

**VI REUNIÓN INTERNACIONAL DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN Y
DESARROLLO DEL 23 AL 26 DE MAYO 2012 EN MEDELLIN-COLOMBIA**

**INICIATIVAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS COMO
POTENCIALIZADORAS DE LA INNOVACIÓN**

**INITIATIVES AND ENTREPRENEURIAL SKILLS AS POTENTIATING
INNOVATION**

ESP. REGINALDO APARECIDO VERRI *

Faculdade de Jandaia do Sul - Jandaia do Sul - PR - Brasil
Teléfono: 55 (43) 9912-2093 – E-mail: verri13@gmail.com

DRA. REJANE SARTORI **

Faculdade de Jandaia do Sul - Jandaia do Sul - PR - Brasil
Universidade Estadual de Maringá - Maringá PR - Brasil
Teléfono: 55 (44) 9933-4344 – E-mail: rejanestr@gmail.com

MSC. ANA SANTOS DELGADO ***

Dirección General de Misiones Universitarias – UTPL – Ecuador
Universidad Técnica Particular de Loja – Loja – Ecuador
Teléfono: 593 (07) 9445-2211 – E-mail: anasantos944@gmail.com

SUB-TEMA 3: INICIATIVAS, COMPETENCIAS Y CREATIVIDAD SOCIAL

RESUMEN

Emprendedorismo e innovación son temas directamente relacionados al desarrollo socioeconómico de las naciones. Los emprendedores buscan por soluciones creativas y audaces y moldean un nuevo escenario económico. De esta forma, en función de La importancia de La acción emprendedora para las micro y pequeñas empresas en el Brasil y su papel generador de transformaciones, este artículo tiene por objetivo comprender y evaluar el perfil y el potencial emprendedor de los propietarios de microempresas comerciales del segmento de géneros alimenticios de la ciudad de Cambira, situada en la región Sur de Brasil, se analiza aspectos relacionados a la innovación. En este objetivo, esta investigación, que se configura como exploratoria y descriptiva, fue realizada teniendo como base revisión de literatura y colecta de datos por medio de entrevista estructurada, siguiendo un modelo de investigación disponible por el Servicio de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas del Brasil, que define el perfil del emprendedor. Los resultados revelan variaciones entre los perfiles analizados, clasificándolos como *perfil emprendedor medio a superior*. Por medio de comparación, se verificarán todavía diferencias en el perfil de los microempresarios brasileños en aspectos relacionados a la innovación, así como en formas de gestionar los negocios.

Palabras Claves: Emprendedorismo. Perfil Emprendedor. Innovación.

INICIATIVAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS COMO POTENCIALIZADORAS DE LA INNOVACIÓN

INITIATIVES AND ENTREPRENEURIAL SKILLS AS POTENTIATING INNOVATION

ESP. REGINALDO APARECIDO VERRI *

DRA. REJANE SARTORI **

MSC. ANA SANTOS DELGADO ***

Universidade Estadual de Maringá - Maringá PR – Brasil * **

Universidad Técnica Particular de Loja – Loja – Ecuador ***

SUB-TEMA 3: INICIATIVAS, COMPETENCIAS Y CREATIVIDAD SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

El actual escenario político, económico y social viene ocasionando grandes cambios que ocurren de forma totalmente rápida, y a la medida en que van tomando espacio, una serie de factores se hacen presentes. Los países se unen, forman bloques derrumbando barreras antes existentes. El consumidor, a cada día que pasa se presenta más exigente, buscando mayor calidad en los productos y servicios prestados.

En este sentido, individuos y equipos que mejor captan estas necesidades y tendencias de mercado se destacan, pues se diferencian debido a la forma con que actúan frente a estos cambios. De esta forma, se puede afirmar que vivimos la era del emprendedor, aquel que se adapta a la nueva realidad y de forma creativa se destaca en medio de un gran grupo.

En el Brasil, son los emprendedores que están eliminando las barreras comerciales y culturales y generando en torno de sí una realidad prospera. Muchos, por falta de empleo, buscan por soluciones creativas y audaces que moldean un nuevo escenario económico, tanto local como regional, nacional e internacional.

Los emprendedores son considerados individuos con actitudes diferentes, tienen perfil singular, motivados y apasionados por lo que hacen, no se contentan en ser uno más en la multitud.

El proceso creativo de los emprendedores genera desenvolvimiento de nuevos negocios. En la visión de Filion (1991), la creación de un nuevo negocio se refiere a una imagen, proyectada en el futuro, del lugar que se quiere ver ocupada por sus productos en el mercado, así como de la visión de imagen proyectada del tipo de organización de la cual se tiene necesidad para conseguirlo.

El emprendedorismo, según Dornelas (2001), es marcado por el coraje, pero, eso no significa que el miedo de emprender no exista. Significa que el miedo es cubierto por la acción de seguir la visión, que puede surgir de una necesidad o de un despertar para algo nuevo. Ambos tienen el mérito de la lucha y no hay emprendedorismo sin lucha.

