

O Empreendedorismo no Brasil e o Processo de Inovação: O Caso Mauá

AUTORES

CAMILA PAPA LOPEZ

Universidade Católica de Santos
CAMILAPAPA@HOTMAIL.COM

MOACIR BISPO DOS SANTOS

Universidade Católica de Santos
moacir.bispo@otis.com

JOSÉ ALBERTO CARVALHO DOS SANTOS CLARO

Universidade Católica de Santos
albertoclaro@unisantos.br

Resumo

Este artigo mostra um exemplo de empreendedorismo que alia conhecimento e inovação, ao relacionar a vida de Irineu Evangelista de Sousa (Barão de Mauá) com o tema do empreendedorismo, passando pelas leituras de McClelland, Schumpeter, Vries, Thimmons, Say, Dornellas, Empretec pelo Sebrae, que tratam do comportamento empreendedor e Caldeira, que aborda especificamente a história de Mauá, utilizando-se para tal a análise comparativa entre estes para mostrar a contribuição do Barão de Mauá para o desenvolvimento do Brasil, pelos negócios estabelecidos no século XIX, identificando a capacidade administrativa e o pioneirismo no processo de industrialização brasileira. Questiona-se como o processo de inovação no Brasil deve sua história ao empreendedorismo a partir de pioneiros que alavancaram nossa economia e administração? Adotou-se o exemplo de Irineu Evangelista de Sousa como o empreendedor da inovação a partir de um estudo qualitativo descritivo, de forma a contextualizar a realidade do empreendedorismo no Brasil e como foi consolidada sua estrutura. A pesquisa entre o que a literatura estabelece como comportamento empreendedor e a postura do Barão de Mauá mostra quais características são consideradas no empreendedor para definir a competência para o sucesso nos negócios, como um exemplo de que a inovação é perpetuada pelas características empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Administração. Barão de Mauá

Abstract

This article shows an example of entrepreneurship that allies knowledge and innovation in linking the life of Irineu Evangelista de Sousa (Baron de Mauá) with the theme of entrepreneurship, through the readings of McClelland, Schumpeter, Vries, Thimmons, Say, Dornellas, Empretec by Sebrae, dealing with enterprise behavior and Caldeira, which specifically addresses the history of Maua, using for this comparative analysis between them to show the contribution of Lord of Maua to the development of Brazil, the business established in the nineteenth century, identifying administrative capacity and the pioneering process of industrialization in Brazil. Questions itself as the innovation process in Brazil to its history of entrepreneurship from pioneers who alavancaram our economy and administration? Adopted the example of Irineu Evangelista de Sousa as the founder of innovation from a qualitative study descriptive, in order to contextualize the reality of entrepreneurship in Brazil

and was consolidated as its structure. The research between what the literature states as enterprise behavior and attitude of Baron de Mauá shows which characteristics are considered in the enterprise to define the jurisdiction to success in business, as an example of that innovation is perpetuated by the entrepreneurial characteristics.

Keywords: Entrepreneurship. Administration. Baron of Mauá.

Introdução

O empreendedorismo é um tema que ganhou espaço nos estudos administrativos nos últimos anos. A globalização e as modificações nas relações de trabalho fazem com que indivíduos partam para áreas inexploradas, dando importância às idéias e sonhos e criando o próprio negócio. Esse contexto, denominado empreendedorismo, pode ser definido como um conjunto de hábitos e características pessoais que tem como base a captação de idéias e iniciativas, transformando-as em oportunidades de negócio (FILION, 1997).

Este trabalho tem como premissa que o empreendedorismo também é uma característica pessoal, uma vez que muitos estudos realizados sobre a personalidade dos empreendedores concluem que o sucesso do empreendimento depende dos seus comportamentos.

Pela história de empreendedores famosos, observa-se que estes indivíduos ultrapassaram seus limites, enfrentando e superando as dificuldades, tanto da época quanto pessoais e desenvolveram negócios lucrativos e duradouros. Mesmo quando não tiveram êxito em um primeiro momento, não desistiram e recomeçaram (AMIT, 1993). Nesse sentido se apresenta a história do Visconde de Mauá.

Os empreendedores são pessoas diferentes, com comportamentos que se diferenciam do senso comum, possuem motivação singular, são apaixonados pelas atividades que desenvolvem, não se contentam em ser mais, querem ser reconhecidos, admirados, referenciados e imitados, querem deixar seu legado, sua história, e muitos o deixam (RAY, 1993).

O estudo do empreendedorismo compreende a análise do ser humano a partir do desenvolvimento e execução de idéias e oportunidades, bem como a criação do negócio pelas iniciativas individuais. Este campo de estudos tem sido explorado de forma crescente nos últimos anos, à medida que se passou a enxergar a importância do indivíduo e do estímulo à criatividade (BLOCK e MACMILLAN, 2002).

No geral, os empreendedores são pessoas que se dispõem a vislumbrar e criar oportunidades e fazer acontecer, lutar pela sua consecução, para por em prática suas idéias e gerar um ou mais negócios. Além disso, os empreendedores são essenciais no mercado, pois eles são agentes de inovação, estimulam a criatividade (DRUCKER, 2002).

Considerando que os indivíduos se desenvolvem a partir de sua relação com o meio ambiente, a partir da conduta cultural e social, observa-se que seu comportamento pode ser definido como “contínuo desenvolvimento orgânico” constituído pela produção de uma forma particular de padrão cultural, ou seja, como a cultura influencia comportamentos direcionados a criação de negócios e como este comportamento contribui para definir o ambiente de negócios de forma temporal e regional (BERGER e LUCKMANN, 1985).

Faz-se uma reflexão sobre a relação do comportamento humano e a atitude empreendedora, como um fator intrínseco ao conhecimento, algo que pode ser desenvolvido ao decorrer da vida de um indivíduo e da cultura onde ele cresceu, conceituada como uma programação coletiva da mente, conhecimentos, que distinguem os indivíduos (HOFSTEDE, 1984).

Os empreendedores realizam leituras e interpretações diferenciadas da realidade e colocam em prática seus conhecimentos para gerar inovação com diferentes aplicações, em espaços e momentos históricos distintos. O conhecimento traz a capacidade de identificar oportunidades e o empreendedorismo de colocá-las em prática, a partir de comportamentos humanos (TORRES, 1999).

