

Emprendedorismo

Professor Esp. Heider Jeferson Gonçalves



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação - CIP

G635g Gonçalves, Heider Jeferson

Empreendedorismo / Heider Jeferson
Gonçalves. Paranavaí: EduFatecie, 2021.
79 p. : il. Color.

1. Empreendedorismo. 2. Inovações Tecnológicas. 3. Negócios. I. Centro Universitário UniFatecie. II. Núcleo de Educação a Distância. III Título.

CDD : 23 ed. 658.421

Catalogação na publicação: Zineide Pereira dos Santos – CRB 9/1577

**Reitor**

Prof. Ms. Gilmar de Oliveira

Diretor de Ensino

Prof. Ms. Daniel de Lima

Diretor Financeiro

Prof. Eduardo Luiz
Campano Santini

Diretor Administrativo

Prof. Ms. Renato Valença Correia

Secretário Acadêmico

Tiago Pereira da Silva

**Coord. de Ensino, Pesquisa e
Extensão - CONPEX**

Prof. Dr. Hudson Sérgio de Souza

Coordenação Adjunta de Ensino

Profª. Dra. Nelma Sgarbosa Roman
de Araújo

Coordenação Adjunta de Pesquisa

Prof. Dr. Flávio Ricardo Guilherme

Coordenação Adjunta de Extensão

Prof. Esp. Heider Jeferson Gonçalves

**Coordenador NEAD - Núcleo de
Educação à Distância**

Prof. Me. Jorge Luiz Garcia Van Dal

Web Designer

Thiago Azenha

Revisão Textual

Kauê Berto

**Projeto Gráfico, Design e
Diagramação**

André Dudatt

**UNIFATECIE Unidade 1**

Rua Getúlio Vargas, 333
Centro, Paranavaí, PR
(44) 3045-9898

UNIFATECIE Unidade 2

Rua Cândido Bertier
Fortes, 2178, Centro,
Paranavaí, PR
(44) 3045-9898

UNIFATECIE Unidade 3

Rodovia BR - 376, KM
102, nº 1000 - Chácara
Jaraguá, Paranavaí, PR
(44) 3045-9898

www.unifatecie.edu.br/site

As imagens utilizadas neste
livro foram obtidas a partir
do site Freepik.

Prof. Esp. Heider Jeferson Gonçalves

- Especialista em Gestão Pública (Instituto ESAP);
- Especialista em Gestão Ambiental (UTFPR);
- Bacharel em Administração (Unespar/Fafipa);
- Bacharel em Ciências Contábeis (Unespar/Fafipa);
- Professor Formador EAD - UniCesumar;
- Professor Conteudista/Formador EAD - UniFatecie;
- Professor dos cursos de Tecnologia em Processos Gerenciais, Marketing e Administração – UniFatecie;
- Coordenador Geral de Extensão da UniFatecie.

Possui experiência na área de Administração, com ênfase em Administração Pública, na Educação a Distância - EaD, onde atuou como Tutor presencial do curso de Especialização em Gestão Pública pela UTFPR, e em Práticas Legislativas, sendo Vereador por dois mandatos consecutivos (2005-2008 / 2009-2012). Atuou como Servidor Público em Cargo Comissionado no cargo de Chefe de Gabinete do Poder Executivo Municipal e membro de Comissões de Licitação e Contratos.

Foi Coordenador dos cursos de Administração e Tecnologia em Processos Gerenciais na modalidade presencial da UniFatecie (2018). Atualmente é Coordenador de cursos EAD e Coordenador geral de Extensão do Centro Universitário UniFatecie, pesquisador e membro do Conselho de Pesquisa e Extensão - ConPEX.

CURRÍCULO LATTES: <http://lattes.cnpq.br/7038635031377474>

APRESENTAÇÃO DO MATERIAL

O mundo atualmente tem passado por várias transformações, onde as inovações mudaram o estilo de vida das pessoas. Por trás dessas inovações existem pessoas ou equipes, com características especiais. São pessoas visionárias, que questionam, arriscam, querem algo diferente. São os chamados empreendedores.

Os empreendedores têm essas características, são diferenciados, possuem motivação, gostam do que fazem, querem ser reconhecidos.

Embora existam empreendedores em todas as áreas da ação humana, em seu sentido restrito o conceito refere-se às pessoas que criam empresas e organizações, pessoas criativas que colocam em prática suas habilidades no mundo dos negócios. O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição.

Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade. Saber localizar metas e objetivos globais e localizar os meios adequados para “chegar lá”, da melhor maneira possível. Isso significa estratégia.

O empreendedorismo está mudando a forma de se fazer negócios no mundo. Em razão principalmente da inovação, do grande avanço tecnológico, o empreendedorismo ganhou ainda mais força, e faz com que empresários adotem paradigmas diferentes. Vivemos um “bum” emergente das chamadas “Startups”, empresas inovadoras, escaláveis e disruptivas.

A chamada nova economia, a era da internet, mostrou que ideias inovadoras, bom planejamento, estratégia, conhecimento, equipe competente e motivada são essenciais para gerar negócios grandiosos e empreendimentos revolucionários.

SUMÁRIO

UNIDADE I	3
Empreendedorismo: Uma Visão Geral, Definições e Histórico	
UNIDADE II	18
O Espírito Empreendedor, Características e Tipos de Empreendedores	
UNIDADE III	42
Plano de Negócios, Técnicas e Ferramentas para Empreender	
UNIDADE IV	63
Empreendedorismo e Inovação no Mundo das Startups	

UNIDADE I

Empreendedorismo: Uma Visão Geral, Definições e Histórico

Professor Esp. Heider Jeferson Gonçalves.



Plano de Estudo:

- Visão Geral e Definições sobre o Empreendedorismo;
- Empreendedor ou Administrador?
- Empreendedorismo: Breve histórico;
- O Empreendedorismo no Brasil;
- Alguns Mitos sobre os empreendedores.

Objetivos da Aprendizagem:

- Apresentar uma Visão Geral e Definições sobre o Empreendedorismo;
 - Analisar as diferenças entre o Empreendedor e o Administrador;
- Conceituar sobre o um Breve histórico e o Empreendedorismo no Brasil;
 - Ponderar a respeito de alguns mitos sobre os empreendedores.

INTRODUÇÃO

Caro(a) acadêmico(a), uma questão que perturba muitas pessoas que querem prosperar na carreira e na vida é: “Abrir ou não seu próprio negócio?”. Abrir mão da carteira assinada para tocar a própria empresa é uma opção feita por milhares de trabalhadores a cada ano. Isso pode gerar muitos empreendedores de sucesso ou uma legião de desempregados. Esse resultado depende de muitos fatores.