Emprendedorismo y emprendedor no son conceptos nuevos entre los estudios científicos. Su colaboración y participación en el medio empresarial justifican y reflejan su importancia.

Son varios los enfoques realizados a lo largo de los tiempos por diversos autores, sin embargo, actualmente el emprendedorismo es visto como un mecanismo de desenvolvimiento social, que fomenta la generación de empleos e ingresos, teniendo así importancia significativa para la economía mundial.

Naciendo de la creencia en la competencia personal, el emprendedorismo se dispara por medio de una visión bien delineada de los clientes, del mercado y de la competencia, como también de las necesidades y resultados, recursos y personas. La creación de una empresa, de acuerdo con Longenecker (1997), es un instrumento utilizado por el emprendedor para satisfacer sus necesidades, conforme su creencia, valores, conocimientos y habilidades.

Mcclelland (1972) e Rickards e Moger (2000) reportan la importancia de la creación de ambientes que posibiliten la realización de estudios, que proporcionen condiciones para análisis del potencial de competencias emprendedoras y de forma particular, de los aspectos sobre el punto de vista del emprendedor creativo, porque acreditan que la creatividad y la innovación se hacen presentes en los perfiles emprendedores.

Según el Servicio de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas del Brasil (SEBRAE, 2010), el emprendedorismo actúa en la implementación y en el desenvolvimiento de micro y pequeñas empresas y se torna tema fundamental para la economía del país y para la generación de empleos. Pero, debido a la alta tasa de mortalidad de las empresas brasileñas, se hace necesario, en los modelos de gestión, adoptar un mayor grado de creatividad y acciones emprendedoras. De este modo, la sobrevivencia empresarial y la sustentabilidad deben ser procuradas, de forma innovadora y planeada con los dirigentes de negocios y demás integrantes del equipo, intra-emprendedores, que desempeñan papel fundamental en la operacionalización de negocios, buscando desenvolver competencias, capacidades de liderazgo y búsqueda de la productividad.

Es así, en función de la importancia de la acción emprendedora para las micro y pequeñas empresas en el Brasil y su papel generador de mudanzas en el desenvolvimiento económico, este artículo tiene por objetivo comprender y evaluar el perfil y el potencial emprendedor de los propietarios de microempresas comerciales del segmento de géneros alimenticios de la ciudad de Cambira, situada en la región sur de Brasil, analizándose los aspectos dirigidos para la innovación.

Siguiendo esa orientación, este artículo presenta la siguiente estructura, además de esta introducción y de las consideraciones finales: materiales y métodos, revisión de literatura, comprendiendo un enfoque histórico del emprendedorismo, su evolución, trazos de personalidad de los emprendedores y sus relaciones, y conceptos relativos a la innovación, destacando los diferentes formatos que se presentan. Además, son expuestos los resultados obtenidos con la investigación de campo. Las referencias utilizadas en el texto son listadas el final del artículo.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

A fin de alcanzar los objetivos propuestos, este estudio fue realizado por medio de técnicas de investigación aceptadas universalmente. De esta forma, conforme la clasificación de Gil (1999) y Malhotra (2001), se configura como exploratorio y descriptivo, pues demandó la realización de la investigación que demostrara las principales características y habilidades de los emprendedores, bien como un análisis que posibilite comparar el perfil emprendedor de los propietarios de las microempresas como objeto de estudio. Según Gil (1999), el método de

recolección es inductivo por el hecho de recoger datos en una muestra representativa que posibilite llegar a conclusiones generales del perfil del emprendedor en el grupo analizado.

Los métodos de procedimientos, según Lakatos y Marconi (2002), fue lo histórico, tipológico, estadístico y comparativo, siendo el estudio realizado por medio de revisión de literatura y la recolección de datos a través de la entrevista estructurada.

La unidad analizada constituye dos microempresas comerciales de la ciudad de Cambira, situadas en el norte del Estado de Paraná, región Sur de Brasil, que actúan en el segmento de géneros alimenticios y presentan en el mínimo tres puntos de venta.

Con vistas para identificar el perfil emprendedor de los propietarios de esas microempresas, se utilizó un modelo de investigación disponible por el Sebrae, que comprende un cuestionario compuesto por 85 preguntas referentes a las varias decisiones y posicionamiento del emprendedor en cuanto a la gestión de los negocios.

Así, se solicitó a los entrevistados que respondieran las preguntas del cuestionario, cuya escala numérica comprende los siguientes parámetros: 1 – Nunca; 2 – Raramente; 3 – Algunas Veces; 4 – La mayoría de veces; y 5 – Siempre.

En cada pregunta fue posible identificar el perfil de los entrevistados, que fue analizado mediante dieciséis variables que acompañen un perfil emprendedor, según Sebrae.