Este artigo aborda o comportamento empreendedor pela história de Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá, cujo título é atribuído às suas obras inovadoras, que contribuíram para o processo de desenvolvimento do Brasil.

Metodologia

O artigo foi desenvolvido a partir de pesquisa qualitativa descritiva, definida por Charoux (2006) como pesquisa que descreve e classifica características de uma situação e estabelece conexões entre a base teórico-conceitual existente ou mesmo de outros trabalhos já realizados. Para a autora: “Esse tipo de pesquisa pressupõe uma boa base de conhecimentos anteriores sobre o problema estudado, já que a situação-problema é conhecida, bastando descrever seu comportamento. As respostas encontradas nesse tipo de pesquisa informam como determinado problema ocorre”.

A descrição baseia-se na história de Irineu Evangelista, o Barão de Mauá, sua trajetória no mundo dos negócios e como seu comportamento empreendedor influenciou no processo de inovação no Brasil.

Parte-se do conteúdo teórico sobre empreendedorismo e comportamento empreendedor, em seguida é feito um levantamento histórico sobre as inovações propiciadas por Mauá e por fim é apresentada uma análise comparativa entre as características do comportamento do Barão de Mauá evidenciadas na obra de Caldeira com as teorias sobre o empreendedorismo como forma de identificar quais dessas características embasaram o alcance do sucesso nos negócios, também para mostrar a relação entre conhecimento, empreendedorismo e inovação.

O Estudo teórico do Empreendedorismo

O empreendedorismo pode ser analisado por meio de focos de estudo, destacando-se a fenomenologia, que observa atitudes e características do indivíduo, que formam suas competências para conduzir a teoria a partir do que o indivíduo faz, o que o motiva; e outros que focam o comportamento empreendedor por uma definição e a ele são relacionadas atitudes concernentes a atividade empresarial. O conceito de empreendedorismo provém da palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e significa “aquele que assume riscos e começa algo novo” (HIRISH, 1986).

Para Carland, Hoy e Boulton (1984), o empreendedorismo constitui-se em um conjunto de comportamentos e de hábitos que podem ser adquiridos, praticados e reforçados nos indivíduos, ao submetê-los a um programa de capacitação adequado de forma a torná-los capazes de gerir e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios. O espírito do empreendedorismo compreende a busca permanente de novos produtos, conceitos, métodos e mercados, aliados com habilidades na execução de todas as atividades operacionais, contemplando um plano gestor para gerir as compras, produção, vendas, entregas, administração, planejamento, cronogramas, orçamentos, contabilidade etc.

Filion (1997) conceitua o empreendedor como um indivíduo criativo, que possui a capacidade de determinar e alcançar objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que atua, usando as mudanças como forma para identificar oportunidades de negócio.

Mintzberget al (2000) relaciona o empreendedorismo a estratégias de inovação, definindo como características do empreendedor a busca por oportunidades, centralização de poder, capacidade de lidar com o risco para conquistar lucros e sucesso nos negócios, sendo estimulado pela necessidade de realização.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2008):

O empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às

oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do autoconhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas.

A teoria relacionada ao empreendedorismo considerada mais importante é a do economista austríaco Schumpeter, que associa o empreendedor ao desenvolvimento econômico, a inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios. Os estudos sobre o comportamento do empreendedor versam pela hipótese de que o sucesso do novo empreendimento depende essencialmente disto. “O empreendedor é o agente do processo de destruição criativa. É o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista, constantemente criando novos produtos, novos mercados e, implacavelmente, sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros” (SCHUMPETER, 1934).

Para Schumpeter (1934), o empreendedorismo constitui-se na busca de inovações como um diferencial competitivo, a partir da percepção e identificação de oportunidades de negócio, no desejo de concretizar e tornar um sucesso novo ou novos empreendimentos, mas também de gerar inovação em processos e utilizar recursos de formas variadas visando resultados positivos. Neste foco, o autor define o empreendedor como o agente do processo de “destruição criativa”, um indivíduo que tem como competência a criação de novidades de forma que estas possam contribuir para o desenvolvimento de um país, o motor do capitalismo que gera riquezas e cria produtos, processos e mercados sustentáveis.

Say (1983), representante da escola clássica francesa - que estuda o empreendedor e o lucro, define o empreendedor como aquele que é remunerado pelo lucro. Para o autor, o empreendedor é responsável por reunir todos os fatores de produção e descobrir, no valor dos produtos, a reorganização de todo capital empregado, o valor dos salários, os juros, o aluguel, bem como os lucros que lhe pertencem, ou seja, uma definição de empreendedorismo centrada nos negócios.

Para McClelland (1961) não existe uma relação condicionante entre empreendedorismo e a abertura de negócios, mas o que contribui para essa associação é a necessidade de realização do indivíduo, que é o ponto chave para o desenvolvimento de suas demais características que o tornam empreendedor.

Comportamento Empreendedor

Os indivíduos considerados como empreendedores têm um comportamento diferenciado, conforme se observa nas definições de empreendedorismo. Neste contexto, são analisados e discutidos seus comportamentos para facilitar o entendimento das variáveis do empreendedorismo, como um conjunto de características psicológicas e sociais relativamente estáveis que influenciam a maneira pela qual o indivíduo interage com seu ambiente (LEZANA; TONELLI, 1998)

Para Gerber (1996), a personalidade empreendedora transforma uma condição qualquer em oportunidade, como por exemplo, mudanças no ambiente físico, uma chuva, pode representar uma oportunidade para um indivíduo de vender de guarda-chuva, enquanto que a grande maioria dos indivíduos irá reclamar pelo incômodo.