Há 20 anos, a criação de um negócio próprio por jovens recém-formados era considerado uma loucura, mesmo porque as universidades formavam profissionais para dirigir uma grande empresa e não para criar empresas. Mudar essa visão levou algum tempo para redirecionar ações e repensar conceitos.

E pretendemos aqui nesta disciplina, mostrar para você que é sim, possível ser um empreendedor, se tornar um empreendedor, planejando, se capacitando e aplicando os ensinamentos e ferramentas apresentadas em nossos estudos.

Então, vamos lá! Nesta primeira unidade de estudos do nosso material, iremos apresentar uma Visão Geral e várias Definições sobre o Empreendedorismo. Também iremos analisar as diferenças entre o Empreendedor e o Administrador, assim como conceituar um breve histórico sobre o Empreendedorismo e o Empreendedorismo no Brasil. Por fim, iremos abordar a respeito de alguns mitos sobre os empreendedores, que tanto confundem as mentes de muitos daqueles que estudam sobre o empreendedorismo.

Vamos juntos nessa jornada, em busca do conhecimento!



1. VISÃO GERAL E DEFINIÇÕES SOBRE O EMPREENDEDORISMO

Atualmente o empreendedorismo já tem sido centro das políticas na maioria dos países e existem muitas ações relacionadas com o empreendedorismo e inovações tecnológicas como, por exemplo, programas de incubação de empresas e parques tecnológicos, programas e incentivos governamentais para promover a inovação e transferência de tecnologia, entre outros.

A ideia de um espírito empreendedor está de fato associada a pessoas realizadoras, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar organizações de negócios.

A pessoa que assume o risco de começar uma empresa é um empreendedor. Empreendedor do latim *imprendere*, que significa “decidir realizar tarefa difícil e laboriosa” (HOUAISS e VILLAR, 2001), “colocar em execução” (DICIONÁRIO AURÉLIO, 1975). Tem o mesmo significado da palavra francesa *entrepreneur*, que deu origem à inglesa *entrepreneurship* (comportamento do empreendedor).

Segundo Dornelas (2008, p. 16) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, e antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”, já para Chiavenato (2004, p. 18) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Schumpeter (citado por CHIAVENATO, 2004, p. 47) amplia o conceito dizendo que “o empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias”.

E de acordo com Dolabela (2006, p. 24):

O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive.

O empreendedor é aquele que cria negócios, que inova dentro da empresa já construída, que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ele, assumindo riscos calculados. O revolucionário é aquele que cria novos mercados, ou seja, algo único.

Como afirmou Joseph Schumpeter (1982), que o “empreendedor” destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

E o Empreendedorismo o que é?

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

Segundo Timmons (citado por DOLABELA, 2006, p. 36), “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20”, ao comparar com a revolução industrial, a grande responsável por radicais mudanças no século 20, demonstra o grau de importância para a sociedade do tema empreendedorismo.

Uma outra definição interessante é a de Schumpeter (citado por FILION, 2002, p. 21) onde expõe que:

empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios ... sempre tem a ver com criar uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados de seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas -SEBRAE (2009) o empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Ele está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas.

A essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios, oportunidades e a preocupação de estar sempre presente com a melhoria do produto. Enquanto a maior parte das pessoas tendem a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, apesar das dificuldades.



2. EMPREENDEDOR OU ADMINISTRADOR?

Essa é uma questão desafiadora, não? A impressão que temos, é que, ou se pode ser um bom Administrador, ou então, um Empreendedor de sucesso.

Mas é possível ser os dois ao mesmo tempo? Segundo Dornelas (2008):

Todo empreendedor necessariamente deve ser um bom administrador para obter o sucesso, no entanto, nem todo administrador é um empreendedor. O empreendedor tem algo mais, algumas características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional. (DORNELAS, 2008, p.30).

É importante destacar aqui que o administrador tem o seu trabalho pautado na aplicação do famoso “PODC”, famoso principalmente entre os administradores. Esta sigla representa as funções básicas da administração que são: planejar, organizar, dirigir e controlar, definidas assim por Peter Drucker (1987).

Mas isso quer dizer então que essas funções básicas da administração só servem para os administradores e que não devem ser usadas por empreendedores?

Não é bem assim! Vejamos a seguir.

De acordo com Hampton (1991), os administradores são diferentes dos empreendedores, porque ocupam um nível bem definido na hierarquia organizacional, e são eles quem definem como os processos administrativos são alcançados, e todo o conhecimento que tem sobre a empresa, em que o trabalho administrativo é geralmente identificado em três níveis: supervisão, médio e alto.

Ainda segundo o mesmo autor, os supervisores tratam das operações de uma unidade mais específica, uma seção ou departamento da empresa. Já os Administradores médios ficam em um nível intermediário, nem mais baixos e nem mais altos, dentro dos níveis da hierarquia organizacional. Os administradores de alto nível, geralmente os diretores, são aqueles que têm a mais alta responsabilidade, as tomadas de decisão mais complexas e a rede de interações é a mais abrangente de todas.

No caso do empreendedor, esse tem um algo a mais. São características e atitudes que o diferenciam do administrador tradicional, e que para ter o seu sucesso alcançado, possui essas características próprias, além é claro da necessidade de conter os atributos do administrador, e com seus atributos pessoais que devem ser somados a características sociológicas e ambientais, características essas, que em conjunto permitem o nascimento de uma nova empresa partindo de uma ideia, gerando uma inovação, e assim, uma nova empresa, um novo negócio de sucesso.

Para Dornelas (2008), os empreendedores de sucesso são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, sabem explorar ao máximo as oportunidades, são determinados e dinâmicos, dedicados, otimistas, independentes, ficam ricos, são líderes, organizados, sabem planejar, possuem conhecimento, assumem riscos e criam valor para a sociedade.



3. EMPREENDEDORISMO: BREVE HISTÓRICO

Ao que se sabe, a palavra “empreendedor” surgiu na França, com significado de: aquele que assume riscos e começa algo novo.

A utilização do termo “empreendedorismo” é atribuído a Richard Cantillon (1755) e a Jean-Baptiste Say (1800). Ambos definiram os empreendedores como pessoas que correm riscos porque investem o seu próprio dinheiro em empreendimentos.