VARIABLES DEL PERFIL EMPRENDEDOR	
Tener iniciativa	Planeamiento sistemático
Buscar de oportunidades	Resolución de problemas
Persistencia	Nivel de Acertar
Busca de información	Autoconfianza
Exigencia de calidad	Correr riesgos moderados
Cumplimiento de contratos de trabajo	Uso de la estrategia de influencia
Orientación para la eficiencia	Monitoreo
Orientación para objetivos	Preocupación con gestiones financieras

Cuadro 1. Variables del Perfil Emprendedor

Fuente: SEBRAE (2006).

En la secuencia, las respuestas de los entrevistados fueron tabuladas y los mapas de identificación del perfil emprendedor de los entrevistados elaborados, siendo que el análisis de los datos se da tomando como base el modelo de investigación de Sebrae, que clasifica los perfiles emprendedores de la siguiente forma:

- A. **PI:** Perfil Emprendedor Inferior entre 1 a 5 puntos;
- B. **PMI:** Perfil Emprendedor Medio Inferior entre 6 a 10 puntos;
- C. **PM:** Perfil Emprendedor Medio entre 11 a 15 puntos;
- D. **PMS:** Perfil Emprendedor Medio Superior entre 16 a 20 puntos; y
- PS:** Perfil Emprendedor Superior entre 21 a 25 puntos.

3. EMPREENDEDORISMO Y EMPREENDEDOR: DEFINICIONES, CARACTERÍSTICAS Y LINEAS DE PENSAMIENTO

Emprendimiento, en la visión de Baron y Shane (2010, p. 6), es algo traicionero para definirse debido a su naturaleza exhaustivo. Los autores hacen mención a una definición

actualmente aceptada y que viene ganando una creciente anuencia de los estudiosos del área. Tratan el emprendimiento en una visión operacional, una área de negocios que busca entender como surgen las oportunidades para crear algo nuevo en la esfera de nuevos productos, servicios, nuevos mercados, nuevos procesos de materias primas, nuevos formatos de organización y tecnologías existentes, como también la forma como son descubiertas o creadas por individuos específicos que usan medios para explorar y desenvolver esas cosas nuevas, creando así una amplia gama de efectos.

Aún en este contexto, los autores hacen una observación en cuanto al abordaje de reconocer las oportunidades de creación de algo nuevo dentro de las organizaciones, destacando que estos acontecimientos pueden ocurrir tanto dentro como fuera de las organizaciones. En este sentido, hacen una llamada de estos acontecimientos direccionados a los individuos, citados como emprendedores internos, mencionando la fundamental importancia de estos en el proceso emprendedor, como también la relevancia de la organización en actuar como promotora de este ambiente de creación e innovación instituido de esta forma una cultura empresarial receptiva a las nuevas ideas.

Baron y Shane (2010, p. 12) consideran todavía el emprendedorismo bajo una perspectiva procesual, refiriendo al proceso emprendedor que tiene su inicio cuando una o más personas reconocen una oportunidad, o sea, el potencial de crear algo nuevo, surgiendo de un patrón complejo en un ambiente de condiciones y cambios tanto de conocimiento como de tecnología, condiciones económicas, políticas sociales y demográficas, con potencial de generar valor económico (lucro).

Dornelas (2001, p. 37) presenta una definición de emprendedorismo según la visión de Shumpeter (1949), creyendo ser tal vez la que mejor refleja el espíritu emprendedor: “El emprendedor es aquel que destruye el orden económico existente por la introducción de nuevos productos y servicios, por la creación de nuevas formas de organización o por la exploración de nuevos recursos e materiales.”

Así, tanto Baron y Shane (2010) como Dornelas (2001) creen y direccionan el concepto de emprendedorismo volviendo al factor de identificar una oportunidad y crear un negocio al fin de capitalizar sobre él. Los autores presentan también un consenso de emprendedorismo en su forma procesual, refiriéndose al enredo en el proceso de creación de algo nuevo y de valor.

Hisrich y Perters (2004, p. 29) conceptúan emprendedorismo como “el proceso de crear algo con valor dedicando el tiempo y el esfuerzo necesario, asumiendo riesgos financieros, psíquicos y sociales correspondientes y recibiendo las consecuentes recompensas de la satisfacción e independencia económica y personal.”

Así, se observa que esos autores, bien como otros tantos, tienen una percepción semejante frente al concepto de emprendedorismo cuando se refieren al factor iniciativa y generación de valor.

Algunas visiones y entendimientos cuanto a el emprendedorismo y emprendedor, tomando como base los pensamientos de algunos autores en sus respectivas épocas, son presentados por Hisrich y Perters (2004, p. 27), como muestra el Cuadro 1.