Um dos primeiros trabalhos realizados sobre as características comportamentais dos empreendedores foi desenvolvido por David McClelland, na Universidade de Harvard, em 1961, uma teoria sobre a motivação psicológica, baseada na crença de que o estudo da

motivação contribui significativamente para o entendimento do empreendedor. Segundo sua teoria, os indivíduos são motivados por três grupos de necessidades:

1. Necessidade de realização
2. Necessidade de poder
3. Necessidade de afiliação

Um estudo mais direcionado para a formação do empreendedor foi elaborado a partir da teoria de McClelland, resultando num curso realizado pela Organizações das Nações Unidas - ONU para a formação de empreendedores que pudessem criar negócios de sucesso. Este curso foi trazido para Brasil na década de 80, sendo denominado Empretec pelo Sebrae, com uma metodologia que testa os comportamentos empreendedores. Estes comportamentos foram divididos em quatro grupos de características: necessidades, conhecimentos, habilidades e valores, gerando quarenta características empreendedoras, conforme Quadro 1 (NANNI et al., 2006).

GRUPO DAS NECESSIDADES	GRUPO DOS CONHECIMENTOS
1. Aprovação/Reconhecimento	9. Aspectos técnicos relacionados com o negócio
2. Independência/Autonomia	10. Experiência na área comercial
3. Desenvolvimento pessoal	11. Escolaridade
4. Segurança	12. Experiência em empresas
5. Auto-realização	13. Formação complementar
6. Qualidade e eficiência	14. Vivência com situações novas
7. Poder/Status	
8. Inovação/iniciativa	
GRUPO DAS HABILIDADES	GRUPO DOS VALORES
15. Identificação de novas oportunidades-visionárias	28. Existenciais
16. Valoração de oportunidades	29. Estéticos
17. Criatividade	30. Intelectuais
18. Comunicação persuasiva	31. Morais
19. Negociação	32. Éticos
20. Aquisição de Informações	33. Religiosos
21. Resolução de problemas	34. Autoconfiança
22. Alcançar metas	35. Autenticidade
23. Motivação e decisão	36. Lealdade
24. Organização	37. Ambição
25. Flexibilidade	38. Disposição ao risco
26. Controle racional dos impulsos	39. Perseverança – persistência
27. Resiliência	40. Familiares

Quadro 1. Grupo das necessidades
Fonte: Adaptado de Nanni et al. (2006)

De acordo com McClelland (1961), a necessidade de realização é a que o indivíduo tem de testar seus limites, de executar um bom trabalho. É a necessidade relativa às realizações pessoais. Indivíduos com alta necessidade de realização geram mudanças em suas vidas, estabelecem metas realistas e realizáveis e buscam situações competitivas. O estudo

comprovou que a necessidade de realização é a primeira identificada entre os empreendedores bem sucedidos. A segunda é a necessidade de realização que impulsiona as pessoas a criar um empreendimento. A necessidade de afiliação existe apenas quando há alguma preocupação em estabelecer, manter ou recuperar relações emocionais positivas com outros indivíduos. A necessidade de poder é caracterizada principalmente pela forte preocupação em exercer poder sobre outros indivíduos.

McClelland (1972) relaciona o comportamento dos empreendedores à necessidade de sucesso, de reconhecimento, e ao desejo de poder e de controle, pela vontade do indivíduo de se superar e evoluir, o que relaciona características psicológicas e atitudinais tais como tendência ao risco, iniciativa e desejo de reconhecimento.

Outro enfoque sobre o comportamento dos empreendedores é a pesquisa de Abraham Zaleznik e Manfred Kets de Vries (KETS DE VRIES, 1997), que caracterizaram os empreendedores como pessoas profundamente influenciadas por uma infância turbulenta e conflitante, cujas vidas eram sofridas com temas reais ou imaginários de pobreza, depravação, morte significativa e solidão. Deste modo, acreditam que o empreendedor é motivado por sentimentos persistentes de insatisfação, rejeição e impotência, derivados de conflitos relacionados com os pais. Esta situação geraria uma ação psicológica que necessitaria de compensação para aliviar estes conflitos dolorosos, os quais poderiam induzir a uma ação auto-destrutiva, impulsionando-o à esforços criativos e inovativos. Estes últimos se associam com o desenvolvimento de esforços relacionados com a criação e desenvolvimento de empreendimentos.

Os autores também consideram o empreendedor como um ator em um teatro empresarial, que inclui necessidade de aplauso, e defesas psicológicas, tais como projeção e ruptura. Assim estabeleceram seis elementos constituintes da personalidade empreendedora: meio ambiente turbulento; esquiva em relação as normas autoritárias dos pais; sentimento de rejeição; sentimentos dolorosos de raiva, hostilidade e culpa; identidade confusa (identificação com a personalidade causadora de dor); adota modelos reativos para sentimentos dolorosos (culpa, rebelião e impulsividade).

A partir dos seis elementos, acreditam que o sucesso do negócio é afetado pela personalidade do empreendedor, que precisa se identificar fortemente com o empreendimento e depende disto para manter sua auto-estima e sua necessidade de controle (MANTOVANI; BORGES, 2006).

Outro estudioso sobre comportamento empreendedor é Thimmons (1994), que junto com seus colaboradores, pesquisou os atributos de personalidade dos empreendedores. Seu estudo representa uma síntese de mais de 50 pesquisas compiladas da literatura acerca de atributos e comportamentos dos empreendedores bem sucedidos. Verifica-se a seguir uma síntese de suas constatações:

1. Comprometimento, determinação e perseverança;
2. Guiados pela auto-realização e crescimento;
3. Senso de oportunidade e orientação por metas;
4. Tomam iniciativas por responsabilidades pessoais;
5. Persistência na resolução de problemas;
6. Conscientização e senso de humor;
7. Buscam obter feedback;
8. Controle racional dos impulsos;
9. Tolerância ao stress, ambigüidade e incerteza;
10. Procuram correr riscos moderados;
11. Pouca necessidade de status e poder;
12. Íntegros e confiáveis;
13. Decididos, urgentes e pacientes;

14. Lidam bem com o fracasso;
15. Formador de equipes.

Dornelas (2001) resume as características dos empreendedores no Brasil:

1. Busca de oportunidades e iniciativas;
2. Persistência;
3. Correr riscos calculados;
4. Exigência de qualidade e eficiência;
5. Comprometimento;
6. Busca de informações;
7. Estabelecimento de metas;
8. Planejamento e monitoramento sistemático;
9. Persuasão e rede de contatos;
10. Independência e Autoconfiança.

