melhorar as condições materiais de existência, nos últimos anos o mundo presenciou fatos marcantes que contribuíram para o impacto empreendedor, dentro das organizações inovadoras.

O empreendedorismo promove o desenvolvimento das potencialidades humanas por meio do trabalho. Essa a dinâmica econômica exige estratégias inovativas e o empreendedor é o agente da transformação, que cria valor (utilidade) no contexto de incerteza.

Tais imperativos são determinantes de sobrevivência, contextualizada no aprender a aprender, e podem ser traduzidos na prática de geração do crescimento organizacional por meio de mecanismos recursivos de formação de competências (DEMO, 1994).

O empreendedor, dessa forma, terá que ser preparado para enfrentar o mundo globalizado e informacional, ato que requer tanto o saber fazer como o saber ser, e, por fim, o saber fazer com os outros.

Pode-se notar que o empreendedorismo, desde o surgimento do conceito até os usos mais recentes referem-se a um agente econômico que busca e reconhece oportunidades num cenário de risco e incerteza radical.

Esses dois temas, o empreendedorismo e inovação são capazes de despertar interesse e atenção. O empreendedorismo tem como a importância de possibilitar o

desenvolvimento dos seres humanos por meio do trabalho, descortina a própria concepção de desenvolvimento econômico, algo mais amplo do que a sua aparência do crescimento econômico.

Quanto a inovação a sua importância consiste em possuir econômico e social da organização. A inovação é importante não apenas no empreendedorismo individualizado, mas cada vez mais como a fonte principal do crescimento econômico em proporções nacionais.

O objetivo geral deste artigo é apresentar a evolução conceitual do termo empreendedorismo e compreender os mecanismos de ruptura da dinâmica socioeconômica na economia capitalista a partir da inovação.

Em particular, têm-se os seguintes objetivos específicos:

- 1) Explorar as características individuais do empreendedor e suas ferramentas para o sucesso empresarial;
- 2) 2) entender os impactos do empreendedor dentro das organizações inovadoras.

Entender os impactos do empreendedor nas organizações tem sido um importante tópico de estudo dentro da temática do empreendedorismo. Entendida como sendo o empreendedorismo no nível organizacional, diversos autores têm sugerido que ela pode influenciar positivamente a performance de uma organização.

Esta pesquisa é importante para analisar o poder do empreendedorismo e inovação nas organizações.

Nas últimas décadas o empreendedorismo tem sido uma temática alvo de interesse acadêmico. Reconhece-se a sua importância pelo facto de ser um forte impulsionador do crescimento económico, por estimular a criação de emprego e de produtos inovadores, por ser um meio de acesso ao mercado de trabalho e por gerar mudanças que podem acarretar melhores condições de vida para os indivíduos e para toda a sociedade.

Associada à importância do empreendedorismo, assiste-se ao aumento do número de iniciativas no ensino com vista à promoção do empreendedorismo.

Este artigo aborda a história e o conceito de empreendedorismo, bem como o conceito e as características do empreendedor e apresenta ainda alguns motivos que podem levar os indivíduos a empreender no seu percurso profissional.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Empreendedorismo

A influência das características pessoais do empreendedor sobre o processo de tomada de decisões e de formulação da estratégia, eles não são conclusivos (Johnson et al., 2008). As características pessoais apontam que a personalidade empreendedora pode possuir traços que denotam elevada necessidade de realização, de controle, de predisposição de assumir riscos e coragem para empreender (de Vries, 1996; Korunka et al., 2003).

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) define empreendedorismo como "qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, seja uma atividade autônoma, uma nova organização ou a expansão de uma empresa existente, tanto por um indivíduo, um grupo de indivíduos ou por uma empresa já estabelecida" (Bosma, 2012 p. 10).

Como consequência, observa-se o acréscimo de produtividade que é absorvida nas atividades econômicas e consubstanciada no crescimento dos países.

A sociedade pós-capitalista demanda do empreendedor que ele seja universalmente instruído, cujas características concentram-se em absorver o

Conhecimento e a sabedoria das mais diversas naturezas e fontes para realizar a moldagem do futuro (DRUCKER, 2002).

1.2 As várias perspectivas do empreendedorismo nas empresas

Duas grandes empresas do ramo tecnológico uma apresentando um perfil empreendedor e a outra não.