Desenvolvimiento de la Teoría del Emprendedorismo y del Termo Emprendedor	
Edad Media	Participante y persona encargada de proyectos de producción en gran escala.
Siglo XVII	Persona que asumía riesgos de lucro (o prejuicio) en un contrato de valor fijo con el gobierno.
1725 (Richard Cantillon)	Persona que asume riesgos es diferente de la que proporciona capital.
1803 (Jean Baptiste Say)	Lucros del emprendedor separados de los lucros del capital.
1876(Francis Walker)	Distinguido entre los que proporcionan fondos y recibían recompensas y aquellos que obtenían lucro con habilidades administrativas.
1934(Joseph Schumpeter)	El emprendedor es un innovador y se desenvuelve con tecnología que aun no fue probada.
1961 (David McClelland)	El emprendedor es alguien dinámico que corre riesgos moderados.
1964 (Peter Drucker)	El emprendedor maximiza las oportunidades.
1975 (Albert Shapero)	El emprendedor toma iniciativas, organiza algunos mecanismos sociales, económicos, y acepta riesgos de fracaso.
1980 (Karl Vesper)	El emprendedor es visto de forma diferente por economistas, psicólogos, negociantes y políticos.
1983 (Gifford Pinchot)	El intra-emprendedor es un emprendedor que actúa dentro de una organización ya establecida.
2006 (McMullen e Shepherd)	Emprendedores diseñan una reacción y crean, modifican por medio de sus acciones emprendedoras.
2009 (Robert Hisrich)	El emprendedorismo es el proceso de crear algo diferente y con valor, dedicando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales correspondientes y recibiendo las consecuentes recompensas de la satisfacción económica y personal.

Fuente: Hisrich e Perters (2004, p. 27).

Al estudiar el emprendedorismo se observa varias visiones, siendo que la gran mayoría trata del emprendedorismo como algo fuertemente ligado a la creación de alguna cosa innovadora, capaz de causar modificaciones en el ambiente en la cual está inserta.

Bessant y Tidd (2009), al tratar de emprendedorismo, en función de la visión de innovación, pueden destacar que emprendimientos son creados por diferentes razones, siendo fundamental entender los motivos y mecanismos adoptados por los individuos, los cuales comprenden: a) Emprendedores como un modo de vida, aquellos que buscan por independencia y procuran ganar la vida teniendo por base sus valores y posibilidades; b) Emprendedores por crecimiento, aquellos que tienen por objetivo la maximización de lucros; y c) Emprendedores innovadores, aquellos guiados por el deseo de crear y dar algo diferente.

Analizando el ambiente del cual el emprendedorismo hace parte, puede identificar otra visión, el emprendedorismo social. Para Bessant y Tidd (2009), esa vertiente posee varias definiciones, pero la mayoría incluye dos elementos básicos: el objetivo de crear valor y cambio social y la necesidad de involucramiento de organizaciones privadas, públicas y del tercer sector. Destaca aún algunos ejemplos de emprendedorismo social, que incluye actos

como: reducción de la pobreza, desenvolvimiento de la comunidad, salud y bienestar, medio ambiente y sustentabilidad, arte y cultura y educación e empleo.

Siguiendo la busca por diferentes estilos de emprendedorismo, se puede citar el emprendedorismo tecnológico, que trata de la creación de un emprendimiento de tecnología y su interacción entre habilidades individuales y de disposición y características de mercado y tecnológicas (BESSANT; TIDD, 2009).

Bernardi (2007, p. 63-64) considera que el emprendedorismo surge de la percepción y del análisis de actividades, tendencias y desempeño, en la cultura, en la sociedad, en los hábitos sociales y de consumo. Relata aún que el emprendedorismo está relacionado con habilidades, gustos y otras características del individuo, teniendo esta afinidad o no con o ramo de actuación o pretensión.

La idea de emprendedorismo es abordada por ese autor como siendo concretada a partir de cinco formas: a) montaje de un emprendimiento; b) compra de una empresa en funcionamiento; c) sociedad en un nuevo emprendimiento; d) sociedad en un emprendimiento en funcionamiento; y e) franquicia.

Hitt, Ireland y Hoskisson (2008, p. 372) se refieren al emprendedorismo como “el proceso en el cual individuos o grupos identifican y buscan por oportunidades organizacionales sin ser inmediatamente minimizados por los recursos que disponen actualmente”. En este sentido, la esencia del emprendedorismo sería identificar y explorar las oportunidades.

Esos autores presentan aun tres clasificaciones de emprendedorismo: emprendedorismo estratégico, corporativo e internacional. El emprendedorismo estratégico está relacionado a la realización de acciones emprendedoras utilizando una perspectiva estratégica, o sea, la organización se concentra simultáneamente en encontrar oportunidades en su medio externo a fin explorarlas por medio de innovación. Ya el emprendedorismo corporativo se refiere a la aplicación o utilización del emprendedorismo en una organización ya establecida, siendo este concepto ligado a la sobrevivencia de la misma, fortaleciendo su desempeño y mejorando las oportunidades de crecimiento. Por fin, el emprendedorismo internacional es definido como el proceso por el cual las organizaciones descubren y exploran de forma creativa las oportunidades externas de su ambiente doméstico con el objetivo de desenvolver una ventaja competitiva.