Segundo Bastos (1998), o comportamento empreendedor parte de um mecanismo que indivíduos utilizam para dar resposta a um determinado evento na busca de satisfazer um conjunto de necessidades relativas ao sucesso nos negócios. Assim, o processo comportamental do empreendedorismo tem início a partir da identificação de uma oportunidade com a necessidade de assumir riscos e estruturar o negócio, pelo conhecimento e ação.

Uma breve análise histórica de Irineu Evangelista de Sousa: Sua contribuição para a inovação no Brasil

Para retratar a realidade histórica e de que forma este evoluiu no Brasil no âmbito do empreendedorismo, faz um retrocesso por volta dos anos de 1680 e 1777, onde os limites do Sul do Brasil eram disputados entre Espanhóis e Portugueses, e as diferenças eram resolvidas na guerra, ficando a divisa no lugar determinado pelo último combate, até que uma nova investida ou tratado de paz negociado na Europa modificasse a situação. Nesta época, os Portugueses se instalaram às margens do Prata bem em frente a Buenos Aires, os Espanhóis chegaram a tomar a ilha de Santa Catarina, mas nenhum dos dois lados conseguia sacramentar suas vitórias, e a fronteira alterava-se a cada investida bem-sucedida do adversário.

Desde o início, estas terras tinham se mostrado como excelentes criadouros natural de gado, com milhares de cavalos e bois se multiplicando soltos e sem donos, atrativo para aventureiros a busca de riqueza e brigas constantes. A coroa portuguesa, interessada na ocupação do território, distribuía generosamente títulos de terra na zona de litígio (apesar de que a assinatura do Rei naquela região não dizia muita coisa), a maioria dos portugueses eram da região de Açores (super-povoada na época). Em meio a este contexto, em 1792, chegou o avó materno de Irineu Evangelista de Sousa, José Batista de Carvalho, que estabeleceu um rancho numa sesmaria de 4 mil hectares entre o arroios Grande e Chasqueiro a 500km de Montevideú, logo depois o avó paterno, Manuel Jerônimo.

Em 1810, o pai de Irineu Evangelista, João Evangelista de Ávila e Sousa casou-se com Mariana Batista de Carvalho em 1811, e em 1813 nasceu Irineu. Para manter o crescimento de seus negócios, João Evangelista de Ávila e Sousa, em 1819, saiu em uma excursão ao território uruguaio para a busca de mais gado e foi morto por um tiro (versões pouco claras chegaram para os familiares), ficando sua mãe viúva pela primeira vez com 24 anos. Tentou tocar os negócios e preferiu ensinar Irineu a ler e escrever a ter que fazer os serviços da

fazenda, e este aproveitou o conhecimento oferecido pela mãe e logo dominou as letras e mostrou uma predileção pela matemática.

Três anos após a morte do pai, sua mãe casa pela segunda vez com João Jesus e Silva, que não aceitava crianças de um outro pai. A solução foi casar sua irmã Guilhermina, com menos de doze anos com José Machado da Silva e mandar Irineu para o Rio de Janeiro para trabalhar no comércio com um tio seu (por parte de mãe) que tinha o mesmo nome de seu avô.

Nesse contexto iniciou a história do empreendedor, que chegou no Rio com nove anos de idade e foi instalar-se na casa de nº155 da Rua Direita, que era o armazém e a sede dos negócios de João Rodrigues Pereira de Almeida, onde aprendeu todas as funções do armazém, sendo ensinado pelos mais velhos de casa que estranhavam a origem do menino, pois na época raros nativos do Brasil trabalhavam no comércio, sendo esta profissão exercida por mão-de-obra vinda direta da Metrópole, fato este manipulado pela Coroa, pois evitava que habitantes da colônia controlassem a atividade comercial.

Logo vislumbrou a possibilidade de ser o caixeiro de escritório, tendo que dominar a contabilidade e passar por um exame da Real Junta de Comércio e Navegação, para ser reconhecido pelo patrão, que era de família importante do Sul e Pereira de Almeida negociava charque com ela, seu tio era homem de grande prestígio e respeito por comandar uma Nau de Pereira de Almeida e este último tomava conta de seu armazém bem de perto e conhecia seus funcionários e rendimentos. A empresa era bem prestigiada e estava envolvida em numa série de atividades complexas, negociando simultaneamente com centenas de pessoas nos três continentes. Pereira de Almeida era ao mesmo tempo comerciante, banqueiro, industrial, armador, além de cortesão e manipulador político, trabalhar em uma empresa como esta na época era o objetivo de qualquer caixeiro que quisesse vencer na vida. Com uma frota registrada em seu nome de treze navios, a base de todo o comércio de Pereira de Almeida era o tráfico de escravos.

Com menos de cinco anos de experiência e com quatorze anos de idade, Irineu já assumia a complexa rede de negócios do patrão. Por volta de 1828, houve um revés e as coisas mudaram para Pereira de Almeida, pois o tráfico de escravos estava acabando e a guerra com a Argentina, tornando a província Cisplatina no Uruguai, levaram o Banco do Brasil a ser um alvo para as perdas governamentais, fazendo com que o comerciante perdesse tudo que tinha, para consolar o Imperador que distribuía títulos de nobreza criados a granel, concedeu-lhe o título de Barão de Ubá, onde foi morrer (1830) em sua fazenda defendida por Irineu junto ao credor escocês Richard Carruthers. Assim, Irineu começou a trabalhar em 1829, Carruthers & CO, uma das maiores empresas de Carruthers, que o incentivou a aprender inglês e contabilidade da forma inglesa (em libras), e teve contatos com a maçonaria. Logo se destacou dos demais, aprendendo as minúcias do ofício e pela orientação de Carruthers. Leu muitos livros, dentre eles Adam Smith – A Riqueza das Nações - o original em Inglês que aproveitava para discutir com seu patrão.

Após completar 22 anos, Irineu recebeu uma participação no capital da empresa e uma procuração de Carruthers, que lhe deu todos os poderes para administrar os negócios como se a firma fosse apenas dele. Em 25 de Outubro de 1837, Irineu comprou sua primeira casa.