De um lado a Motorola, uma das empresas responsáveis por muitas das tecnologias que se possui hoje em dispositivos móveis, tendo sido a grande rival da Nokia no início da produção de telefones celulares. A companhia, entretanto, passou por diversas dificuldades com a popularização dos smartphones, sendo obrigada a vender todo o seu portfólio de patentes e a sua divisão mobile para a Google, que acabou repassando o setor para a Lenovo poucos anos depois.

De outro a Apple, que é uma organização cujo perfil é empreendedor e está sempre avançando e inovando. Uma das maiores organizações no mundo, que começou pequeno, hoje ela se tornou grande e continua surpreendendo o seu público no mundo inteiro.

MOTOROLA

A companhia que hoje se conhece como Motorola foi fundada em Chicago pelos irmãos Paul e Joseph Galvin, no dia 25 de setembro de 1928. A empresa possuía na época o nome de Galvin Manufacturing Corporation, devido ao sobrenome da família de seus fundadores, e contava com apenas cinco funcionários.

Em 1936, a empresa ingressou no mercado de rádios domésticos e começou a fornecer o primeiro sistema de “rádio patrulha” (chamado de Motorola Police Cruiser), que nada mais era que um rádio AM ajustado em uma só frequência para receber transmissões da polícia. Foi nos anos 40 que a empresa ganhou maior impulso, com diversos lançamentos interessantes, como o primeiro rádio portátil bidirecional destinado ao Exército dos Estados Unidos, que se tornou um ícone das frentes de batalha na Segunda Guerra Mundial.

Com o sucesso cada vez maior dos seus produtos da linha Motorola, a empresa resolveu assumir o nome e se reinventar, começando a se chamar Motorola Inc. em

1947. A semente de toda competência da empresa em microeletrônica foi lançada em 1949, quando Dan Noble criou o centro de pesquisa e desenvolvimento na cidade de Phoenix, estado americano do Arizona, destinado a explorar o potencial do transistor, cuja invenção havia sido anunciada um ano antes. Em 1955 a empresa revolucionária o setor de comunicações com o lançamento do Pager no mercado.

Em 1958, a Motorola lançou o Motrac, o primeiro rádio bidirecional veicular do mundo com receptor e fornecimento de energia totalmente transistorizado. Seu baixo consumo de energia permitia que o rádio funcionasse sem precisar ligar o motor do veículo. Era uma inovação e tanto para a época. Pouco depois, em 1959, a grande sensação do mercado de eletrônica de consumo seria o lançamento do primeiro rádio portátil de bolso totalmente transistorizado, batizado de X11. Na década de 1960, sob o comando de Robert Gavin, filho do fundador, a empresa começou a expandir-se internacionalmente, focando-se no mercado de produtos eletrônicos para o consumidor final.

Foi nesta década que a empresa introduziu, em 1967, o primeiro televisor totalmente transistorizado da América, chamado Quasar. A marca ganhou destaque mundial quando um transponder (repetidor de radiofrequência) produzido pela empresa retransmitiu as primeiras palavras da Lua para a Terra em julho de 1969. O transponder a bordo do módulo lunar Apollo 11 transmitiu sinais de televisão, telemetria, rastreamento e comunicações por voz entre a Terra e a Lua.

A fase mais importante da empresa teria início em 1973, quando apresentou um aparelho de comunicação móvel voltado para o consumo em massa: o telefone celular. Pouco depois, em 1977, foi colocado em teste um sistema radiotelefônico batizado de “celular”. O nome era uma homenagem às células de curto alcance do sistema. Isto culminaria, em 1983, depois de 15 anos de intensas pesquisas e investimentos de US\$ 100 milhões no desenvolvimento da tecnologia móvel celular, com a comercialização do primeiro sistema de celular da empresa, chamado DynaTAC.

Nesta década a Motorola se especializou na produção de telefones celulares, culminando com o lançamento de um dos produtos de maior sucesso nesse segmento, em 1996, quando introduziu no mercado o famoso telefone StarTAC, então

menor e mais leve aparelho de celular do mundo. A companhia também participou ativamente da revolução nas comunicações com o primeiro padrão técnico de televisão de alta definição totalmente digital (HDTV), em 1990. Nesta década, a Motorola também demonstrou o primeiro protótipo de telefone com sistema de celular digital em funcionamento do mundo, usando o padrão GSM (Global System for Mobile Communications) em Hanover, Alemanha, no ano de 1991.

