convibra
www.convibra.org

EMPREENDEDOR OU EMPRESARIO? CONFUSÕES SEMÂNTICAS. UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA.

RAUL OTTO LAUX
Professor titular dos Cursos de Administração,
Ciências Contábeis e Processos Gerenciais.
Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE

JACKELINE MARTINENGHI
Acadêmica de Tecnologia em Gestão Comercial.
Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE

FLÁVIO DE ALMEIDA
Acadêmico de Tecnologia em Gestão Comercial.
Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE

RESUMO: Este artigo aborda a pretensa confusão semântica entre as denominações *empreendedor* e *empresário*, como sendo, ambas, sucessão da primeira pela segunda. Parte do objetivo geral que busca identificar e discutir os conceitos ora expostos a fim de identificar semelhanças e diferenças em seus sentidos práticos. Para tanto, serve-se de uma investigação exploratória, qualitativa e conceitual, fundamentada em referencial teórico nacional e foráneo, mediante uma análise de corte longitudinal, nos últimos cem anos. Os resultados apontam a existência de uma não delimitação precisa e científica dos domínios em que vogam estes termos, ostensivamente mais expressiva no âmbito da academia. Conclui a necessidade de revisão dos conceitos em tela, bem como assim também suas abordagens, sugerindo a renovação de obras literárias que permitam ao leitor e estudioso convencerem-se da distinção empírica entre tais conceitos, em razão das suas práticas concretas e dos seus embasamentos filosóficos.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedor; empreendedorismo; empresário; distinção; semântica.

1. CONTEXTO E OBJETIVO

É bastante usual nos depararmos com duas denominações que orbitam com similar frequência no âmbito econômico, independentemente de a qual setor estejamos nos referindo: empresário e empreendedor. Em realidade (e na prática), tais conceitos às vezes colidem em confusão semântica, algo que se presta à instalação e sedimentação de dúvidas conceituais que, no caso específico daqueles acadêmicos iniciantes, poderão provocar-lhes contratempos no presente e no futuro educativo.

O objetivo perseguido por este artigo científico reside na análise, debate e compreensão do que cada um desses conceitos representa e significa na teoria e prática administrativo-gestora (negocial), apontando e discutindo os pontos que propiciam o entendimento errôneo dos mesmos, ademais de analisar as consequências que soem advir do seu mau uso.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Partamos de uma constatação que parece bem definir os contornos que caracterizam, *grosso modo*, um empresário e um empreendedor. Embora ambos possuam características comuns, compartilhadas, há um ponto central que os diferencia: "um empreendedor, por necessidade, é um empresário *[homem de negócios]*, mas nem todo homem de negócios é um empreendedor" (REZAZAD, 2012, p. 36). Em outras palavras, a inspiração de um homem de negócios é ingressar a determinado mercado e competir em bases sólidas que lhe permitam a sobrevivência empresarial e a geração de resultados positivos da sua atividade. Já o empreendedor aspira a algo mais: sua índole empreendedora o estimula a superar a ordem vigente no mercado (que rege o empresário) a fim de superá-la, substituindo-a por um novo e incrementado regime negocial.

O termo *empreendedor* é de origem francesa (*entrepreneur*) e seu berço se situa na aurora do século XVI, quando se aplicava esta denominação às expedições militares; logo no século XVII, seria estendida à área da engenharia civil na questão das coberturas de construções, passando a ser utilizada na atividade econômica apenas no século XVIII (NPSC, 2012). A compreensão do termo, de maneira genérica, remete à ideia de uma pessoa que combina capital e trabalho para a produção. Já para Peter Drucker, o termo se aplica à pessoa que sempre está pesquisando por mudanças, respondendo por elas e explorando-as como oportunidades que se apresentam (DRUCKER, 2012).

Depreende-se desta visão tradicional e definidora da diferença básica entre ambos – empresário e empreendedor – que, enquanto o primeiro aposta seu capital no risco e esforça-se em trabalhar sempre mais, buscando novos conhecimentos e competências que o mantenham em atividade lucrativa a fim de manter seu produto/serviço (usualmente, uma *commodity*), o segundo direciona seu esforço não exatamente à venda desse produto/serviço, mas sim à substituição do usual por um modelo (ou método, no caso dos serviços) aprimorado, diferenciado e, em certos casos, até inédito. As estratégias de negociação do empreendedor igualmente diferem das do empresário, posto que aquele persegue a inovação, o diferencial que o identifica como um empreendedor. Em suma, não haveria maneira de confundi-los em seu atuar mercadológico e é em função desta característica peculiar e identificadora que merecem denominações distintas, diferenciadas. Mas não tão-só destas.

Vesper (1980 *apud* BENNINGHOFF & WEBER, 2014, p. 37), em sua recente investigação a respeito de empreendedorismo, resume as principais linhas de abordagem e suas correspondentes perspectivas:

- Do ponto de vista do economista, o empreendedor "combina recursos, trabalho, materiais, e outros ativos para criar valor agregado, introduz mudanças, inovações, ou processos de estruturação";
- Desde a perspectiva da psicologia, o empreendedor parece ser direcionado por certas forças (por exemplo, a necessidade de obter ou alcançar algo), a fim de experimentar, realizar, "mas também fugir à autoridade de outros";
- Do ponto de vista do empresário, um empreendedor deve "perceber como desafio um competidor agressivo, mas também como um aliado, uma fonte de suprimentos, um cliente, ou uma atraente oportunidade de investimento";
- Para o filósofo, por fim, o empreendedor e sua atividade devem ser vistos "como alguém que cria riqueza para outros, assim como alguém que detecta caminhos superiores na utilização de recursos, a fim de reduzir os rejeitos *[lixo]*, ou alguém que gera emprego para outras pessoas".