O cenário Nacional continuava complicado e várias revoltas eclodiam nas províncias (Cabanagem/PA, Balaiada/MA, Sabinada/BA, Carneiradas/PE, Farroupilhas/RS) sempre se repetindo a história: liberais contra conservadores republicanos. Irineu se envolveu em uma destas revoltas fornecendo roupas e dinheiro a revoltosos (na fortaleza de Santa Cruz/RJ) e isto lhe causou problemas em 1839, indo assim visitar seu amigo e sócio Carruthers na Inglaterra a fim de acalmar os problemas. Em sua viagem à Inglaterra, apresentou grande entusiasmo por novidades. Teve como anfitrião um amigo de juventude (João Henrique Reynell de Castro), que contribuiu para abrir o seu caminho da fortuna. Assistiu a inauguração da ferrovia em 1830, entre Liverpool e Manchester, viu que os ingleses

produziam fábricas com rapidez, mecanizando assim o desenvolvimento. Também notou que a ferrovia trazia consigo outros negócios (ferros e máquinas), sendo foco dos banqueiros ingleses. Menos de 20 anos depois da inauguração do trecho entre Liverpool e Manchester, havia 10 mil quilômetros de ferrovias na Inglaterra, com um investimento aproximado de 250 milhões de libras esterlinas.

Percorreu fábricas de tecidos, estaleiros, fundições, estradas de ferro e bancos, se mostrava muito interessado em novos conhecimentos empíricos, perguntava sobre tudo e estudava manuais de funcionamento e catálogos, manteve também vários contatos econômicos, estudando os movimentos da época na Grande Potência Inglaterra. Em sua percepção, vislumbrava o desenvolvimento do Brasil e na volta de sua viagem da Inglaterra, abriu a empresa que deveria captar dinheiro na Inglaterra para ser investido no Brasil, visando a modernidade. Apesar da viagem para a Europa, os ânimos dos comerciantes do partido Conservador continuavam os mesmos perante a posição de Irineu e estes publicaram uma carta em 21 de Outubro de 1842, no Jornal do Comércio, com a notícia de que não tinha conexões com os rebeldes do Rio Grande do Sul, que eram os únicos homens em armas que o governo central precisava derrotar para consolidar seu poder. O efeito de tal carta foi devastador perante os amigos, pois a fama de traidor da causa logo se instaurou. Apesar disto, Irineu foi tido como traidor pelos amigos e era mal visto pelos governantes da época.

Em 11 de Agosto de 1846, adquiriu o estabelecimento de fundição e estaleiros da Ponta de Areia em Niterói/RJ. Pensava em transformar a mesma em um estabelecimento de ponta, a moda inglesa, para tanto, teve que trazer a preço de ouro (propriamente dito) trabalhadores ingleses, pois não existia mão de obra qualificada na época, além de ter a regra de que uma pessoa de tez branca, não carregava nada e tinha que sempre ter um escravo que o fizesse. A falta de matéria-prima também o fez pensar fora da caixa, fazendo uma logística (hoje banal), mas que para a época saltava aos olhos, e passou a trazer minério de ferro de Minas Gerais no lombo de burros, importação de carvão, e peças para os defeitos nas máquinas. Firmou um contrato com o ministério do Império para canalizar o rio Maracanã com tubos de ferro, e como é de praxe, o governo não pagava e teve que diversificar a produção fazendo pregos, sinos para igrejas, máquinas de serrar, peças para engenhos de açúcar, guindastes, etc. Passou a aceitar serviços de reparos em navios e montou uma empresa no Rio Grande do Sul para operar um vapor que havia sido construído por ele.

De forma inovadora na época, começou a administrar os funcionários de forma igualitária e distribuía lucros, incentivando que os mesmos abrissem seus próprios negócios ou aumentar o leque de opções (assumia prejuízos). Da mesma fábrica, saíram engenhos de açúcar completos (movidos a vapor), pontes de ferro, canhões de bronze para navios de guerra, navios a vapor completos, fornos siderúrgicos e bombas de sucção.

Em 1849, o Uruguai se viu em sérios problemas, pois nenhum dos países que o subsidiavam queriam continuar a fazê-lo, tendo neste momento o crescimento do temor de invasão Argentina na figura do ditador na época (Juan Manuel de Rosas). O embaixador do Uruguai no Brasil na época (Andrés Lamas) pediu ajuda e o governo viu na figura de Irineu a forma de ajudar sem ser notado. Com isto, Irineu emprestou dinheiro para financiar a guerra contra a Argentina. Em Fevereiro de 1852 o exército de Rosas foi derrotado sem um único tiro, pois acertos monetários foram feitos nos bastidores com comandantes desertores argentinos. Este fato fez com que o governo Uruguaio reconhecesse uma dívida pública junto a Irineu e a partir de 15 de Maio de 1852, ele tornou-se o maior credor do governo Uruguaio e com direito sobre a aduana. Com isto, a navegação do Rio Prata foi aberta, fluindo o comércio local.

Aproveitando a situação do fechamento do tráfico de escravos e notando um grande valor monetário na praça sem um destino certo, Irineu em 1851, abriu o Banco Commercial, vislumbrando as aplicações em um futuro promissor de progressos intermináveis (fábricas,

telégrafos, estradas de ferro). Começou a comprar a moeda nacional (réis) fazendo um câmbio favorável a quem vendia e trocava por libras esterlinas (moeda forte). A corrida ao banco foi muito grande, em pouco tempo estava quase que com toda moeda nacional em seus cofres ao troco da libra. Começou a faltar (réis) para negócios nacionais e ele mais que depressa começou a vender (réis) e comprar (libras), dando primeiro golpe no câmbio. Nessa época, chegou no Brasil informes de que os americanos queriam abrir o Amazonas para livre exploração e navegação, tal fato alarmou as defesas brasileiras e o governo convocou mais uma vez Irineu, propondo que o mesmo abrisse na região norte uma empresa de exploração / navegação do rio Amazonas, explorando assim o comércio dos povoados ribeirinhos muito dispersos, desafio este aceito por ele.

Em 1852, Irineu ganhou a concorrência entre três empresas para fornecer a Iluminação a gás das ruas da cidade do Rio de Janeiro e fundou a empresa Imperial Companhia de navegação a vapor e Estrada de Ferro de Petrópolis. Ainda neste ano, quatro meses antes do prazo prometido para o governo, começou a funcionar a Companhia de Navegação e Comércio do Amazonas. Em 1853, o dia da queda do gabinete de Itaboraí, Irineu levou um grupo de jornalistas e embaixadores para fazerem uma pequena viagem inaugural, sendo esta a primeira viagem de trem a ser noticiada na história do Brasil.