O primeiro uso do termo empreendedorismo foi por Marco Pólo, que assinou um contrato com um homem que possuía dinheiro que hoje é mais conhecido como capitalista, para vender as mercadorias deste.

Na Idade Média, o termo foi definido para aqueles que gerenciavam grandes projetos de produção, que não assumiam grandes riscos, apenas gerenciavam os projetos com os recursos disponíveis pelo governo do país.

Já no século XVII o empreendedor estabeleceu um acordo contratual com o governo para realizar alguns serviços ou fornecer produtos. Por ter os preços prefixados, qualquer lucro ou prejuízo era de responsabilidade do empreendedor.

No século XVIII, com a industrialização que ocorria no mundo, o capitalista e o empreendedor foram finalmente diferenciados. E no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os administradores, como aqueles que organizavam a empresa, pagavam os empregados, planejavam, dirigiam e controlavam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Mais tarde, J. Schumpeter (1978, p. 28) associa o empreendedorismo à inovação ao afirmar que:

A essência do empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios; tem sempre que ver com a criação de uma nova forma de uso dos recursos nacionais, em que eles sejam deslocados do seu emprego tradicional e sujeitos a novas combinações.

Schumpeter descreveu ainda o empreendedor como responsável por processos de “destruição criativa”, que resultaram na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados.

O conceito de risco foi introduzido por K. Knight (1967) e Peter Drucker (1970). Em 1985 com Pinchot foi introduzido o conceito de Intra empreendedor, uma pessoa empreendedora dentro da organização a que pertence.



4. O EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil começou na década de 1990. Antes disso, o ambiente político e econômico do país não eram propícios. O SEBRAE é um dos órgãos nacionais mais conhecidos, que dá todo suporte que se precisa para iniciar uma empresa. O crescente movimento de franquias no Brasil também pode ser considerado um exemplo de desenvolvimento do empreendedorismo nacional.

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), pesquisa que mede a capacidade empreendedora de vários países, o Brasil é o sétimo colocado no ranking de nações mais empreendedoras do mundo, no país existem cerca de 15 milhões de empreendedores.

É importante frisar que para o GEM o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, qualquer que seja como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa, ou a expansão de um empreendimento que já existente, por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas. Estes dados, porém, são muito criticados, já que não consideram o fato de a grande maioria das empresas fecharem antes do primeiro ano de vida.

E ainda, de acordo com o relatório apresentado pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), o Brasil apareceu como o país que apresenta melhor número de habitantes adultos que começam um novo negócio: um adulto em cada oito. No entanto, a criação de empresas por si só não leva ao desenvolvimento econômico. A partir do estudo anual do GEM, originaram-se duas definições de empreendedorismo:

A primeira definição seria o empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, tem planejamentos, tem em mente o crescimento que quer buscar, visa lucro, geração de riqueza. Este está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico.

A segunda definição seria o empreendedorismo de necessidade, caracterizado muitas vezes pela falta de opção do empreendedor, por estar desempregado e sem alternativas de trabalho.

Estes negócios geralmente não são planejados e possuem poucas chances de se tornarem ativos no mercado, não gerando desenvolvimento econômico.

Dornelas (2008) afirma que um dos grandes motivos do crescimento no número de empresas abertas no país se dá pelos altos índices de desemprego, onde o desempregado usa o valor de sua rescisão provinda de seus direitos trabalhistas, e sem informação e planejamento, se aventura no mercado, visando muitas vezes abrir não uma empresa, mas um “emprego” e acaba decretando falência em um período curto de existência.

Assim o perfil da grande maioria dos empreendedores brasileiros consiste em pessoas sem muito grau de instrução, na maioria das vezes sem nenhuma instrução a respeito de gestão ou empreendedorismo, o SEBRAE estima que apenas 5% buscam orientação, a grande maioria nem conhece o ramo de mercado que pretende atuar e nem o produto que se propõe a vender, jamais ouviu falar de “plano de negócios”, e nunca frequentou uma universidade.

Além disso, faltam políticas públicas direcionadas à consolidação do empreendedorismo no Brasil.



5. ALGUNS MITOS SOBRE OS EMPREENDEDORES

Os Empreendedores nascem feitos?

Embora empreendedores nasçam com certa inteligência, vontade de criar e energia, sua formação depende da acumulação de habilidades relevantes, experiências, contatos, etc.

Qualquer pessoa pode começar um negócio?

Sim. A questão crucial é sobreviver e manter o negócio, prosperar. Empreendedores que entendem a diferença entre uma ideia e uma oportunidade e pensam grandes têm mais chances de ser bem-sucedidos.

Dinheiro é o mais importante para começar o negócio?

Com talento, gestão e dedicação, entre outras peças, o dinheiro aparecerá. Dinheiro é como o pincel e a tinta para um pintor de materiais que, nas mãos certas, produzem maravilhas.

Empreendedores não têm chefe e são completamente independentes?

Todo mundo é chefe do empreendedor: seus sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, família, comunidade. Mas os empreendedores podem escolher as exigências que vão atender, e quando, suas prioridades.

Empreendedores devem ser jovens e cheios de energia?

Com certeza são qualidades que podem ajudar, mas idade não é barreira. O que é crítico é possuir o conhecimento relevante, experiência e contatos que facilitam reconhecer e agarrar uma oportunidade.

Empreendedores trabalham mais do que executivos de grandes companhias?

Depende de cada um, alguns trabalham mais, outros não.

Empreendedores são pessoas isoladas e solitárias?

Os empreendedores mais bem-sucedidos são líderes que constroem grandes equipes e ótimos relacionamentos com pares, diretores, investidores, clientes, fornecedores e outros.

Empreendedores são jogadores?

Empreendedores bem-sucedidos calculam muito bem os riscos. Eles tentam influenciar o jogo de probabilidades, frequentemente atraindo outros para dividir os riscos com eles.

Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode atrair investimentos?

Nem sempre. Nos Estados Unidos, por exemplo, apenas entre 1 e 3 de cada 100 empreendedores com boas ideias conseguem atrair capitalistas e investidores.

Empreendedores buscam os méritos só para eles?

Privilegiar o próprio ego coloca um teto nas possibilidades de crescimento. Os melhores empreendedores geralmente sabem construir um time, uma organização, uma companhia, pois trabalham muito bem em equipe.

Enfim, o Brasil sem dúvida é um país de empreendedores, de pequenas, médios e grandes empreendimentos, parece que é um talento nato do brasileiro. Porém, a vida de um empreendedor não é nada fácil.