Así, al buscar definiciones y características de emprendedorismo, se da con varias corrientes de pensamiento, entre ellas la concepción operacional y procesual, seguido por las sociales, tecnológicas o de abordaje como estilo de vida, secuenciadas por las formas de capitalización, emprendedorismo estratégico, corporativo o internacional, algunas en una profundización más filosófico y teóricamente más definido y fundamentado, otras en una línea más activa y relacionada las formas de acción. Pueden, todas esas corrientes presentar, dentro sus características, el hecho de crear algo innovador, de tener la percepción y al identificar oportunidades el fin de inventar alguna cosa de valor y diferenciada con la finalidad de atender el propósito para el cual fue creado y teniendo fuerte influencia y participación de los individuos envueltos en el medio.

4. INOVACIÓN: CONCEPTOS Y ESPECIES

Cuando remitimos el pensamiento al concepto de innovación, de inmediato pensamos en algo dirigido, capaz de algún modo de genera cambios en el ambiente en el cual se está inserido. Hitt, Ireland e Hoskisson (2008), recuerdan la afirmación de que innovación es una

función específica del emprendedorismo, sea en un negocio que esta andando, en una institución pública o en un nuevo emprendimiento iniciado por un individuo.

Explorando el término innovación, los autores citan la definición de Schumpeter, que considera innovación como el proceso de creación de un producto comercial a partir de la invención. La invención viene a ser el acto de crear innovación como “una aplicación de los conocimiento para producir nuevos conocimientos”

La mayor parte de las innovaciones es proveniente de trabajos relacionados a la investigación y desenvolvimiento (P&D). En este sentido, se llega a la innovación interna, relacionada a las actividades de P&D, atribuidas a la búsqueda continua de mejoras y calidad en los procesos.

Con una fuerte relación entre innovación y P&D, hay dos tipos de innovación considerados por Hitt, Ireland e Hoskisson (2008) y Bessant e Tidd (2009), la incremental y la radical. Según estos autores, la incremental se refiere a la innovación desarrollada en bases al conocimiento existente de P&D, ofreciendo pequeñas mejorías en las líneas de productos ya existentes. Diferentemente de la incremental, la innovación radical promueve altos avances y crean nuevas tecnologías.

Bessant e Tidd (2009, p. 28) destacan que hay diferentes formas de referirse a innovación, pero se puede resumir en cuatro dimensiones distintas, conocidas como los 4P's de la innovación: innovación de productos, de procesos, de posición y de paradigma. Además de estas dimensiones, en el Cuadro 1 son presentadas todavía otras formas de innovación citadas por los autores:

ESPECIES DE INNOVACIÓN	
Innovación	Proceso de traducción de ideas en productos, procesos o servicios útiles y utilizables.
Innovación de Arquitectura	Cambios en todo sistema.
Innovación de Componente	Cambios en termos de componentes de un sistema mayor.
Innovación de Paradigma	Cambio en modelos mentales subyacentes.
Innovación de Posición	Cambios en el contexto en que productos/servicios son introducidos.
Innovación de Proceso	Cambio en la forma en que los productos son creados.
Innovación de Producto	Cambios en los productos y servicios.
Innovación Discontinua	Innovaciones radicales que cambian las “reglas del juego”
Innovación Incremental	Pequeñas mejoras en producto.
Innovación Radical	Cambios significativamente diferentes en productos, servicios o procesos.
Invencción	Surgimiento de una nueva idea.

Fuente: Adaptado de Bessant e Tidd (2009, p. 47).

La innovación es tratada por diversos autores como algo imprescindible a la sobrevivencia de las organizaciones. Una innovación contribuye como diferencial competitivo, siendo todavía un recurso estratégico para llevar la organización donde ella tiene como objetivo estar.

A pesar de esta diversidad conceptual, es posible notar que la idea de innovación esta siempre unida a cambios, a nuevas combinaciones de factores que rompen con el equilibrio existente (SCHUMPETER, 1988).

Desear la innovación no basta, es necesario pasar por un proceso complejo que envuelve riesgos y que necesita ser gerenciado de forma cuidadosa y sistémica. De esta forma, se puede afirmar que la innovación ocurre en un ambiente que presenta una serie de reglas y variables, necesitando así de una gestión adecuada.

La innovación es una limitación para el avance del emprendedorismo ecuatoriano y el principal desafío para las empresas, que necesitan reinventar sus negocios para que se tornen competitivas y sustentables.

5. EMPREENDEDORISMO E INNOVACIÓN: UNA SOCIEDAD NECESARIA

Al analizar el contexto de emprendedorismo e innovación, no se puede partir del principio de que ambos son solamente el resultado de una brillante Idea. El trato del emprendedorismo en su concepto convencional parte de la identificación de una oportunidad y a partir de este punto, se pasa a la elaboración de un plano de negocios y a la búsqueda de capital para la acción. Pero existe un gran factor evidente entre la identificación y la fase de elaboración del plano de negocios, la creatividad, que viene a ser el diferencial frente a la fase problemática del proceso de identificación, evaluación y decisión como la alternativa en la creación de un nuevo emprendimiento.