Foi assim que foi agraciado com o **primeiro título de Nobreza – Barão de Mauá**, em 30 de Abril de 1854, em cerimônia pomposa com a presença da família Real, quando inaugurou a Companhia de Navegação a Vapor e Estrada de Ferro de Petrópolis.

Em 31 de Julho de 1854, três meses após a inauguração da estrada de ferro, o Barão de Mauá inaugurou uma nova forma de Banco, o Banco Internacional a Mauá Mac Gregor & CIA, com a proposta de auxiliar todas as operações na Europa e também fornecer crédito para operações locais, onde iria competir com os financiadores tradicionais (os bancos europeus), criando assim a primeira agência de Câmbio a funcionar em âmbito nacional.

No mesmo ano da inauguração do Banco Internacional Mauá, comprou uma fábrica de velas e sabão de um francês com problemas financeiros. Adquiriu a Companhia Fluminense de Transportes (34 carroças de burro, mais de 100 mulas). Entrou com um aporte técnico em uma concessão para explorar ouro no Maranhão. Também montou uma fábrica de diques flutuantes, sugerido por um de seus funcionários de Ponta de Areia. Em Agosto de 1855, o Barão de Mauá assumiu uma posição de deputado (como suplente) pelo partido Liberal. Nunca compactuou com o discurso amoral que dominava a época (interesse público), colocando-se abertamente como empresário, colecionando derrotas atrás de derrotas nesta área. Com visão de negócios, estabeleceu para seus engenheiros a tarefa de estudarem os caminhos que a nova estrada de ferro ligando o porto de Santos ao interior Paulista, possibilitando assim o escoamento da produção. Em 1856, recebeu a concessão da construção da estrada de ferro. Decorridos 06 anos após o final da guerra no Uruguai, Mauá resolveu transformar seu escritório de representação em Montevideú numa mistura de empresa comercial e casa bancária.

Em 1857, algumas de suas aquisições não se mostravam lucrativas, entre elas a Companhia Fluminense de Transporte, a Mineradora do Maranhão, a Santos-Jundiaí e a Companhia de diques flutuantes. Além disso, grande incêndio (narrado pela família como criminoso a mando dos ingleses) devastou a fábrica de Ponta de Areia, destruindo moldes da construção de navios. Em 1858 inaugurou mais um Banco, em Buenos Aires, na Argentina, expandindo os negócios do Uruguai. Em 1865 depois de vários percalços, vendeu a Companhia de Iluminação a Gás do Rio de Janeiro e passou por sérias dificuldades. Em 1867, criou a Mauá & CIA, uma empresa comercial como nas origens de sua formação, tendo como base a desativação de seu império para saldar dívidas e problemas sofridos. Juntou seu numerário e mesmo com a derrocada, possuía no conjunto da obra a quantia de 115 mil contos de réis, equivalente a 12 milhões de libras esterlinas e 60 milhões de dólares.

Em 1874, recebeu uma carta tornando-o o Visconde de Mauá, devido a seu empenho na instalação dos cabos submarinos de telégrafo que ligou o Brasil à Europa. Em 1875, fechou o Banco do Uruguai e foi perseguido pelo povo, perdendo tudo, porém liquidou todos os seus negócios e saldou todas suas dívidas, vendendo seus pertences pessoais. Afastou-se da vida pública e morreu completamente esquecido pela sociedade em 21 de outubro de 1889, sendo levado de Petrópolis para ser enterrado no cemitério da Ordem Terceira dos Mínimos de São Francisco, em Catumbi, no Rio de Janeiro, sendo o féretro deslocado de trem através dos trilhos da estrada de ferro de sal fundação, The Rio de Janeiro & Northern Railway.

Análise Comparativa do comportamento empreendedor do Barão de Mauá a partir das teorias sobre empreendedorismo

O exemplo do Barão de Mauá retrata sua trajetória como o primeiro grande empreendedor brasileiro numa época adversa, o Brasil no Século XIX. Analisando o contexto histórico do país, observa-se que muito de seu desenvolvimento deve-se a inovação criada por Irineu Evangelista, que aproveitou as oportunidades que teve para trazer ao Brasil conhecimentos e desenvolvimento do capitalismo.

Para Lira (2005), nos dias atuais, a administração possui a disposição uma infinidade de técnicas que visam diminuir ao máximo os riscos de insucesso de um novo negócio. Porém, no século XIX e início do século XX, os únicos meios possíveis de analisar um negócio eram alguns cálculos financeiros e o bom senso. Esta situação fazia com que os riscos, principalmente nos negócios pioneiros, fossem difíceis de mensurar por se tratar de um caminho ainda não percorrido e, portanto, sem parâmetros de comparação.

Embora as pesquisas na área de empreendedorismo constatem diferenças entre aspectos considerados cruciais pelo fato de que as características empreendedoras variam em função da atividade que o empreendedor desenvolve em uma dada época ou de acordo com a fase de crescimento da empresa, a análise histórica mostra Mauá como um ícone da inovação e seu comportamento é embasado pelas teorias do empreendedorismo, sendo seu comportamento distinto a outros empreendedores, que em alguns estudos, são observados como indivíduos que não eram receptivos ao conhecimento. Segundo Caldeira (1990, p.35):

Em 38 anos de trabalho duro, tinha enfrentado muitas crises, e nelas venceu muito mais que perdeu. Sentia-se jovem o suficiente para ousar na hora das dificuldades, aproveitar os momentos complicados para triturar adversários mais fracos. Sempre sonhara grande, grande demais para que o conselho tornasse mais prudente seu estilo arrojado.