Se analisarmos, mesmo que superficialmente, as diversas visões ora expostas sobre o empreendedorismo – embora estas não esgotem as fontes sob outros pontos de vista –, constataremos que o empreendedor é um indivíduo voltado para o diferenciado, para o criativo, para o incomum. Sua satisfação/motivação despreza o lugar-comum, privilegiando tudo aquilo que enriqueça o âmbito social, em sentido lato, sempre com um valor agregado. E mais: ele não se satisfaz com os resultados alcançados, posto que quando isto acontece, sua ansiedade o move a buscar sempre mais, seja aprimorando o já criado, seja ampliando seu rol de valores (benefícios, conforto, funcionalidade, etc.), como marca registrada de um verdadeiro empreendedor. Sua sobrevida empresarial depende desta dinâmica, verdadeira *fonte de energia* que movimenta o empreendedorismo.

O eixo-mestre ao redor do qual gira o empreendedorismo é a descoberta de oportunidades, para o que se faz necessário um eficaz e dinâmico processo de informação que permita ao empreendedor detecta-las em tempo hábil (quando ainda podem ser consideradas *oportunidades*). Assim, a análise mercadológica é ferramenta crucial para o sucesso de tal processo, vez que, detectada uma nova oportunidade, entram em cena determinadas propriedades cognitivas do empreendedor ao combinar a informação útil e de valor potencial, gerando novas relações e novas ideias formuladas com adequada capacidade de obter sucesso econômico (MELIÀ & BOULARD, 2003). Todavia, nem tudo são flores na ótica empreendedora, quando se trata de observar um empreendimento desde o ponto de vista prático, i.e., *real* e sujeito às intempéries e às evoluções inesperadas do mercado – princípio igualmente válido para o universo dos empresários, embora cada universo possua suas peculiaridades próprias.

2.1 O voo do camaleão: comportamento empreendedor

Fundamentando este subtítulo, optamos por servir-nos de um *"livro de cabeceira"*, que leva seu nome: *"O voo do camaleão – Uma história de destino, inovação e sucesso"* (MATTOS NETO, 2006). Esta obra – esclarece seu autor – "não é um livro acadêmico sobre empreendedorismo, inovação e ética profissional. Também não é um romance. Nem obra de autoajuda" (p. 9). Com base nas atividades da mansão *Casa da Vitória* (uma escola de empreendedorismo diferenciada em razão da sua metodologia, situada no Rio de Janeiro), o livro narra a história de um dos seus jovens estudantes, Patrick, e sua experiência nessa casa. Em síntese, esta escola ensina aos seus alunos como "conhecer bem o caminho para chegar a algum lugar". Eis o verdadeiro desafio do empreendedor.

As temáticas dessa obra que mais incitam à análise serão discutidas a seguir, embora o façamos em formato resumido, apenas para destacar as lições mais determinantes e úteis sobre o assunto em tela. Como ponto de partida, registre-se que o curso de empreendedorismo desta casa (fundada há mais de 50 anos, por três bem-sucedidos empresários) persegue o desiderato maior de desenvolver os dons dos participantes. Dons entendidos como habilidades e que precisam ser potencializados e equilibrados, tornando os alunos agentes de mudanças. À casa apenas comparecem candidatos convidados que tiveram suas cartas-propostas aceitas. Não há qualquer custo envolvido, tanto no curso, quanto na estadia, alimentação e transporte *round trip*.

A primeira grande lição que esses prestigiados alunos receberam foi o desafio de aprenderem a voar com asa-delta – sem nunca o terem experimentado. Para tanto, o prazo era exíguo: uma semana. As lições que os instrutores ministravam, cada um em sua especialidade, tinham o básico de técnica, mas o profundo em forma de atuar – conduta, concentração, respeito pelo desconhecido, ponderação, atenção, raciocínio rápido, avaliação crítica de ameaças e oportunidades, etc. Como não poderia ser diferente, do grupo alguns sofreram percalços, outros chegaram a ferir-se, mas nada além do esperado. O treinamento alcançara o objetivo desejado: aprender a *voar* e a alcançar seu objetivo de pouso, sem maiores problemas. Tudo em apenas seis dias.

Nas palavras do instrutor Montanha:

> Durante o voo acontecem alguns imprevistos que precisam ser resolvidos de forma rápida, afinal você não consegue prever tudo na fase de planejamento e preparação. Mas você terá que ter uma resposta rápida aos problemas, pois a vida da sua empresa depende disso, como a vida do piloto depende de suas respostas precisas. Lançar-se ao primeiro voo representa se expor ao fracasso, você pode se machucar e até mesmo morrer, mas também significa vencer as limitações da espécie humana, superar-se como homem, fazer o que centenas de gerações sonharam e não conseguiram (*idem*, p. 38-39).

A lição principal do empreendedorismo estava estabelecida e ficaria gravada para sempre na mente dos alunos da *Casa Vitória*. O curso em referência segue uma tônica integralmente prática, onde a teoria apenas ilustra as atividades que irão ser imediatamente desenvolvidas. Em outros termos, é o *aprender fazendo* que, neste primeiro exercício, permite elencar os seguintes comportamentos empreendedores exercitados:

- Correr riscos calculados: Um empreendedor não pode ser irresponsável e afoito em suas ações, arriscando-se a perder tudo. Deve assumir riscos moderados e gostar de desafios. Portanto, prevendo os riscos, toma precauções para *voar com segurança*. Em suma, "[...] o empreendedor não faz voo cego. Ele assume riscos, mas sabe que pode vencê-los" (*idem*, p. 39).
- Possuir independência e autoconfiança: Maquiavel afirmou: *"a natureza faz poucos homens corajosos, mas o treinamento e a dedicação fazem muitos"*. Insofismável verdade. O treinamento e a dedicação continuados constroem a independência e a autoconfiança, independentemente de qual seja o desafio que deva ser enfrentado (*idem*, p. 40).
- Persistência: Toda e qualquer atividade humana requer persistência, comprometimento e esforço continuado para tornar-se uma qualidade do indivíduo. O aprender a voar – neste exemplo – podem ter causado medo (de altura), cansaço (carregar as asas) e exaustão (treinamento), sentimentos que foram vencidos pela persistência dos alunos.