Abrir um empreendimento significa, para o trabalhador, a passagem para o outro lado da relação de trabalho. É preciso, pois, além de ter espírito empreendedor, preparar-se para trilhar esse novo caminho, que, embora difícil, pode ser compensador e resultar em sucesso pessoal e independência econômica.

REFLITA

“A ousadia dos empreendedores move o mundo à frente. Produtos e serviços que para nós hoje são óbvios, e nem pensamos muito em como foram criados, nasceram da ousadia de muitos desbravadores. Os grandes navegadores provavelmente foram os primeiros empreendedores modernos. Se você está com medo de começar seu negócio ou levantar dinheiro, imagine como deve ter sido para Cristóvão Colombo levantar dinheiro para navegar rumo ao desconhecido, sem saber se iria voltar vivo.”

Fonte: NA PRÁTICA. 5 reflexões de Florian Bartunek sobre empreender em uma startup. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/reflexoes-empreender-em-startup/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SAIBA MAIS

6 passos para abrir seu novo negócio

Confira o que você precisa saber para montar uma empresa e se tornar um empreende-dor de sucesso. A abertura e o gerenciamento de um novo negócio exigem um conjunto de habilidades e conhecimentos, como entender o mercado, o público e planejar bem cada etapa. Uma boa administração considera, também, estratégias de marketing, um fluxo de caixa controlado e passa, ainda, por muita criatividade e inovação.

Sabendo que você pode estar precisando de um empurrão para começar a empreender, criamos um roteiro para seguir e iniciar bem o seu novo negócio.

Confira, os seis passos para ter sucesso na abertura do seu empreendimento!

Fonte: SEBRAE. A força do empreendedor brasileiro.

Disponível em: <https://bit.ly/3MuJEeN>. Acesso em: 20 ago.2021.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Caro(a) acadêmico(a), vimos que apesar de ser uma questão que perturba muitas pessoas que querem prosperar na carreira e na vida, a ideia de abrir ou não seu próprio negócio depende muito de conhecimento e esforço, além de um “espírito empreendedor”. A decisão de abrir mão da carteira assinada para criar seu próprio negócio é sem dúvida uma decisão muito difícil, mas algo que gera muitos empreendedores de sucesso, se feito da maneira correta, e que depende de muitos fatores.

É justamente por isso que estudamos esta disciplina, para mostrar para você que é sim, possível ser um empreendedor, se tornar um empreendedor, planejando, se capacitando e aplicando os ensinamentos e ferramentas, que foram e que ainda serão apresentadas em nossos estudos.

Pois bem, nesta primeira unidade, apresentamos uma visão geral e várias definições sobre o Empreendedorismo. Também procuramos analisar as diferenças entre o Empreendedor e o Administrador, assim como abordamos um breve histórico sobre o Empreendedorismo e o Empreendedorismo no Brasil. Por fim, tratamos a respeito de alguns mitos sobre os empreendedores, que tanto confundem as mentes de muitos daqueles que estudam sobre o empreendedorismo, e que agora estão muito claros para todos nós.

Na próxima unidade de nossa disciplina, iremos tratar sobre o espírito empreendedor, suas características e os principais tipos de empreendedores.

Portanto, agora é seguir em frente!

Continuamos juntos nessa jornada, na busca pelo conhecimento!



LIVRO

Título: Inovação e espírito empreendedor: Prática e princípios

Autor: por Peter Drucker (Autor)

Editora: Cengage Learning.

Sinopse: Drucker demonstra neste livro que criatividade e planejamento são um paradoxo aparente, pois a inovação também exige uma disciplina sistemática. “Embora hoje se discuta muito a ‘personalidade empreendedora’, poucos dos empresários com quem trabalhei nos últimos trinta anos tinham tal personalidade. Os empresários bem-sucedidos que conheci têm em comum, não um certo tipo de personalidade, mas um compromisso com a prática sistemática da inovação.” A inovação é função específica do empreendimento, seja em um negócio já existente, como uma instituição de serviço público, ou um novo empreendimento iniciado por um único indivíduo, em qualquer área. Reconhecido em inúmeros países como a mais renomada autoridade em Administração, Drucker apresenta neste livro, pela primeira vez, a inovação e o empreendedorismo como uma disciplina sistemática e com propósito deliberado. Analisa os desafios e as oportunidades do mais importante evento na economia americana – o surgimento de uma nova economia empreendedora que transformou a empresa, a força de trabalho e a sociedade americana nos últimos dez a quinze anos, e que está baseada na inovação sistemática e na administração e estratégias empreendedoras. A nova economia empreendedora criou a maior expansão do emprego em tempos de paz na história dos Estados Unidos – 35 milhões de empregados num período em que a grande empresa tradicional e no governo perderam recentemente mais de 5 milhões de cargos. Acima de tudo, a nova economia empreendedora se baseia na conversão de uma “ideia brilhante” em atividade organizada e o espírito empreendedor de “genialidade” em administração sistemática e estratégias criativas bem enfocadas. O livro de Drucker mostra e analisa com lucidez o que as empresas já estabelecidas, instituições de serviços públicos e novas empresas de risco precisam saber, precisam aprender e, acima de tudo, precisam fazer.



FILME/VÍDEO

Título: Fome de Poder (The Founder).

Ano: 2017.

Sinopse: A história da ascensão do McDonald's. Após receber uma demanda sem precedentes e notar uma movimentação de consumidores fora do normal, o vendedor de Illinois Ray Kroc (Michael Keaton) adquire uma participação nos negócios da lanchonete dos irmãos Richard e Maurice “Mac” McDonald no sul da Califórnia e, pouco a pouco eliminando os dois da rede, transforma a marca em um gigantesco império alimentício.

UNIDADE II

O Espírito Empreendedor, Características e Tipos de Empreendedores

Professor Esp. Heider Jeferson Gonçalves.



Plano de Estudo:

- O Espírito Empreendedor e o empreendedorismo adquirido;
- O Processo Empreendedor e as características dos empreendedores;
- O Autoconhecimento e a Criatividade;
- Tipos de Empreendedores;
- O Intra Empreendedor ou Empreendedorismo Corporativo.

Objetivos da Aprendizagem:

- Estudar sobre o Espírito Empreendedor e o empreendedorismo adquirido;
- Compreender o Processo Empreendedor e as características dos empreendedores;
 - Abordar sobre a importância do Autoconhecimento e da Criatividade;
 - Conhecer os principais tipos de Empreendedores;
- Analisar sobre o Intra Empreendedor ou Empreendedorismo Corporativo.