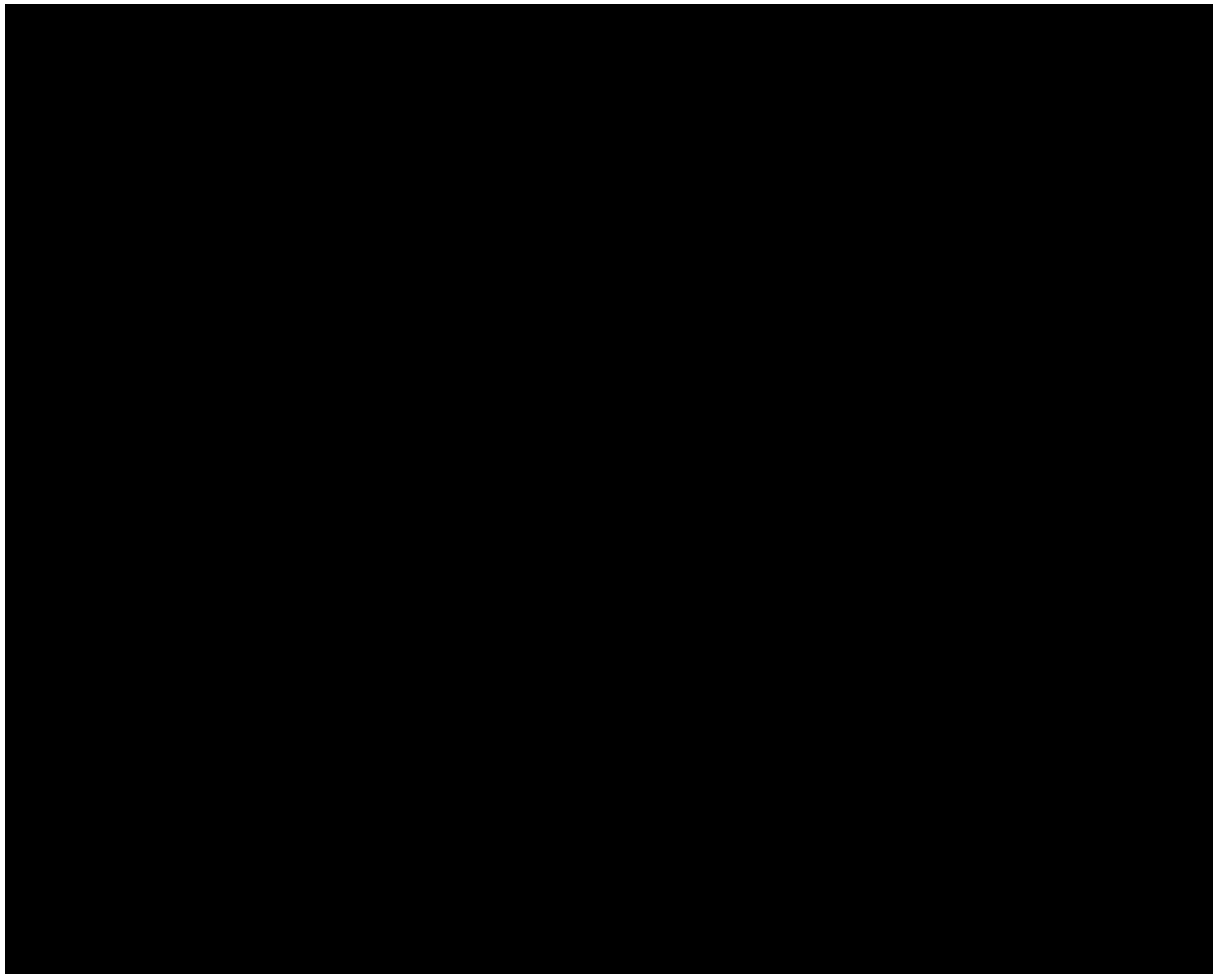
Mauá possui algumas características identificadas como comportamento empreendedor nas teorias estudadas.

Ainda segundo Caldeira (1990, p.17-18):

Administrar sozinho tal volume de negócios e dinheiro era tanto uma obrigação imposta por seus métodos de trabalho quanto um prazer – ao menos em dias como aquele. Nas noites solitárias em seu escritório, Mauá sentia a grandeza dos criadores de mundo. Ninguém no Brasil havia chegado aonde chegou. Tinha todo o direito de agir como um verdadeiro imperador, pois não devia nada a ninguém. Enquanto a noite avançava, Mauá instigava os corajosos, punia os medrosos, ordenava batalhas de negócios – sem nunca ser contestado. Esse comportamento impositivo era para ele da natureza das

coisas. Para quem começara rigorosamente do nada e lutara sempre sozinho, não era estranho o hábito de contar apenas consigo mesmo.

No Quadro 2, são elencadas as características comuns aos empreendedores pela visão dos estudiosos no assunto, assim como os traços evidenciados por Caldeira em sua obra específica sobre o exemplo analisado.



Quadro 2. quadro comparativo : autores x personalidade empreendedora

Fonte: Os autores.

O quadro é apresentado para mostrar que foi feita uma análise das competências dos empreendedores a partir da comparação entre a teoria sobre empreendedorismo, sendo identificadas as características de Irineu Evangelista de Sousa encontradas na obra de Caldeira, que trata especificamente de sua história e do contexto onde se desenvolveu este empreendedor. A leitura analítica da obra permitiu observar que muitas das competências que ficam evidentes no comportamento de Irineu, relatadas por Caldeira, possuem correspondência com o que foi estudado nas teorias de empreendedorismo.

Para Caldeira (1990), Mauá tinha dedicação ao conhecimento, estudando para conseguir obter o dinheiro e antes de passar para a prática, ele precisava da certeza de que suas impressões suportavam o crivo dos números. Enquanto o mercado corria atrás de opiniões, ele foi buscar o domínio do conhecimento e evidenciou suas características empreendedoras para alavancar o desenvolvimento do Brasil. Segundo Lira (2005, p.15):

[...] na biografia de Mauá notamos um foco no progresso com um direcionamento maior para o desenvolvimento industrial, logístico e estrutural do país. Com a criação das primeiras indústrias, primeira estrada de ferro e criação do primeiro banco a financiar novos empreendimentos, Mauá reforça sua condição de personalidade referência na história brasileira e com perfil voltado para o empreendedorismo.

A partir da análise sobre as características de Mauá com a literatura abordada, foi feito um quadro consolidado com a porcentagem de características empreendedoras apresentadas no seu exemplo, conforme Quadro 3.