A obra em comento, enfim, aborda – sempre em formato didático-prático e participativo – os principais determinantes que compõem o rol de desafios do empreendedor, o caminho que devem trilhar os candidatos a empreendedor e as capacitações que devem explorar e desenvolver para alcançar suas metas de curto, médio e longo prazos. Conceitos como *inovação, planejamento e monitoramento, busca de informações, comprometimento, estabelecimento de metas, exigência de qualidade e eficiência, busca de oportunidades e iniciativa, ética*, foram sendo delineados mediante experiências práticas, ilustrativas e educativas, desenhando o *caminho* que o empreendedor deve trilhar rumo ao seu sucesso.

Todos esses determinantes merecem atenção especial e por igual, posto que compõem a fórmula que, se praticada corretamente, levará o empreendedor ao sucesso com a necessária segurança. Todavia, o último item supracitado (ética) destaca-se devido à relevância diferenciada que carrega em si, quando em confronto com os demais. Ele representa, na prática, a chancela ou *selo de seriedade, continuidade e confiabilidade*, vitais para qualquer negócio que almeja sua perpetuação em bases sólidas.

Esta fase foi cumprida pelos alunos da *Casa Vitória* numa viagem à cordilheira do Himalaia, mais precisamente, à capital do Butão (Thimphu), depois de uma longa noite de viagem no jato privado da escola de empreendedores. Foram recebidos por um monge Ph.D. em filosofia e especialista em ética empresarial. Durante a curta permanência de dois dias, os alunos empreenderam uma caminhada a "uma das fortalezas mais antigas da região, o *Dzong de Punãakha*" (*idem*, p. 126).

Surgiu, então, a abordagem do conceito de virtude (do latim, *virtute* = disposição firme e constante para a prática do bem). Um empreendedor necessariamente depende do seu nível de virtuosismo, sempre e quando esta qualidade se mantenha dentro de patamares tidos como *normais*. Em outras palavras e tomando como exemplo a virtude da *coragem*, à medida que esta for sendo exaurida (por fatores externos e/ou internos), o indivíduo estará se dirigindo a um status de *covardia*. Em sentido contrário, se essa coragem for sendo realimentada descontroladamente, a tendência humana será no sentido da *impetuosidade*, da impulsividade, da fúria, da precipitação. Deixará de ser uma virtude para tornar-se um *vício*.

O mesmo processo se aplica a outra virtude: a *lealdade*. Seu esmorecimento alcançará o limite oposto (*deslealdade = traição*). Já sua supervalorização redundará em *fanatismo* (típico caso dos *homens-bomba* islâmicos, dos *kamikaze* japoneses, etc.). Assim, seja por falta ou por excesso, essas virtudes acabam transformando-se em *vícios*, separadas apenas por uma tênue linha divisória.

Estes apontamentos, quando levados ao âmbito do empreendedorismo, parecem restar deslocados, embora na prática não seja assim. O excesso, seja do que for, é sempre maléfico, tanto quanto a falta de algum atributo. O importante, portanto, é o *equilíbrio* entre as virtudes do empreendedor. E esse equilíbrio é representado pela *ética*: "A ética é o freio que permite ao empreendedor correr mais. [...] os freios do carro permitem a ele que corra, pois pode frear com segurança diante de uma curva, a ética permite ao empreendedor que corra mais, pois ele saberá frear diante do perigo do desvio de conduta moral" (*idem*, p. 131). O desvio de conduta, assim, representaria o abismo para o empreendedor.

O empreendedor, portanto, se diferencia do empresário em razão de esse rol de qualidades ou virtudes que são alimentadas e realimentadas desde tenra idade. O empreendedorismo é, assim, uma cultura que, mesmo inconscientemente, vem sendo estruturada ao longo da vida através da educação, do estudo continuado, da pesquisa incessante, dos questionamentos e autoquestionamentos, dos ajustes de rota voluntários, etc. Três fases distintas conformam a vida de um indivíduo, que lhe servirão como fundamento

para o seu agir futuro: (I) a fase da submissão ou obediência, quando criança, durante a qual se privilegia a recompensa e foge-se à punição; (II) a fase da identificação, quando jovem, durante a qual se opta por fazer parte de um grupo ou linha ideológica; (III) a fase de internalização, quando indivíduo já maduro, durante a qual, com fundamento nas experiências pretéritas, o ser humano pensa por si próprio e define o que é bom e o que não é bom. É a fase da reflexão ética: "Há um predomínio de decisões voltadas para a sociedade, onde existe um julgamento moral, imparcial e justo, onde toda a comunidade é contemplada" (*idem*, p. 135).