Bessant e Tidd (2009, p. 60) se refieren a esta fase inicial de un nuevo emprendimiento como la etapa en la cual existe una enorme fragilidad del proceso, esclareciendo todavía que el factor fragilidad afecta de manera significativa la forma como se realiza el gerenciamiento de la creatividad y la transformación de ideas en innovaciones.

Para estos autores, la práctica y el estudio de emprendedorismo y de la innovación puede ser abordados de tres diferentes formas, a partir de las siguientes perspectivas: **personal** o **individual**, que da énfasis al papel de la creatividad; **colectiva** o **social**, en la cual la énfasis se vuelve a la contribución de equipos y grupos; y la **contextual**, direcciona a las estructuras, al ambiente, a los procesos y a las herramientas.

Ya la creatividad, conceptuada como a “[...] creación y la comunicación de nuevas conexiones importantes que nos permiten pensar en muchas posibilidades, experimentar formar variadas y utilizar diferentes puntos de vista [...]”, puede ser estudiada también como base en tres aspectos: **personalidad**, es decir, en las habilidades cognitivas y comportamentales; **procesos**, que se refieren al pensamiento creativo; y **factores ambientales**, que facilitan o inhiben el desempeño creativo (BESSANT; TIDD, 2009, p.60, grifo nosso).

El emprendedorismo, mas del mero modismo, es asunto antiguo y imperecedero, recibiendo a lo largo de la historia de dominación diversas denominaciones. El desenvolvimiento del emprendedorismo en los ciudadanos parte de la acción dirigida a la educación. Pero, no a la educación como se observa hoy, aquella que padroniza, que recorta el ser humano y que mutila la

belleza de la diversidad, fuente infinita de creación e innovación (ZOUAIN; TORRES, 2004, p.3).

Es así que, Zouain e Torres (2004) consideran emprendedorismo como algo que está íntimamente ligado a la educación y a la innovación, algo que torna al hombre libre, a fin de crear, innovar.

La innovación, para Drucker (2005), es el instrumento específico de los emprendedores, el medio por el cual ellos exploran las mudanzas como una oportunidad para un negocio o servicio diferente. Afirma todavía el autor que el emprendedor debe buscar de forma libre por fuente de innovación, conociendo y colocando en práctica los principios de una innovación bien exitosa.

Dornelas (2001) considera que la innovación es la semilla del proceso emprendedor, influenciada tanto por factores personales como del ambiente. El inicio del proceso emprendedor, de acuerdo con Costa, Cericato y Melo (2007), es determinado o influenciado por ambientes donde las oportunidades son percibidas, la creatividad es valorizada y otras personas representan como referencias modelos de éxito.

Además de estos elementos, los factores personales también influyen en la medida en que las habilidades emprendedoras viabilizan la innovación.

La disposición en asumir riesgos e innovar, según los autores, hacen que esas personas despierten al espíritu emprendedor, buscando materializar la creatividad, desarrollando nuevos planos de negocios, optimizando recursos ya existentes e idealizando nuevos resultados. Todavía, la iniciativa de implementar nuevas ideas buscando el alcance de metas y resultados positivos obtendrá éxitos si los resultados fueran efectivamente alcanzados.

6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En esta sección son presentados los resultados de la investigación realizada con los propietarios de microempresas comerciales del segmento de géneros alimenticios de la ciudad de Cambira, los cuales son analizados con vista a identificar el perfil emprendedor de los entrevistados, efectuando una comparación de los mismos, considerando como aspecto central la innovación.

La ciudad de Cambira, se encuentra situada al norte del estado de Paraná, en la Región Sur de Brasil, posee un área de 166,9 Km² con 7.236 habitantes, de los cuales 3.525 componen la población económicamente activa. El Producto Interno Bruto (PIB) del municipio es de US\$ 10.052.395,68 y el PIB per cápita es de US\$ 1.726,92. Las actividades económicas son diversificadas, orientadas al comercio minorista, mayorista, agricultura, silvicultura, crianza de animales, extracción vegetal y pesca, entre otras (IPARDES, 2011)

Los resultados de la investigación, presentados en las Tablas 1 y 2, muestran un mapa del perfil emprendedor de los entrevistados, y la Tabla 3 revela una comparación entre los perfiles de los dos entrevistados.

Así pues, se presenta inicialmente estos resultados, los cuales son discutidos basados en las referencias teóricas presentadas en este artículo.

Tabla 1 – Mapa del perfil del entrevistado A.

[illegible]

Tabla 2 – Mapa del perfil del entrevistado B.

[illegible]

Tabla 3 – Comparación del perfil de los entrevistados A e B.