INTRODUÇÃO

Caro(a) acadêmico(a), lembremos que a essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades, e a preocupação sempre presente com a melhoria de seus produtos (bens e serviços). Enquanto a maior parte das pessoas tende a enxergar apenas dificuldades e insucessos, o empreendedor deve ser otimista e buscar o sucesso, diante das dificuldades. A visão do empreendedor é mais ampla, mais aberta para as oportunidades que se apresentam nos momentos de crise principalmente, como já vimos, onde a maioria das pessoas vê problemas, os empreendedores vislumbram oportunidades.

E o desenvolvimento do “Espírito Empreendedor” é o que fará a grande diferença!

Por isso, pretendemos aqui nesta unidade, mostrar a você que é sim, possível desenvolver esse espírito empreendedor, que ele pode ser adquirido, planejando, estudado, através de um processo, com autoconhecimento e criatividade, evidenciando as características do empreendedor.

Nesta unidade de estudos da nossa disciplina, iremos estudar sobre o Espírito Empreendedor e o empreendedorismo adquirido, e apresentaremos também o Processo Empreendedor e as características dos empreendedores. Iremos abordar ainda sobre a importância do Autoconhecimento e da Criatividade para o empreendedor, assim como o conhecimento dos principais tipos de Empreendedores, e uma análise sobre o Intra Empreendedor ou Empreendedorismo Corporativo.

Então, não perca mais tempo!

Vamos em frente, na busca pelo Espírito Empreendedor!



1. O ESPÍRITO EMPREENDEDOR E O EMPREENDEDORISMO ADQUIRIDO

O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. Mas deve também reservar um amplo espaço para a racionalidade. Saber localizar metas e objetivos globais e localizar os meios adequados para “chegar lá”, da melhor maneira possível. Isso significa estratégia.

A ideia de um espírito empreendedor está associada a pessoas realizadoras, que mobilizam recursos e correm riscos para iniciar organizações e negócios de sucesso. Então os Empreendedores são natos, já nascem para o sucesso? Pelo contrário, empreendedores de sucesso acumulam habilidades, experiências e contatos com o passar dos anos.

Como já foi questionada anteriormente, essa é uma pergunta recorrente: Os Empreendedores já nascem feitos? Ou seja, com o tal espírito empreendedor?

E a resposta é que, embora empreendedores nasçam com certa inteligência, vontade de criar e energia, ou até mesmo com uma certa tendência a correr riscos, inventividade ou com este “espírito” próprio, sua formação e seu sucesso depende muito da acumulação de habilidades relevantes, experiências, contatos, etc.

O ato de empreender se manifesta na vontade e aptidão para realizar algo. O espírito empreendedor não escolhe credo, cor ou raça. Ele é um dos fatores essenciais para aumentar a riqueza do país e melhorar as condições de vida de seus cidadãos, essa afirmação leva imediatamente a duas questões.

A primeira: o que é espírito empreendedor? E a segunda: é possível ensinar uma pessoa a se tornar empreendedora?

Até alguns anos atrás se acreditava que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso dos negócios. Isto é um mito. Cada vez mais acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido. Os empreendedores natos existem sim, mas muitos outros podem ser capacitados para tal perfil.

Por isso que o empreendedorismo pode ser adquirido, ou seja, estudado, transmitido e ensinado através de técnicas e métodos já comprovados.

Assim, podemos dizer que os objetivos do ensino do empreendedorismo são:

- Identificação e entendimento das habilidades do empreendedor;
- Identificação e análise de oportunidades;
- Como ocorre a inovação e o processo empreendedor;
- Importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico;
- Como preparar e utilizar um plano de negócios;
- Como identificar fontes e obter financiamento para o novo negócio;
- Como gerenciar e fazer a empresa crescer.

Assim como os objetivos do ensino do empreendedorismo, devemos destacar também as habilidades requeridas para um empreendedor.

As habilidades requeridas para um empreendedor são:

- **Técnicas:** Envolve saber escrever, ouvir as pessoas, captar informações, ter boa oratória, ser organizado, saber lidar e trabalhar em equipe.

- **Gerenciais:** Criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações, e ser um bom negociador.

- **Pessoais:** Ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário.

Parece ser hoje em dia consensual que não se nasce empreendedor. Podemos, sim, herdar algumas características que certamente nos ajudarão nas nossas incursões pelo mundo dos negócios.

É também certo que muitos empreendedores se revelam muito precocemente (durante a infância e juventude) destacando-se pela sua capacidade de liderança, competitividade, criatividade ou “jeito” para os pequenos negócios.

Contudo, está ao alcance de qualquer um tornar-se empreendedor.

Exige-se trabalho, força de vontade e um profundo conhecimento de si próprio.



2. O PROCESSO EMPREENDEDOR E AS CARACTERÍSTICAS DOS EMPREENDEDORES

Uma pessoa empreendedora é capaz de identificar negócios e oportunidades. Tem capacidade e visão do ambiente de mercado, sendo altamente persuasivo com pessoas, colocando suas ideias e propondo o crescimento financeiro de seu produto. A pessoa precisa estar pronta para assumir os riscos do negócio e aprender com os erros cometidos, pois eles são presenciais na vida do empreendedor, porém cabe ao mesmo fazer dos erros, acertos futuros.

Ele busca ser profundo conhecedor de seu produto/serviço, facilitando assim a explanação e crescimento de suas ideias. A pessoa tem que ser capaz de usar todas essas habilidades em favor de seu aperfeiçoamento empresarial.

É preciso entender que para se iniciar um negócio próprio, temos que ter em mente as dificuldades iniciais, os trâmites legais, bem como as arquiteturas de mercado, pois de uma forma planejada e controlada, o empreendedor pode começar a trilhar seu caminho, desde que sabido os meios e devidamente conscientizado das obrigações pertinentes. Por exemplo: A pessoa deve saber ter consciência de onde abrir uma padaria ou uma lanchonete? Qual capital necessário? Quanto tempo terei meu capital de volta? e etc.

A pessoa deve procurar formar uma cultura empreendedora primeiramente dentro dela, e de posse desta formação fazer uma autoanálise, despertando-a para a sua função de pessoa executora na transformação de conhecimento em riquezas para a sociedade, para comércio e principalmente para ele.

Mas o que nos leva ao desejo de ter o próprio negócio e de se tornar empreendedor?