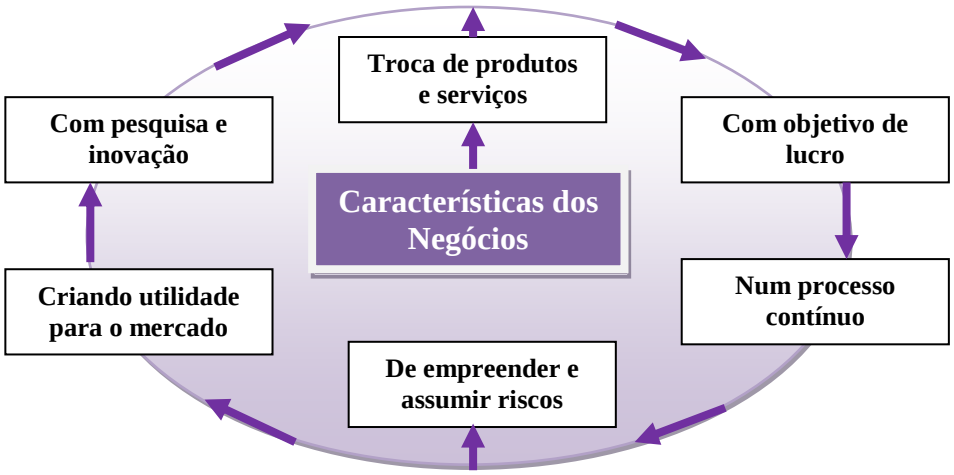
O espaço disponível neste artigo seria exíguo se fossemos desenvolver em profundidade cada um dos itens que compõem a personalidade empreendedora. Aliás, é mister lembrar que os princípios ora resumidos muito provavelmente variem de região para região, de país para país. Afinal, são costumes, educação, valores diferentes, que seguramente interferem nos resultados. Todavia, o padrão comum às sociedades ditas civilizadas se enquadra à perfeição na exposição que acabamos de desenvolver e serve como Norte às ações e comportamentos do indivíduo empreendedor.

2.2 As principais características do empresário e sua proximidade com o empreendedor

Iniciemos por uma constatação de Millette & Vuillermot (2009), estudiosos franceses para os quais o objetivo genérico do uso do termo *'homem de negócio'* (no sentido de *empresário*) para identificar todos aqueles indivíduos envolvidos em negociações de toda espécie é, em realidade, para evitar toda uma série de ideias recepcionadas que são similarmente problemáticas. Seguindo a linha das pesquisas em ciências sociais, com sua criação de palavras, categorias e construtos predeterminados para o mundo social, observamos que o objetivo dessa divisão pré-formatada apenas transmite o óbvio, i.e., "uma concepção implícita de realidade" (p. 17). Assim também se entende para o qualificativo *'chefe'*, terminologia cunhada desde uma perspectiva de *empregados*, o que pressupõe subordinação. Similarmente, também ocorre com o termo *'presidente de companhia'*, que relembra "uma concepção quase militar de companhia *[empresa, organização]*, vista como uma organização hierárquica, obscurecendo a visão de mercado" (*ibidem*). Ou então, do cargo *'Diretor'* o qual, embora aparente ser mais neutro, tampouco parece ser apropriado devido a que qualquer indivíduo pode gerir com sucesso um negócio sem, para tanto, estar dirigindo algo. São, enfim, termos que a economia utiliza sem nunca referir-se à administração direta das operações, usualmente, delegadas a outros.

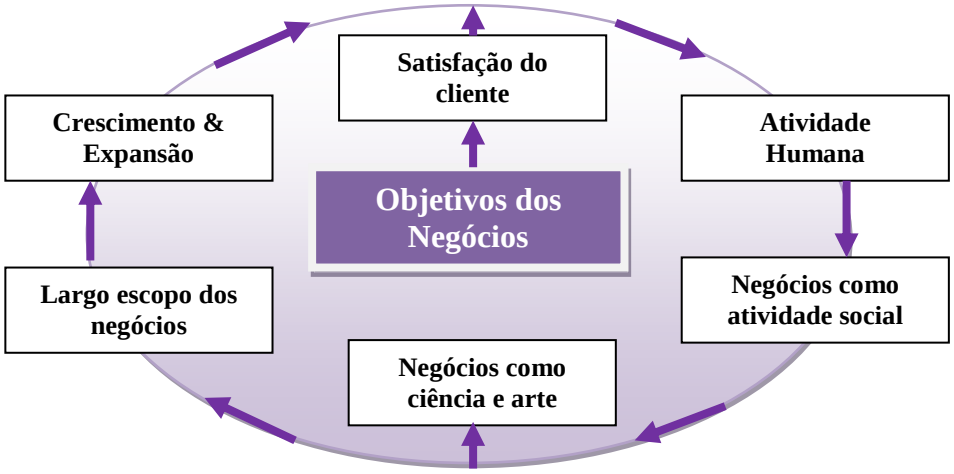
Essencialmente, as principais características que regem os negócios empresariais podem ser agrupadas em doze pré-requisitos básicos, como expostos na Ilustração "1" e na Ilustração "2". Na primeira ilustração, observam-se os elementos básicos do negócio e na segunda ilustração, os objetivos pretendidos com tais elementos.

As características que ora reproduzimos, se comparadas com a exposição do ponto anterior em relação ao empreendedorismo, nos provê uma ideia clara das diferenças que existem entre as ações de *negociar* e de *empreender*. Inobstante se entrecruzem e se complementem em algum momento, o certo é que não há como confundi-las. Diríamos até que a expressão mais correta a respeito encontra-se inserida na clássica frase: *"Nem sempre o empreendedor é um empresário, mas o empresário deve necessariamente saber empreender, se seu objetivo for progredir com segurança, perpetuando seu nome"* (J.KOFFLER, 1976, p. 312). Neste mesmo sentido é o parecer de Souza e colegas (2010), quando afirmam: "Muitas pessoas confundem empreendedor com empresário, no entanto, um professor, um médico, um atleta podem ser empreendedores [...]", sem necessariamente serem empresários, mas este sim precisa saber empreender para prosperar.