[illegible]

Por medio de las Tablas mostradas anteriormente, es posible verificar que el entrevistado A obtuvo puntuación variable entre 18 a 25, que lo clasifica como poseedor de un perfil emprendedor de medio superior a superior, en cuanto que el entrevistado B obtuvo entre 11 a 21 puntos, revelando un perfil emprendedor medio, con variación de medio superior a superior. De esta forma se evidencia que los individuos poseen elevado comportamiento emprendedor, pero presentan diferencias significativas entre sí.

Estas diferencias pueden ser descritas como la forma en la cual cada individuo realiza la gestión de los negocios, que se encuentra altamente conectado con las variadas características que los emprendedores brasileños poseen.

Los resultados también revelan que el entrevistado A obtuvo un mayor valor que B en cuanto a la eficiencia y el planeamiento sistemático, lo que permite concluir que A posee trazos de personalidad de un emprendedor, presenta un perfil de emprendedor estratégico, es decir, busca analizar todo el contexto a fin de calcular los riesgos a los cuales se encuentra expuesto.

También es importante destacar la búsqueda de oportunidades, puesto que el entrevistado A presentó mayor puntuación, al igual que en la orientación respecto a los objetivos, factor de relevante importancia para los negocios, ya que la necesidad de metas y objetivos en la empresa se hace necesaria a fin de obtener mayores resultados. El emprendedor que busca trabajar por objetivos tiene mayores posibilidades de obtener éxito empresarial puesto que atiende las oportunidades de forma planeada y con seguridad. Así, se puede identificar en este punto el perfil de un emprendedor más osado el cual arriesga buscando por innovaciones que busquen mayor lucratividad, contribuyendo de esta manera para un ambiente más productivo y teniendo una visión amplia del negocio en cual se encuentra inmerso.

En el mapa del individuo A también se destaca la autoconfianza debido al alto nivel de administración que aplica a sus negocios, lo cual contribuye a poseer una mayor seguridad en las decisiones tomadas. Al comparar los dos perfiles, se identifica que el perfil B se muestra de forma más retraída, no utiliza modelos sistemáticos de planeamiento y gestión, participando del mercado de forma más discreta, en cuanto que el perfil A, además de poseer un elevado grado de iniciativa empresarial, actúa con seguridad y mayor control de gestión.

Al observar el perfil B se puede concluir que se trata de un emprendedor por necesidad, pues su forma de gestión le conlleva a no explorar ampliamente los recursos disponibles. En relación al perfil A, su actuación permite percibir una forma más madura de desempeño, procurando estar atento a las nuevas necesidades y oportunidades del mercado, manteniendo su estructura de forma más desenvuelta en relación a la innovación.

Los dos perfiles presentan similares resultados en relación al ítem 10, Resolución de problemas. Este punto permite comprender como el emprendedor brasileño toma medidas a fin de resolver problemas inesperados o imprevistos. Los dos sujetos presentan elevado potencial en esta cuestión, con puntuación de 21, representando así un perfil emprendedor medio superior.

Es posible percibir que estos emprendedores tienen habilidades para provocar cambios en el ambiente donde se encuentran insertados, cuando son retirados de su zona de confort, lo que implica un elevado grado de entendimiento del negocio que administran. Este tipo de iniciativa puede causar en el emprendimiento una serie de cambios significativos, los cuales pueden alterar el rumbo de los negocios, resultando inclusive en innovaciones y cambios tecnológicos en una línea que varía de lo incremental a radical.

Otro aspecto que presenta significativa diferencia de conducta entre los dos perfiles fue la búsqueda de información, ya que el individuo A obtuvo una puntuación de 17 y el B de 20.

La búsqueda de información y actualización es un elemento clave para el éxito del emprendimiento, y de esta forma, el éxito empresarial se encuentra vinculado con las formas por las cuales la gestión camina enfrascada en las informaciones obtenidas en el mercado.

Mantenerse actualizado y conocer el emprendimiento a fondo es una necesidad organizacional que es independiente de su tamaño, es decir, el conocimiento se torna un diferencial. En este sentido, El hecho de que el individuo B haya obtenido mayor puntuación en este ítem retrata su perfil emprendedor, que procura con base en informaciones, una mejor percepción y análisis de la línea de actuación, informándose de tendencias y desenvolvimiento en cuanto a cultura, sociedad, hábitos sociales y de consumo, que pueden de alguna forma llevar a algún tipo de transformación en su negocio o de su postura al frente de él. Revela también que el emprendimiento, en este punto, está directamente relacionado con las habilidades, gustos y otras características del individuo, al igual que con su forma de actuar.

La iniciativa como acción empresarial también es considerada un elemento que contribuye fuertemente al éxito. Tener iniciativa es una característica natural del emprendedor, lo cual se ratifica en esta investigación, en la cual los entrevistados fueron cualificados como dentro de la media de perfil emprendedor medio superior.