Em junho de 2000, a Motorola e a Cisco Systems forneceram a primeira rede de celular comercial General Packet Radio Service (GPRS) do mundo para a BT Cellnet, no Reino Unido. O sistema também funcionou no primeiro telefone celular GPRS do mundo, o modelo Timeport P7389i da MOTOROLA. Desde então, a velocidade com que a companhia evoluiu na oferta de tecnologia de qualidade e inovações para seus clientes só acelerou.

No dia 4 de janeiro de 2011 ocorreu a separação oficial da Motorola em duas companhias, ambas com ações negociadas publicamente na Bolsa de Valores: A MOTOROLA MOBILITY, focada em negócios com celulares, acessórios, tablets e decodificadores de TV, e a MOTOROLA SOLUTIONS, focada em negócios que incluem escâner de código de barras, redes sem fio e rádios intercomunicadores.

Apesar de atuarem como empresas separadas, as duas continuaram ostentando o mesmo nome e partilhando direitos de autor e patentes. A divisão da tradicional empresa em duas ocorreu porque investidores há muito vinham pressionando pela separação, para que pudessem optar entre a área de celulares, que atravessa rápido crescimento, mas com desempenho volátil, e a área de soluções, que apresenta desempenho estável, mas muito mais lento.

A empresa também anunciou uma nova linha de aparelhos. Entre os produtos, estavam vários smartphones Android capazes de se conectar com as redes de telefonia de quarta geração e o aguardado tablet Xoom, primeiro aparelho no mercado com uma versão do sistema operacional Android otimizada para o formato.

Em 15 de agosto de 2011 a Google anunciou a compra da MOTOROLA MOBILITY, divisão da empresa americana responsável pela fabricação de celulares, por US\$ 12.5 bilhões. Com a aquisição, o Google, que sempre foi uma empresa de

software, passou a ser também um dos grandes fabricantes de hardware para celulares do mundo. Mas talvez a razão por trás da compra seja simples: com a MOTOROLA MOBILITY, o Google incorporou 17 mil patentes a seu portfólio atual que ainda é pequeno. Além disso, a aquisição permitiu ao gigante virtual controlar a fabricação de aparelhos que utilizam seu sistema operacional para smartphones Android.

Depois de ser comprada, em agosto de 2013 lançou seu primeiro smartphone desde sua venda para o Google, o tão aclamado Moto X, que conta com uma tela de 4,7 polegadas um hardware intermediário, mas que consegue um desempenho até mesmo superior ao de muitos tops de linha de outras marcas.

Em 29 de janeiro deste ano, porém, a Google anunciou em seu blog oficial um acordo de venda da Motorola, entregando a marca para a asiática Lenovo, com um cheque assinado de US\$ 2,9 bilhões - aproximadamente R\$ 7 bilhões. O valor era bem abaixo dos US\$ 12 bilhões negociados em 2011, valor que entregava também uma enorme quantidade de patentes e que ficam com o Google.

Esta venda foi resultado de diversos trimestres fiscais em que a divisão da Motorola rendeu prejuízos para a gigante das buscas, sendo mais viável manter apenas o portfólio de patentes e passar a responsabilidade pela fabricação de aparelhos para outra companhia.

O futuro da Motorola é incerto, porém vê-se que a empresa tem um histórico impressionante, que pode muito bem levantá-la e fazer com que volte a ser uma das maiores fabricantes do mundo.

APPLE

O perfil empreendedor da Apple gera esse grande impacto nas organizações, ela conduz as empresas para um avanço somente financeiro, mas em todos os aspectos da empresa, e isto está relacionado com as inovações, medidas que a empresa toma ao longo dos anos.

A Apple é uma das maiores empresas de equipamentos eletrônicos e softwares do mundo, foi fundada em 1976, tendo como seus fundadores os estudantes Steve Jobs e Steve Wozniak. Tudo começou com o Apple I, criado por Wozniak nas horas vagas. Os amigos decidiram tentar vender o projeto para as empresas HP e Atari, porém ambas negaram, dizendo que computadores pessoais não teriam futuro no mercado.

Vista a descrença de grandes empresas em seu trabalho, a dupla decidiu produzir os computadores com seus próprios recursos e vender por conta própria. O Apple I não fez tanto sucesso, foram vendidas cerca de 200 unidades, a 666 dólares cada. Atualmente o Apple I é peça de coleção, e vale cerca de 50 Mil dólares.