Fonte: Elaboração do autor com base em Jain, Trehan & Trehan (2010, pp. 5-6).

ILUSTRAÇÃO 1 – Principais características dos negócios



Fonte: Elaboração do autor com base em Jain, Trehan & Trehan (2010, pp. 5-6).

ILUSTRAÇÃO 2 – Principais objetivos dos negócios.

As características pessoais do empresário (o *indivíduo empresário*), sob um enfoque explicativo, partem de teorias psicossociológicas que congregam a análise da atividade empresarial e certas características comportamentais do indivíduo. Em outros termos, trata-se de destacar os atributos do indivíduo (intuição, imaginação, êxito pretérito, esforço, poder conquistado, decisão, energia, etc.) como sendo determinantes da sua atividade empresarial (GARCÍA, 2005). Todavia, logo passam a confundir ambos (empresário e empreendedor), como, por exemplo, o faz Hull et *al.* (*apud* GARCÍA, 2005, p. 20). Para Hull e colegas, procuram-se diferenças entre o indivíduo empreendedor e os demais indivíduos, "identificando potenciais empresários a partir de determinadas características da personalidade" a exemplo da "criatividade, propensão à aceitação de riscos, necessidade de conquistas, desejo de autonomia e independência". Para estes determinantes, Hull e colegas analisam tanto a consideração genética do indivíduo, como seu entorno sociocultural, fatores que favorecem o desenvolvimento dos atributos supracitados.

Em verdade, o empresário usualmente é visto em certos setores como um explorador do trabalho humano, enquanto o empreendedor, por suas características inovadoras, criativas, amplificadoras do bem-estar social (em amplo sentido), recebe uma atenção diferenciada, *suavizada*. A razão de ser desta postura atitudinal reside na ideia arraigada de o empresário ser um indivíduo possuidor de capital, com o qual multiplica suas riquezas, gera emprego, mas também retém a *Plus Valia* (conceito cunhado por Karl Marx) dessa força de trabalho (ganhos), permitindo-lhe acumular benefícios. "Ademais, é sempre o chefe e, nalguns casos, o responsável moral da situação econômica dos seus empregados; [...] comumente o empresário é visto em certos setores como um explorador" (SÁNCHEZ-OCAÑA, 2011, pp. 12-13).

Aparentemente, é neste detalhe (capital social) que se situa a diferença crucial entre o empresário e o empreendedor. Sánchez-Ocaña (2011) alega neste sentido, que o empreendedor nem sempre (ou quase nunca?) é dono de um capital substantivo para realizar seu projeto inovador. Tampouco é usual que ele proceda de uma família abastada que lhe facilite a realização do seu sonho e, como arremate, seu esforço é revestido de uma conotação social pejorativa. Nas palavras deste autor, "ser empreendedor é simpático [...] possui um matiz romântico. [...] é muito provável que a ninguém incomode, ao menos até adquirir a categoria de empresário" (*Ibidem*, p. 13).

Subentende-se, a partir dessa citação, que a sequência "natural" de todo empreendedor seja a de tornar-se empresário. Teria procedência esta assertiva? Segundo o entendimento de Bernhoeft & Gallo (2003, p. 42), "nem sempre todo empreendedor se torna um empresário". Para tanto, estes autores alegam que, no caso do empresário, sua obra (a *criatura*) é maior que o criador, i.e., ela pode se tornar imortal (transcendente), ao passo que o *criador* é mortal. O fundador de uma empresa é o *criador*, que pode ser um empreendedor ou não; quem a perpetua podem ser seus descendentes ou não. Dessarte, não há como confundir a função e o valor do empreendedor e do empresário. São *diferentes cartas de um mesmo baralho*.

Observemos por outro ângulo esta situação de impasse entre tais conceitos, aparentemente correlatos, mas que em definitivo não o são. Valores como o empreendedorismo – afirma López-Ruiz (*apud* ANDRADE, 2014, p. 62) – "têm tamanha circularidade na sociedade contemporânea que não são limitados apenas aos executivos, mas desenvolvem a formação de um estilo de vida, que influencia outros indivíduos que não fazem parte da lógica empresarial". Este princípio – ainda segundo López-Ruiz – está alicerçado sobre o conceito de *capital humano*, representativo da deslocação do espírito capitalista que alimenta o consumo, para o de investidor, que abrange todo e qualquer segmento vital. Andrade (2014, p. 63) expõe sua análise sobre o argumento de López-Ruiz:

> Atualmente, o verbo "investir" é amplamente utilizado. Os indivíduos "investem" em qualidade de vida, em formação, em família, em carreira [...]. Dessa forma, cuidar do investimento no "capital humano" torna-se responsabilidade de cada indivíduo – uma condição que irá atingir seu auge com a ressignificação da noção de empreendedorismo, na qual o indivíduo passar a ser "empresário de si mesmo".

Aí está. O conceito de "auto-empreendedorismo" aparentemente muda a lógica de fundamentação que cria a dicotomia entre empresário e empreendedor. Não que não existam diferenças entre esses dois grupos conceituais. Elas existem, sim, e chegam a ser ostensivas em alguns casos. Todavia, até que ponto eles conseguem se diferenciar? Robert Kiyosaki, consagrado autor nipo-americano de livros sobre finanças e empreendedorismo, cuja obra *"Pai rico, pai pobre"* (2000) fez (e faz) sucesso no Brasil, permite-nos estruturar uma

premissa interessante: há empreendedores e *empreendedores*; há empresários e *empresários*. Por que a dupla grafia distintiva? Digamos que seja em razão da nossa convicção na necessidade de distinguir o *verdadeiro* do *falso*, no sentido de que o verdadeiro representa a nomenclatura conquistada por merecimento, enquanto o falso, não obstante receba o mesmo rótulo, não o merece, ou por incapacidade, ineficácia, ineficiência, etc., ou por tratar-se do que conhecemos no jargão popular como um *mau profissional* (seja numa pessoa jurídica ou numa física).