De manera general, los dos perfiles tuvieron una puntuación elevada respecto a las acciones empresariales, mostrando que entre las microempresas, los emprendedores se concentran en forma activa, contribuyendo para el desenvolvimiento y crecimiento de las innovaciones. Esto revela la preocupación de los emprendedores en mantenerse en el mercado, siendo el emprendimiento oriundo tanto de necesidad como de oportunidad.

Los resultados revelan también el crecimiento personal, destacada por la autorrealización conquistada por los emprendedores, lo que también posibilita mejoras en sus colaboradores.

7. CONSIDERACIONES FINALES

El objetivo de este estudio fue comprender y evaluar el perfil y el potencial emprendedor de propietarios de microempresas del sector de géneros alimenticios de la ciudad de Cambira, analizando los aspectos dirigidos para la innovación. Así, considerando que el objetivo fue alcanzado, pues la investigación identificó varias características de componen el perfil de los emprendedores, como también acciones dirigidas hacia la innovación.

Al hablar de desarrollo regional, en Brasil no hay como dejar de mencionar a los emprendedores que tanto colaboran para el crecimiento económico de su lugar de acción. Por medio de este estudio fue posible analizar las diferentes visiones y valores que cada emprendedor entrevistado adopta con respecto a la gestión de negocios, acciones realizadas de manera tímida u osada, así como en relación en busca de innovaciones, ya sean incrementales o radicales. Estos emprendedores son parte de un grupo diferenciado, totalmente altruista, que provoca cambios alrededor de sí y de los que están cerca.

En el contexto brasileño, el emprendimiento es un factor generador de transformaciones, que intenta buscar en las oportunidades presentadas por el mercado un nuevo modelo de negocio y, de esta forma, buscar la sobrevivencia de las empresas como también de su éxito.

En el universo de los pequeños municipios de nuestro país, los emprendedores tienen un papel fundamental, pues participan de forma creciente con el desarrollo económico local, generando rentas y oportunidades de empleo. De este modo, el papel de los emprendedores es de fundamental importancia, debido a su significativa participación directa o indirecta en la sociedad.

Al utilizar herramientas adecuadas de gestión y buscar acciones innovadoras, el emprendedor puede provocar transformaciones a su alrededor, para poder alcanzar la tan soñada autorrealización, considerada la chispa propulsora de todas las acciones en busca de crecimiento de su emprendimiento.

A partir de estas consideraciones, surgen nuevas propuestas de estudio en relación al perfil e al potencial de los emprendedores brasileños, teniendo por base una localidad que posee una población más elevada, ya que para una ciudad con bajo número de habitantes como Cambira, con cerca de siete mil, tal acción emprendedora es punto de destaque para la economía local, lo que también, para este estudio, puede ser considerado una limitación.

Se espera que esta investigación contribuya para los debates teóricos y empíricos del tema, y despierte el interés para las nuevas investigaciones que contribuyan aun más para la comprensión y el desarrollo de varios perfiles emprendedores encontrados en la sociedad brasileña.

REFERENCIAS

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning, 2010.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 1 ed. 5 reimpr. São Paulo: Atlas, 2007.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

COSTA, Alexandre Marino; CERICATO, Domingo; MELO, Pedro Antônio de. Empreendedorismo Corporativo: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 12, n. 4, p. 32 - 43, out./dez. 2007, p.32-43.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 9 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUKER, Peter F. **Inovação e o espírito empreendedor**. 8.reimpr. 1.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FILION, Louis Jacques. **O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial**: identifique uma visão e avalie seu sistema de relações. Revista de Administração de Empresas (RAE). São Paulo: vol. 31 – n. 3, pág. 63-71, Jul/Set, 1991.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HITT, Michel A.; IRELAND, R. Duarte; HOSKISSON, Robert E. **Administração Estratégica**: competitividade e globalização. 2. ed. São Paulo:, 2008.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **Caderno Estatístico Município de Cambira**. 2011. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=86890&btOk=ok>>. Acesso em fev. 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; e PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas**. São Paulo: Makron Books, 1997.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MCCLELLAND, D. **The Achieving society**. New York: VanNostrand, 1972.

RICKARDS, T.; MOGER, S. Creative leadership processes in project team development: an alternative to Tuckman's stage model. **British Journal of Management**, 11(4), Dec. 2000, , p.273-283.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

SCHUMPETER, J. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1988

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Levantamento do Perfil Empreendedor**. 2006. Disponível em: <<http://www.lawinter.com/atividadegestaoperfil.pdf>>. Acesso em nov. 2011.

SEBRAE. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Incubadoras de Empresas: Apoio completo para o seu negócio**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/inovacao/acoes-sebrae/incubadora-de-empresas>>. Acesso em 20 dez. 2010.

ZOUAIN, Deborah Moraes; TORRES, Luciana da Silva. **O Processo de Inovação Tecnológica em uma Agroindústria do semi-árido Paraibano: um Estudo de Caso da Incubadora Tecnológica de Campina Grande**. In: XXVIII ENANPAD. Curitiba, 2004.