Muitas vezes, as pessoas motivadas pela ambição de ter dinheiro, condições para adquirir valiosos bens, melhores roupas, uma busca por melhores moradias e dar boas condições para si e para seus entes mais próximos, são estas as pessoas que sonham em ter seu próprio negócio e muitas delas acabam virando por questão de decisão de melhorias um empreendedor.

Elas estão no “time” das pessoas que não gostam de ser mandadas, não gostam de ser “subordinadas”, pois a simples ideia destes paradigmas as deixam apavoradas.

Outras pessoas buscam abrir seu próprio negócio por motivos que fogem a sua vontade, pois levados por situações opressoras, vêem como solução abrir seu negócio. Podemos citar situações que se encaixam neste tipo: empregados que saíram de empresas e com a soma do volume financeiro significativo que recebeu de anos como empregado, resolveu abrir seu próprio negócio.

Existem até mesmo aqueles que deixam seu emprego por ter melhores rendimentos através do negócio próprio e viram nisto a grande possibilidade de crescimento financeiro e uma melhor forma de vida.

Ainda neste aspecto há pessoas que herdaram algum negócio da família e sem a maior pretensão, se tornaram donas de grandes empresas e hoje despontam no mercado financeiro, apesar de não terem tido o trabalho de iniciar sua empreitada.

O sucesso de um empreendimento inovador não depende de “mágica” e sim de uma série de fatores e condições, tanto pessoais, como do negócio que o empreendedor deve levar em consideração antes de iniciá-lo.

A decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso. Mas na verdade, essa decisão ocorre devido fatores externos, sociais e ambientais, e aptidões pessoais.

REFLITA

Você sabe o que caracteriza uma pessoa empreendedora?

Segundo Peter Drucker (1974), “O trabalho específico do empreendedorismo numa empresa de negócios, é fazer os negócios de hoje capazes de fazer o futuro, transformando-se em um negócio diferente”.

Fonte: Peter Drucker (1974).

Ao observar verdadeiros empreendedores, é possível identificar um conjunto de aspectos que lhes são muito próprios:

1. Os empreendedores são peritos em identificar, explorar e comercializar oportunidades.
 2. São exímios na arte de criar (novos produtos, serviços ou processos).
 3. Conseguem pensar “fora do quadrado”: a maioria das pessoas, por temer o insucesso e ser avessa ao risco, tem dificuldade em considerar novas formas de abordar problemas e perspectivar a realidade. Quem o consegue fazer beneficia de uma enorme vantagem na detecção de novas oportunidades.
 4. Pensam de forma diferente: os empreendedores têm uma perspectiva diferente das coisas; adivinham problemas que os outros não vêm ou que ainda nem existem; descobrem soluções antes mesmo de outros sentirem as necessidades.
 5. Vêm o que outros não vêm: o empreendedor vê oportunidades que escapam aos outros, ou a que os outros não atribuem relevância.
 6. Gostam de assumir riscos: acreditam nos seus palpites e seguem-nos.
 7. Os empreendedores competem consigo próprios e acreditam que o sucesso ou fracasso dependem de si. Na sua maioria não desistem e nunca param de lutar pelo sucesso.
 8. Aceitam o insucesso: embora nenhum empreendedor goste de falhar, sabe que a possibilidade de fracassar é inerente ao risco que qualquer atividade empreendedora comporta. O insucesso é encarado como uma possibilidade de aprender e evoluir e previne futuros fracassos.
 9. Observam o que os rodeia: a grande maioria das ideias e inovações bem-sucedidas foram desenvolvidas a partir de uma realidade próxima ao empreendedor no âmbito profissional, familiar, de lazer.
 10. Os empreendedores nunca se conformam. Em vários estudos feitos com empreendedores sobre as características às quais atribuíam o seu sucesso, as que mais se destacaram foram a perseverança, o desejo e vontade de traçar o rumo da sua vida, a competitividade, a autoestima, o forte desejo de vencer, a autoconfiança e a flexibilidade.
- Curiosamente, a vontade de ganhar muito dinheiro, as competências de gestão ou o desejo de poder costumam ocupar os últimos lugares em suas listas.
- Mas para além destas, há um conjunto de outras características comuns aos empreendedores:

- Curiosidade;
- Capacidade de resistência (física e emocional);
- Orientação para objetivos;
- Independência;
- Exigência;
- Elevada propensão ao risco calculado;
- Tolerância à ambiguidade e à incerteza;
- Criatividade;
- Inovação;
- Visão;
- Empenho;
- Aptidão para resolução de problemas;
- Capacidade de adaptação;
- Iniciativa;
- Integridade;
- Capacidade de angariação de recursos;
- Capacidade de persuasão;
- Forte apetência pela mudança;
- Empatia;
- Tolerância ao fracasso;
- Grande capacidade de trabalho;
- Capacidade de liderança.

Em grande medida a performance do empreendedor está associada a características pessoais como a iniciativa, a empatia, a capacidade de adaptação e de persuasão.

Daniel Goleman (2005) agrupou as competências emocionais em quatro grandes grupos cabendo dentro de cada um dos grupos um conjunto de competências específicas:

1. Autoconsciência

- Autoconsciência emocional – Esta competência permite reconhecer e compreender os diferentes estados de espírito e a forma como afetam o desempenho social e profissional bem como as relações com os outros.

- Autoavaliação rigorosa – Trata-se da capacidade de avaliar de forma realista as suas forças, mas também as suas fraquezas.

- Autoconfiança – Competência que permite valorizar devidamente os seus pontos fortes e capacidades mais distintivas.

2. Autogestão

- Autocontrole – Capacidade para manter as emoções sob controle.
- Inspirar confiança – A confiança conquista-se através de comportamentos que revelem integridade, honestidade, confiabilidade e autenticidade.
- Responsabilidade - Capacidade para se autogerir de modo responsável (e.g., ser organizado e cuidadoso no trabalho).
- Adaptabilidade – Competência revelada pela abertura a novas ideias e abordagens, flexibilidade na resposta à mudança, tolerância à ambiguidade.
- Orientação para o êxito - Otimismo, necessidade de auto aperfeiçoamento e de alcance de um padrão interno de excelência, persistência.
- Iniciativa - Prontidão para aproveitar as oportunidades, inclinação para exceder objetivos, proatividade.

3. Consciência social

- Empatia – Capacidade para perceber os sentimentos e perspectivas dos outros, interesse ativo pelas suas preocupações, sensibilidade às suas especificidades.
- Consciência organizacional - Capacidade para ler a realidade organizacional, construir redes de decisão e ter consciência das correntes sociais e políticas da organização.
- Orientação para o cliente - Capacidade para antecipar, reconhecer e ir ao encontro das necessidades dos clientes.