Mas voltemos ao autor em referência, pois é dele que extrairemos alguns fundamentos para nossa explicação. Existem empreendedores natos ou há a necessidade de treiná-los para tal desafio? Kiyosaki (2011, p. 11) formulou essa questão ao seu personagem *"Pai Rico"* e recebeu a seguinte resposta: *"Não faz sentido perguntar se alguém já nasce empreendedor ou tem que ser treinado. É o mesmo que perguntar se o camarada já nasce empregado ou tem que ser treinado"*, complementando em seguida: *"As pessoas são treináveis: podem ser treinadas tanto para ser empregados quanto empreendedores. O motivo de haver mais empregados do que empreendedores é que nossas escolas treinam os jovens para serem empregados"*. Coerente, embora não totalmente verdadeiro. Na prática, a teoria é outra. Uma série de fatores intervêm na formação do indivíduo: o entorno, as origens, as potencialidades genéticas (herança), as oportunidades (ou a falta de), a educação informal (familiar) e também a formal (escolar), os inesperados percalços da vida. Nem o empregado nasce empregado, nem o empreendedor ou o empresário nascem com esses rótulos. Constroem-no através da confluência de incontáveis variáveis, algumas manipuláveis, outras (a maioria) incontroláveis. Esta é a verdadeira equação da dinâmica humana.

Esclareçamos, resumindo e ilustrando:

- A atividade empresarial nasce "da percepção de um indivíduo ou de uma família da existência de uma oportunidade de instalar um negócio em determinado nicho da economia" (TABACOF, 2009, p. 33), materializando-o. Seu objetivo é o lucro, a geração de emprego e renda, a multiplicação dos ativos, com segurança e com o intuito de perpetuá-lo. Este formato se aplica a uma infinidade de exemplos existentes em todos os quadrantes do globo, desde uma simples oficina de consertos de veículos até uma indústria multinacional. A priori, nada indica que o empresário tenha obrigação de possuir estudos superiores ou especializados (estes exigidos apenas quando se trata de objetivo técnico e/ou científico, a exemplo da oficina de veículos – onde há a necessidade de uma técnica automotriz –, de uma farmácia – que exige por lei a responsabilidade técnica de um/a farmacêutico/a –, etc.).
- A atividade empreendedora sói surgir a partir de certas características diferenciadas do indivíduo – não raro, desconhecidas deste –, a exemplo daquelas citadas pela revista *Forbes*: (i) curiosidade abundante; (ii) criatividade excepcional; (iii) clareza de visão ("quem es, que desejas e onde queres chegar"); (iv) habilidade na comunicação com o meio (qualidade que permite, com a prática, sua melhora contínua); (v) perspicácia de liderança; (vi) tendência a assumir riscos e a agir de acordo com este; (vii) tenacidade acima das expectativas (nunca renuncia aos seus objetivos, característica que tipifica apenas um empreendedor). Outros autores ainda complementam com estas qualidades: disciplina; confiança; mente aberta; proatividade; competitividade; determinação; sólida ética; *paixão*; geração própria de um ecossistema em finanças, gente e conhecimento; persecução perene de *nichos* (brechas) de

> mercado, buscando um modelo de negócios mais efetivo em produtos e serviços; inconformação e valorização do trabalho em equipe (perseguem sonhos e os tornam realidade); resistência e capacidade de recuperação; sentimento de felicidade com o êxito dos outros; desconsideração do equilíbrio entre trabalho e vida social; empatia; entre outras habilidades (CASTAÑEDA, 2013, pp. 12-18).

Sem qualquer pretensão de esgotar a lista de empreendedores e empresários famosos brasileiros que se destacaram (e ainda se destacam) por seu desempenho, a revista EXAME, da Editora Abril (2014), abre tão distinta nominata com Francesco Matarazzo que, em 1902, fundou a Metalúrgica Matarazzo e legou aos seus descendentes um nome imortal associado a substancial herança empreendedora. Seguem-lhe nomes como: Jorge Paulo Lemann (Fundo Lemann), Jorge Gerdau (Grupo Gerdau), Abilio Diniz (Grupo Diniz). Na lista de banqueiros, destacam-se: Amador Aguiar (Bradesco), Olavo Setúbal (Itaú) e Walther Moreira Salles (Unibanco). No setor de mídia, são igualmente destaques: Assis Chateaubriand (Diários Associados e pioneira na televisão), Victor Civita (Editora Abril) e Roberto Marinho (Organizações Globo). E no segmento de empreiteiras: Sebastião Camargo (Camargo Corrêa) e Norberto Odebrecht (Odebrecht).