Características empreendedoras encontradas na literatura	Características empreendedoras encontradas Biografia por Caldeira	resultado % atendido
McClelland		
3	3	100%
Zaleznik & Vries		
6	3	50%
Thimmons		
15	15	100%
Dornellas		
10	10	100%
Empretec necessidades		
8	8	100%
Empretec conhecimento		
5	5	100%
Empretec habilidade		
9	9	100%
Empretec valores		
7	7	100%
Autores		
63	60	95%

Quadro 3. quadro % atendido perante quesitos autor X quesitos presentes

Fonte: Os autores

Tomando como base o quadro 3 pela comparação percentual entre itens ressaltados perante quesitos dos autores, presentes ao longo da pesquisa, entendemos que Irineu Evangelista de Sousa atende quase que na plenitude aos quesitos estipulados pelos autores estudados na personalidade empreendedora, comparação por ator quadro 2 – autores por personalidade empreendedora. Assim, mostra-se que dentre os comportamentos evidenciados ao longo da pesquisa, o Barão de Mauá apresentava 95%, sendo considerado um exemplo potencial para o estudo do empreendedorismo no Brasil, sendo que seus traços apontavam para o desenvolvimento em larga escala, não sendo limitado a um tipo de negócio ou empresa, mas contribuindo com a administração de um país.

Considerações Finais

Este artigo mostrou o contexto de um empreendedor como forma de exemplificar como o empreendedorismo influencia a realidade dos negócios no Brasil. O comportamento empreendedor é abordado sob a ótica dos indivíduos e da cultura onde se inserem, sendo a inovação, iniciativa e a resiliência traços que definem o sucesso dos negócios.

O contexto analisado nos tempos contemporâneos mostra que a herança cultural deixada pelos pioneiros que alavancaram os negócios no Brasil é a de que o empreendedorismo é um tema de nossa cultura, que traduz a necessidade de procurar oportunidades pela diversidade que possuímos.

A administração de negócios nesse ambiente precisa de características e comportamentos de indivíduos que conseguem lidar com adversidades e identificar oportunidades mesmo com a turbulência do mercado. O centro do poder associa-se com a política, gerando burocracias difíceis de serem colocadas em prática ao mesmo tempo em que se alcança o sucesso nos negócios, mas os empreendedores têm encontrado formas de conciliar tal cenário, a partir do próprio conhecimento, gerando inovações que podem mudar o rumo da história

A análise sobre o Barão de Mauá permite observar que ele foi um dos homens mais ricos em sua época no continente sul-americano, com a competência para identificar oportunidades e gerar inovação, alavancando a economia do Brasil a partir de conhecimentos obtidos em diferentes setores e colocando em prática tudo o que sabia em seus empreendimentos.

Embora tenha terminado sua vida sem nada, a grande herança que deixou foi a inovação criada pelo conhecimento, que constitui um dos meios que consolida o comportamento empreendedor, a busca incessante por oportunidades e por concretizar negócios. Mauá apresentou formas de inovação que atualmente ainda geram dúvidas quanto a sua execução, tamanha inovação apresentada em seus empreendimentos, cujos resultados ainda podemos nos beneficiar.

Referências

- AMIT, R. Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. **Journal of Management Studies**. Usa, n.30, v.5, 1993.
- BERGER, P; LUCKMANN, T. A. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 2003.
- BLOCK, Z.; MACMILLAN, I. Marcos para planejar um empreendimento de sucesso. In: Empreendedorismo e estratégia on entrepreneurship. **Harvard Business Review**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- CALDEIRA, J. **Mauá: O empresário do Império**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CARLAND J. W.; HOY, F.; BOULTON, W. R. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 19, n.2, 354-359, 1984.
- CHAROUX, O. M. G. **Metodologia: processo de produção, registro e relato do conhecimento**. São Paulo: DVS, 2006.
- CUNHA, C. J. C. A.; FERLA, L. A. **Iniciando seu Próprio Negócio**. Florianópolis: Instituto de Estudos Avançados, 1997.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor** - Entrepreneurship: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

FILION, L. J. From Entrepreneurship to Entreprenology. **Usasbe conference**. Proceedings, 1997.

GERBER, M. E. **O mito do empreendedor revisitado**: como fazer de seu empreendimento um negócio bem sucedido. São Paulo: Saraiva, 1996.

GONÇALVES, C. A.; OLIVEIRA, D. F. de; GOSLING, M. Comportamento Empreendedor e Posicionamento Estratégico: Um Caso de Spin-off na Indústria Siderúrgica no Brasil. **Anais do 30 Enanpad**. Salvador, 23 a 27 de Setembro de 2006.

HIRISH, P. **Entrepreneurship, intrapreneurship and venture capital**: the foundations of economics renaissance. Lexinton: Lexinton Book, 1986.

HOFSTEDE, G. **Culture's consequences**: International Differences in work-related values. Bervely Hills: Sage, 1984.

KETS de VRIES, M. F. R. **Liderança na Empresa**: como o comportamento dos líderes afeta a cultura interna. São Paulo: Atlas, 1997.

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.

LIRA, R. A. O discurso empreendedor e os caminhos do progresso. **Perspectivas**, Campos dos Goytacazes, v.4, n.8, p.45-61, julho/dezembro 2005.

MANTOVANI, D.; BORGES, C. M. Comportamento Empreendedor e Práticas de Orientação para o Mercado no Contexto das Pequenas e Médias Empresas. **Anais do 30 Enanpad**. Salvador, 23 a 27 de Setembro de 2006.

MCCLELLAND, D. **The Achieving society**. New York: D:VanNostrand, 1961.

MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. (Org.). **Safári de Estratégia**: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre: Bookman, 2000.

RAY, D. M. **Understanding the Entrepreneur**: entrepreneurial attributes, experience and skills. Entrepreneurship & Regional Development, UK, 1993.

SAY, J. B. **Tratado de economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.

SCHWARTZ, S. H. **A theory of cultural values and some implications for work**. Applied Psychology: An International Review, 1999.

THIMMONS, J. A. **New Venture Creation: a guide to entrepreneurship**. Boston: Irwin McGraw-Hill, 1994.

TORRES, C. V. **Leadership styles norms among Americans and Brazilians**: assessing differences using jackson's return potencial model. San Diego: California Scholl of Professional Psychology, 1999.