4. Competências sociais

- Liderança visionária - Capacidade para inspirar e guiar os indivíduos ou grupos em torno de uma visão convincente.
- Influência - Capacidade para persuadir os outros através dos métodos mais adequados a cada situação.
- Desenvolver os outros - Capacidade para identificar necessidades/oportunidades de desenvolvimento dos outros e para agir de forma a promover o alargamento das suas competências.
- Comunicação - Ser bom ouvinte e ser capaz de comunicar de modo claro e convincente.
- Catalisador da mudança – Capacidade para promover e incentivar a mudança dentro da organização contribuindo ativamente para a eliminação das resistências por parte da equipa que lidera.

- Gestão de conflitos - Capacidade para gerir os conflitos emergentes na organização.
- Criar laços – Competência que permite a criação e desenvolvimento de redes de relações interpessoais.
- Espírito de equipe e cooperação – Capacidade de colaborar eficazmente com os outros, conseguindo criar sinergias de grupo na execução de objetivos comuns.

É certo que o desenvolvimento deste conjunto de competências é desejável em qualquer pessoa, mas, no caso do empreendedor, será decisivo para o seu sucesso. A condição prévia ao bom desenvolvimento destas características é um profundo conhecimento de si próprio.



3. O AUTOCONHECIMENTO E A CRIATIVIDADE

Uma das principais características do empreendedor de sucesso é o conhecimento que tem de si próprio. Sabe que não é rentável desperdiçar esforços em áreas e/ou atividades nas quais não têm competências.

A sua base de desenvolvimento pessoal e profissional é o conhecimento dos seus pontos fortes, dos seus valores e objetivos e das formas concretas de alcançar o que pretende.

De todas as características do empreendedor uma das essenciais e que mais facilmente podemos desenvolver é a criatividade. Embora todos tenhamos talentos criativos, falta-nos muitas vezes confiança na nossa própria criatividade. O termo criatividade tem um significado que vai muito além de possuir um talento artístico. É sim, a capacidade de utilizar a imaginação para criar novas ideias.

A criatividade é uma característica inata a todos os seres humanos. Cabe a cada um de nós desenvolver essa capacidade.

Antes de tudo, você deve estar atento ao que se passa à sua volta: o desenvolvimento da capacidade criativa, tal como qualquer outra competência, exige concentração e atenção. Comece por ver o mundo que construiu à sua volta: a sua casa, o seu trabalho, as suas relações sociais são expressões criativas criadas por si. Compreender que a criatividade pode assumir muitas formas é um primeiro passo para desenvolver a sua capacidade de criar de forma consciente.

São características das pessoas criativas:

1. Inteligência;
2. Capacidade de adaptação;
3. Autoestima elevada;
4. Orientação para desafios;
5. Curiosidade;
6. Interesse.

A inovação é a semente do processo empreendedor. As inovações tecnológicas têm sido o diferencial do desenvolvimento econômico mundial.

Segundo Dertouzos (1999), a inovação tecnológica possui quatro pilares:

- Investimento de capital de risco;
- Infraestrutura de alta tecnologia;
- Ideias criativas;
- Cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio.

Já o talento empreendedor resulta da percepção, direção, dedicação e muito trabalho. Onde existe talento, há a oportunidade de crescer, diversificar e desenvolver novos negócios. Mas talento sem ideias é como uma semente sem água. Quando o talento é somado à tecnologia e as pessoas têm boas ideias viáveis, o processo empreendedor está na iminência de ocorrer.

As fases do processo empreendedor são:

- Identificar e avaliar oportunidades: É a parte mais difícil. O empreendedor precisa ter muita percepção sobre os negócios. Mas muitos dizem que isso ocorre por sorte. Outros dizem que sorte é o encontro da competência com a oportunidade.

- Desenvolver o plano de negócios: Pode ser a parte mais trabalhosa do ciclo. Ela dá forma a um documento que sintetiza toda a essência do negócio, a estratégia da empresa, seu mercado e competidores, como vão gerar receitas, etc.

- Determinar e captar os recursos necessários: É consequência do que já foi feito e planejado no plano de negócios. A captação de recursos pode ser feita de diversas formas. Há alguns anos as únicas possibilidades de obter financiamento ou recursos no Brasil eram através de bancos ou economias pessoais ou de conhecidos. Hoje já é mais comum encontrar a figura do capitalista de risco que prefere arriscar em novos negócios a deixar todo seu dinheiro aplicado nos bancos.

- Gerenciar a empresa criada: O estilo de gestão do empreendedor na prática, deve reconhecer suas limitações e saber recrutar uma excelente equipe de profissionais para ajudá-lo a gerir a empresa.

Outra forma de analisar os aspectos críticos do processo empreendedor, segundo Timmons (1994, p. 89), é pelos seguintes fatores:

- Oportunidades: Avaliação para que se tome a decisão de continuar ou não com o projeto.
- Equipe empreendedora: Os profissionais da equipe têm perfis complementares.
- Recursos: Saber como e onde captá-los. A análise dos recursos necessários deve ser a última a ser feita, para evitar que o empreendedor e sua equipe restrinjam a análise da oportunidade, que é a primeira tarefa a ser realizada.

Sendo assim, o planejamento, por meio de um plano de negócios (business plan), é a ferramenta do empreendedor, com a qual sua equipe avalia oportunidades, identifica, busca e aloca os recursos necessários ao negócio, planeja as ações a serem tomadas, implementa e gerencia o novo negócio.

Lembremos que nesse processo de se tornar empreendedor, existem muitas barreiras a serem superadas. E que existe ainda a necessidade de um combustível essencial: o capital.

De fato ser patrão implica estar exposto a mudanças repentinas e drásticas e que muitas vezes, requer da pessoa “jogo de cintura”, bom senso, e “tino comercial”, pois em se tratando de adversidades, o mercado exige do empreendedor pelo menos que eles tenham esses adjetivos, caso contrário seu negócio e seus produtos poderão sofrer danos financeiros irreparáveis. A pessoa deve estar disposta a assumir responsabilidades perante o mercado financeiro e a comunidade a qual ela vai mostrar/vender seus produtos ou serviços. As pressões da sociedade por produtos de alta qualidade, úteis e de certa forma acessíveis, tornam o processo não amistoso ao empreendedor, gerando uma grande exigência de mercado.