Em termos globais, os últimos cem anos abrem espaço para destaques de nomes como: Henry Ford (Ford Co.) e Ray Kroc (Rede McDonald's); os russos Louis Mayer (MGM) e David Sarnoff (RCA); o publicitário inglês David Ogilvy (Ogilvy & Mather) e o cubano Roberto Goizueta (Coca-Cola); os japoneses Konosuke Matsushita (Matsushita Electric), Akio Morita (Sony Corporation) e Eiji Toyoda (Toyota Motor); na ciência da Administração: Frederick Taylor (Princípios da Administração Moderna), Peter Drucker (Gestão Moderna), Alfred Sloan Jr. (General Motors) e Jack Welch (General Electric), estes dois últimos, grandes empreendedores; na questão da qualidade, sem dúvida coube a W. Edwards Deming a primazia nos temas Qualidade Total, Produtividade e Redução de Custos. Fenômenos do empreendedorismo moderno, destacam-se: Jeff Bezos (Amazon.com), Steve Jobs (Apple) e Bill Gates (Microsoft); Fred Smith (FedEx), Larry Page & Sergey Brin (Google), Mark Zuckerberg (Facebook), Sam Walton (Wal-Mart) (REVISTA FORTUNE, 2012), entre outros.

Sonhadores empreendedores viraram empresários de sucesso, embora nunca tenham parado de empreender. Já empresários de sucesso nem sempre provêm de uma ideia empreendedora, não nascem de um sonho e o tornam realidade; são, em suma, excelentes administradores que, mesmo compartilhando produtos e/ou serviços já existentes (*commodities*), destacam-se pelo tino empresarial, o incansável trabalho de competir e, principalmente, de sobreviver e intentar a perpetuação num mercado cada vez mais renhido. Por operarem sobre *commodities*, enfrentam percalços diferenciados, não raro em função de desvios de ética e/ou de subterfúgios pouco recomendáveis que acabam prejudicando o consumidor final – o elo frágil da cadeia mercadológica, nada obstante seja a razão vital desta. Um estranho paradoxo.

3. METODOLOGIA

Partindo do objetivo geral de identificar e discutir os conceitos *empreendedor* e *empresário*, com o fito de identificar semelhanças e diferenças que permitam delimitá-los por contornos claros e precisos, inibindo eventuais confusões semânticas, optamos por realizar uma investigação exploratória, qualitativa e conceitual, para o que nos servimos de um referencial bibliográfico nacional e foráneo, segundo uma linha de pesquisa de corte longitudinal, essencialmente situada nos últimos cem anos.

A questão-problema que norteou este artigo, foi assim proposta: *Empreendedor ou empresário? Por que tais denominações promovem uma confusão semântica?* A fim de saná-la, partimos do seguinte pressuposto: *A confusão entre os termos 'empreendedor' e 'empresário' deriva do uso desregrado entre os mesmos, principalmente na academia, em razão da pobre importância que se lhes dá e, até, por certo menosprezo à importância dos mesmos, como construtos científicos que são*.

Mediante a separação gráfica entre a análise de tais termos, buscamos posteriormente confrontá-los a fim de identificar as características intrínsecas e extrínsecas de cada um deles, comparando-as e, assim, permitindo desenhar uma linha divisória o mais precisa possível e que evitasse tal confusão ou conflito semântico.

4. RESULTADOS

Derivado do latim – *in, en, préndere* = tentar, levar a cabo – os termos 'empreendedor' e 'empreendedorismo' nos mostram que a razão da colisão entre eles, em termos semânticos, nasce a partir de uma não delimitação precisa e científica dos seus domínios, já a partir do tratamento linguístico dado no seio da academia, confundindo-os.

O mundo acadêmico é assaz propício às interpretações difusas, errôneas, quando se trata de aplicar terminologia científica à prática sem antes definir claramente o alcance denominativo de uma ação e seu resultado efetivo. Neste sentido, foi-nos possível observar que autores vários se referem a um nexo causal entre o empreendedor e sua posterior *conquista* do grau de *empresário* (ou seja, quando seu empreendimento tiver confirmado sua efetividade prática através de resultados). Isto nos induz a deduzir que os próprios escritores confundem a existência de uma pretensa linha divisória entre um termo e outro, o primeiro teórico e o segundo empírico, como se fossem um a sequência do outro, o que consideramos inadequado, desacertado.

Defendemos a tese de ambos os termos serem resultado de situações distintas, já a partir da gênese dessas atividades. O empreendedor nasce a partir de uma ideia, um sonho e um conjunto de características pessoais que o incitam a conquista-lo. Esta será sua motivação, sempre, continuadamente. Nunca parará de sonhar com inovações, aperfeiçoamentos, criações; basta que observemos os exemplos práticos supracitados. Não há acomodação na mente criativa e sedenta por novidades, pois ela é geneticamente caracterizadora do indivíduo inquieto, insatisfeito com sua *criatura*.

No outro extremo dessa equação temos o empresário. Como ele nasce? Pelas mais variadas e distintas fontes motivacionais, desde a mais inócua (o lucro puro e simples) à mais sofisticada (o sonho de uma grande corporação, mesmo que seja de uma *commodity* mais que conhecida). Neste cenário, vige com preponderância o *valor-lucro*, enquanto no cenário do empreendedor, hoje e sempre, a batuta se situa na *inovação*, no *novo e criativo*, na novidade (que também deverá lhe render lucros, mas que não se move em torno deste).

Não nos parece possível, dessarte, admitir qualquer confusão semântica entre ambos os substantivos. Há uma longa e complexa distância entre um e outro, são caminhos substancialmente distintos, com metas e objetivos absolutamente diferenciados e que não se entrecruzam, posto que se assim ocorresse, o que estaria errado seria a denominação dada a um ou a outro. Um empreendedor não precisa ser um empresário para concretizar seu sonho. Basta que construa uma equipe gestora profissional e que a dirija com dedicado e permanente zelo. Sua ideia se realizará e, se bem fundamentada (criativa, inovadora), lhe renderá *naturalmente* lucros. Enquanto esse mesmo escopo (lucro) é o objetivo primeiro e mais perseguido do empresário, sempre, independentemente de qual seja seu produto e/ou serviço.