Os lucros destas vendas sustentaram a Apple por mais um ano, e permitiram o desenvolvimento de máquinas mais potentes. O próximo a ser lançado foi o Apple II, que fez muito sucesso. Diferente de outros computadores, o Apple II carregava o BASIC (programa para programação da época) na própria memória, que totalizava 16 KB. De espaço disponível (4 KB para o Basic, e o restante para os dados dos programas).

Enquanto continuava na linha do Apple II, a empresa começou a trabalhar na interface gráfica, que já havia sido desenvolvida anteriormente pela Xerox. Na época, a Microsoft estava trabalhando para a Apple, e Bill Gates conseguiu exemplares do Lisa (Primeiro computador com interface gráfica a ser lançado no mercado). Pouco antes do lançamento do Lisa, Bill Gates lançou o Windows, utilizando a mesma interface do Lisa, porém com algumas funções modificadas.

O Lisa não fez muito sucesso, chegando a deixar a Apple no vermelho. Porém serviu de Base para o Macintosh, que fez muito mais sucesso. O Sistema operacional dele, MacOS, era o melhor da época, usando muito menos memória.

A Apple passou a fabricar outros aparelhos eletrônicos a partir de então, como o iPhone, iPad, iPod, e outros aparelhos. O sistema operacional da Apple, o Mac, não roda em outros computadores ("plataforma PC"), somente nos da Apple. Algumas versões mais antigas rodam por uso de alguns truques, mas o desempenho total do sistema só se atinge com um computador da Apple.

Os computadores da Apple são muito bons para designer gráfico, e ótimos para rodar programas como Photoshop e Dreamweaver. Estes computadores são muito usados em cursos como Engenharia, engenharia industrial, moda, e outros que precisam de programas deste porte. Um grande problema para quem quer adquirir um MAC é a compatibilidade de alguns programas, que só rodam no Windows.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este é um artigo teórico-analítico. A literatura histórica e teórica foi utilizada para tecer como o conceito de empreendedorismo e inovação.

A realização do levantamento de dados será através uma revisão biográfica de diversos periódicos com base no tema inicial e a metodologia da presente pesquisa é bibliográfica, onde há levantamento ou revisão de obras publicadas sobre a teoria que irá direcionar o trabalho científico o que necessita uma dedicação, estudo e análise pelo pesquisador que irá executar o trabalho científico e tem como objetivo reunir e analisar textos publicados, para apoiar o trabalho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados mostraram que empresas sem perfil empreendedor, tiveram uma queda drástica nesses últimos anos, sendo que o setor mais afetado é na área Smartphones com uma queda surreal.

Em 2021 a Motorola fechou apenas com 21% de participação no mercado brasileiro, e teve um crescimento de apenas 1% no mesmo ano, motivo da queda provavelmente origina-se por intermédio da falta de um perfil empreendedor.

A Motorola está estagnada, sem inovação e se encontra em uma situação precária e se ela continuar nesse estado, a possibilidade de falência é constante. Como também a possibilidade de se levantar é possível, porque ela não está morta,

apenas estagnou, mais a possibilidade de se levantar dessa crise, é ela ser conduzida a um investimento com novas metas e inovação.

Quanto a Apple ela continua inovando a cada ano, e com um crescimento extraordinário, conquistando o público brasileiro com uma oferta a desejar. E cresce a cada tempo, manifestando possibilidades de assumir em primeiro lugar o mercado tecnológico no mundo da smartphones no brasil, que pode vir superar a Samsung.

Verifica-se a necessidade de atualizações por muito tempo e mais rápidas das informações no software, atualizar o sistema interno e fazer o produto durar por muito mais tempo, e pode melhorar também em setor como processamento, filmagem, oferecer uma câmera no topo de linha.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A inovação ela possui uma grande importância para as empresas atuais, além de destacar novas modalidades, ela reveste as empresas com novas ideias e se concentra em atingir as metas estabelecidas. A evolução do termo empreendedorismo surgiu na ideia de trazer um perfil inovadora para as empresas, o empreendedorismo entra na história do mercado trabalhista para sustentar e garantir os planos traçados.

Não se pode deixar de considerar que a economia se movimenta a partir da inovação por intermédio de novas metas traçadas, ela movimenta-se em investimento futuro da organização, precavendo todos os obstáculos e superando todas as lacunas.