Todo o exposto nos permite concluir que é crucial rever tais conceitos e suas respectivas abordagens, a partir de novas obras que deixem o recém formulado como o *diferencial concreto* entre o empreendedor e o empresário. Nada obsta que existam empreendedores-empresários (e efetivamente existem), mas nunca carregarão o estigma da continuidade obrigatória de um e de outro, como sendo duas fases de uma mesma moeda. São moedas distintas e como tal devem ser entendidas, respeitadas, distinguidas e funcionalizadas.

CONCLUSÕES

Não podemos concordar com a sujeição semântico-funcional de o empreendedor ter que alcançar o êxito em seu empreendimento para então galgar o *grau de empresário*. Isto é completamente falaz. Um é um, o outro é outro, mas nada impede que um também seja o outro, como complemento que enriquece seu acervo, experiência e conquista de resultados multiplicados. Pensar diferentemente desta premissa é confundir conceitos e práticas diametralmente distintas.

Pode até parecer petulância dos ora autores deste artigo, mas não o é. Basta uma análise perfunctória de um par de casos práticos para se alcançar esta nada difícil conclusão. Portanto, concluímos que, decididamente, empresário e empreendedor são caminhos distintos, o primeiro por opção, desejo ou oportunidade, enquanto o segundo por convicção e crença numa ideia, num sonho que deseja tornar realidade, e que certamente trará ao mercado *inovação*, *criatividade*, *valor agregado*, dentre outros benefícios que irão perpetuá-lo na história. McDonald's há um só em todo o mundo, fruto de um sonhador-empreendedor que, decididamente, deu certo. Cópias há incontáveis, como incontáveis são os empresários que orbitam e labutam no acirrado e raivoso mercado consumidor, numa eterna mesmice.

BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, Silvana (2014). *Eu sou uma pessoa de tremendo sucesso: representações, identidades e trajetórias de mulheres executivas no Brasil.* 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad: FAPERJ, 2014.

BENNINGHOFF, Holger; WEBER, Susanne (2014). *Identification of entrepreneurial challenges as essential conditions for modeling entrepreneurial competence.* In: "Becoming an Entrepreneur", Susanne Weber et *al.* (Eds.). Rotterdam (The Netherlands): Sense Publishers, 2014.

BERNHOEFT, Renato; GALLO, Miguel (2003). *Governança na empresa familiar. Poder, gestão, sucessão.* Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CASTAÑEDA, Guadalupe (2013). *El emprendedor.* In: "Más allá del *Business Plan*", Fernando Fabre et *al.* México (DF): LID Editorial Empresarial 2013.

DRUCKER, Peter F. (2012). *Innovation and entrepreneurship.* Oxford (UK): Elsevier's Science & Technology, 2012.

GARCÍA, Álvaro Cuervo (2005). *La creación empresarial.* In: "La empresa y el espirito emprendedor de los jóvenes". Madrid (ESP): Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2005.

JAIN, T. R.; TREHAN, Mukesh; TREHAN, Ranju (2010). *Business environment.* New Delhi (India): V.K. (India) Enterprises, 2010.

KIYOSAKI, Robert T. (2011). *Empreendedor rico: 10 lições práticas para ter sucesso no seu próprio negócio.* Eduardo Lasserre (tradutor). Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

KOFFLER, J. Y. (1976). *El hombre: ese proyecto mal terminado* [tesis de doctoramiento]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 1976. (Tesis en proceso de traducción, actualización y ampliación para publicación en portugués).

MATTOS NETO, José Caetano de (2006). *O voo do camaleão.* São Paulo: Scortecci, 2006.

MELIÀ, Maria Ripollés; BOULARD, Martina Menguzzato (2003). *Hacia un enfoque dinámico e integrador para el estudio de la "función empresarial".* In: "Creación de empresas: homenaje al profesor José María Veciana Vergés", Enric Genescà et *al.* (Coords.). Bellaterra (Barcelona – España): Universitat Autònoma de Barcelona, 2003.

MILLETTE, Michel; VUILLERMOT, Catherine (2009). *From predators to icons: exposing the myth of the business hero.* Ithaca (NY): Cornell University, 2009.

NPSC – NIIR PROJECT CONSULTANCY SERVICES (2012). *How to become a successful businessman.* 3 ed. Dehli (India): NPCS, 2012.

REZAZAD, Mehdi (2012). *The Model Entrepreneur: Becoming the next business titan.* Bloomington (IN): XLIBRIS LLC, 2012.

REVISTA EXAME (2014). *Os 20 maiores empreendedores do Brasil.* Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/0703/noticias/os-20-maiores-empreendedores-do-brasil-m0048606>. Acesso em: Setembro.2014.

REVISTA FORTUNE (2012). *Os 12 maiores empreendedores do mundo.* Disponível em: < http://economia.terra.com.br/fortune-elege-os-12-maiores-empreendedores-do-mundo,c9386426c9c21410VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>. Acesso em Setembro.2014.

SÁNCHEZ-OCAÑA, Alejandro Suárez (2011). *Ha llegado la hora de montar tu empresa.* 4 ed. Barcelona (ESP): Centro Libros PAPF, 2011.

SOUZA, Dayvisson E. S. de et *al.* (2010). *Empreendedorismo: Empreendedor x Administrador.* Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/empreendedor-x-administrador/37780/>. Acesso em: Agosto.2014.

TABACOF, Boris (2009). *Espírito de empresário: reflexões para construir uma gestão baseada em valores.* São Paulo: Editora Gente, 2009.