Como visto na realidade das empresas analisadas, como a Motorola, que apesar de ter uma história atraente mas ela está estagnada, o principal fator que levou essa megaempresa a falir além da pouca qualidade que oferece aos seus clientes, o fator principal que trouxe o seu fracasso consiste na ausência de um perfil empreendedor.

Apesar do Motorola não deixar de existir, isso não significa o seu avanço no mundo da tecnologia, pelo contrário, ela enfrenta um grande fracasso no mercado e uma grande perda de cliente, dessa forma pode-se concluir que a Motorola faliu.

Essas características indicam necessidade de discussão acerca das estratégias de ação e reavaliação das práticas voltadas para o diagnóstico e consequente notificação da ausência de inovação.

Os impactos causados pelo empreendedorismo e inovação dentro das empresas traz uma nova realidade de atuação no mercado de trabalho, e prende os clientes a consumir os seus produtos de uma forma, ao ponto de desejarem mais produtos.

A melhor empresa sem dúvidas é Apple, porque ela é grande em todos os aspectos, embora a Motorola seja o primeiro, a chegar no mercado de trabalho, porém Apple ela superou todas as exceptivas, percebe-se as diferenças entre ambas pelas características de inovação; crescimento contínuo; ousadia, pois arrisca ser a número 1 do mercado; enquanto que a Motorola, estagnou-se, e pior, está em declínio e por isso corre risco de falência.

Sendo assim, o poder do empreendedorismo e inovação nas organizações é não se conformar com um único resultado, ela busca muito mais e investe para isso, ela tem um olhar futuro e um presente treinado para atingir seus objetivos.

Seu poder não se limita na sua capacidade, porém, suas capacidades divulgam suas ambições e as organizações buscam isso acatar sempre algo novo e expandi-lo.

REFERÊNCIAS

AUDY, J. L. N., & Morosini, M. C. (2009). Inovação, universidade e relação com a sociedade. EDIPUCRS. Recuperado em 10 setembro, 2019. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/edipucrs/inovacaoeempreendedorismo.pdf>>. Acesso em: (CLOTET, 2006)

BARROS, A. C. P. D., Amaral, J. A. M. D., & Nicolau, M. (2011). Comunicação Organizacional nas Mídias Interativas: o Twitter como busca de relacionamento com consumidores. *Temática*, 7(2), 1-15. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021>>. Acesso em: (2011)

BERTUCCI, J. L. D. O. Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 2ed. Rio de Janeiro: LTC. (2009). Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021>>. Acesso em: (2009)

JOHN WILEY & SONS. Pedro, A. Procedimentos para integrar os conceitos de empreendedorismo no ensino fundamental. 158 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Florianópolis. (2007). Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021>>. Acesso em: (2012)

LEZANA, A. G. R., & Tonelli, A. O comportamento do empreendedor. In.: Mori, F. Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores. (1998). p. 13-66. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021>>. Acesso em: (1998)

OMG. Object Management Group. Business Process Model and Notation. Recuperado em 10 setembro, 2019, disponível em: <<http://www.bpmn.org>>. Acesso em: (2019)

OSTERWALDER, A., & Pigneur, Y. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. (2010). Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021>>. Acesso em: (2012)

PACIEVITCH, Yuri. **História da Apple**: A Apple é uma das maiores empresas de equipamentos eletrônicos e softwares do mundo, foi fundada em 1976, tendo como seus fundadores os estudantes Steve Jobs e Steve Wozniak. Tudo começou com o Apple I, criado por Wozniak nas horas vagas. [S. l.], 7 nov. 2022. Disponível em: <https://www.infoescola.com/informatica/historia-da-apple/>. Acesso em: 2 nov. 2022.

PESSOA, A. R. Comunicação Organizacional nas Mídias Interativas: o Twitter como busca de relacionamento com consumidores. *Temática*, (2011). 7(3), 1-11. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021.pdf>>. Acesso em: (2011)

PICOLO, C. R. De Araújo, V. T. A nova “cara” da Comunicação Popular e Alternativa em tempos de mídias digitais. (2019). Disponível em: <

<https://www.redalyc.org/journal/5606/560662203021/560662203021.pdf>>. Acesso em: (2010)

TUDOCELULAR.COM. Motorola: a trajetória da fabricante do seu início ao renascimento. São Paulo 2014 Disponível em <https://www.tudocelular.com/motorola/noticias/n44329/motorola-historia.html#comments> Acesso em 02/11/2022