A dedicação ao trabalho aumenta muito significativamente, enquanto um empregado simples na sua rotina, “bate ponto” e trabalha 08 horas diárias, o empreendedor, muitas vezes trabalha mais de 8 horas por dia, sem um salário fixo garantido no final do mês, e sem férias integrais, sem feriados. É claro que como ele é dono do seu próprio negócio, com um bom gerenciamento empresarial, bom conhecimento de mercado e de seu produto, o tempo pode ser gerenciado em favor da própria pessoa, podendo assim ter mais tempo livre para viagens e família.

Mas qual seria o momento exato para agir e como agir?

Cada pessoa deve analisar particularmente sua necessidade e ocasião de mercado, mas existem alguns fatores importantes que devem ser notados para você decidir como e onde agir para ter seu próprio negócio. Eis algumas delas:

- Fatores pessoais: desejo de realização pessoal, insatisfação no trabalho, desejo de mudar de vida ou mesmo o fato de ser demitido de seu emprego.
- Fatores ambientais: analisar e identificar oportunidades de negócios ou a possibilidade de entrar em um projeto.
- Fatores sociológicos: possibilidade de ter um grupo de pessoas competentes com características semelhantes, influência de parentes ou modelos já desenvolvidos na família.

Fique de olhos bem abertos, pois quando todos olham para a mesma direção, considera-se ousada a pessoa que faz algo diferente e arrisca em outros caminhos. Certamente estes tipos de pessoas são poucas e raras no mundo dos negócios, mais as existentes hoje algumas delas são as mais bem remuneradas em seus negócios e são as pessoas líderes que têm êxito financeiro, porém há os riscos deste ato.

Quantas histórias assim não conhecemos? Mas quantos destes que ousam e se dão mal? Isto tem que ser levado em consideração. No entanto, ser empreendedor é ser ousado, assumindo riscos calculados (dividindo o risco com os outros) e aproveitando as oportunidades.



4. TIPOS DE EMPREENDEDORES

4.1 Tipo 01 – Empreendedor Nato

Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começam do nada e criam grandes impérios. Começam a trabalhar muito jovens e adquirem habilidade de negociação e de vendas. Em países ocidentais, esses empreendedores natos são, em sua maioria, imigrantes ou seus pais e avós o foram.

São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Suas referências e exemplos a seguir são os valores familiares e religiosos, e eles mesmos acabam por se tornar uma grande referência.

Se você perguntar a um empreendedor nato quem ele admira será comum lembrar-se da figura paterno-materna ou algum familiar mais próximo. Ex. Sílvia Santos, Pedro Mufatto, Bill Gates, Steve Jobs.

4.2 Tipo 02 – O Empreendedor que aprende (inesperado)

Este tipo de empreendedor tem sido muito comum. É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio. É uma pessoa que nunca pensou em ser empreendedor, que antes de se tornar um via a alternativa de carreira em grandes empresas como a única possível.

O momento de disparo ou de tomada de decisão ocorre quando alguém o convida para fazer parte de uma sociedade ou ainda quando ele próprio percebe que pode criar um negócio próprio. Geralmente demora um pouco para tomar a decisão de mudar de carreira, a não ser que esteja em situação de perder o emprego ou já tenha sido demitido. Antes de se tornar empreendedor, acreditava que não gostava de assumir riscos. Tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver em todas as atividades de um negócio próprio.

4.3 Tipo 03 – O empreendedor Serial (Cria Novos Negócios)

O Empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. É uma pessoa que não se contenta em criar um negócio e ficar à frente dele até que se torne uma grande corporação. Como geralmente é uma pessoa dinâmica, prefere os desafios e a adrenalina envolvidos na criação de algo novo a assumir uma postura de executivo que lidera grandes equipes. Normalmente está atento a tudo o que ocorre ao seu redor e adora conversar com as pessoas, participar de eventos, associações, fazer networking. Geralmente tem uma habilidade incrível de montar equipes, motivar o time, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Sua habilidade maior é acreditar nas oportunidades e não descansar enquanto não as vir implementadas. Ao concluir um desafio, precisa de outros para se manter motivado. As vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio.

4.4 Tipo 04 – O empreendedor Corporativo

O Empreendedor Corporativo tem ficado mais em evidência nos últimos anos, devido à necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios. São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham de olho nos resultados para crescer no mundo corporativo. Assumem riscos e tem o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho 100% livre para agir. São hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias.

Desenvolvem seu networking dentro e fora da organização. Convencem as pessoas a fazerem parte de seu time, mas sabem reconhecer o empenho da equipe. Sabem se autopromover e são ambiciosos. Não se contentam em ganhar o que ganham e adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis. Se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no início, já que estão acostumados com as regalias e o acesso a recursos do mundo corporativo.

4.5 Tipo 05 – Empreendedor Social

O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Envolve-se em causas humanitárias com comprometimento singular. Tem um desejo imenso de mudar o mundo criando oportunidades para aqueles que não têm acesso a elas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios. De todos os tipos de empreendedores é o único que não busca desenvolver um patrimônio financeiro, ou seja, não tem como um de seus objetivos ganhar dinheiro. Prefere compartilhar seus recursos e contribuir para o desenvolvimento das pessoas.

4.6 Tipo 06 - O Empreendedor por Necessidade

O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria. Geralmente se envolve em negócio informal, desenvolvendo tarefas simples, prestando serviços e conseguindo como resultado pouco retorno financeiro. É um grande problema social para os países em desenvolvimento, pois apesar de ter iniciativa, trabalhar arduamente e buscar de todas as formas a sua sobrevivência e a dos seus familiares, não contribui para o desenvolvimento econômico. Na verdade, os empreendedores por necessidade são vítimas do modelo capitalista atual, pois não têm acesso a recursos, à educação e às mínimas condições para empreender de maneira estruturada. Suas iniciativas empreendedoras são simples, pouco inovadoras, geralmente não contribuem com impostos e outras taxas, e acaba por inflar as estatísticas empreendedoras de países em desenvolvimento, como o Brasil. Sua existência em grande quantidade é um problema social que, no caso brasileiro, ainda está longe de ser resolvido.

4.7 Tipo 07 - O empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)

O empreendedor herdeiro recebe logo cedo a missão de levar à frente o legado de sua família. Empresas familiares fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, e muitos impérios foram construídos nos últimos anos por famílias empreendedoras, que mostraram habilidade de passar o bastão a cada nova geração. Mais recentemente, porém, tem ocorrido a chamada profissionalização da gestão de empresas familiares, através da contratação de executivos de mercado para a administração da empresa e da criação de uma estrutura de governança corporativa, com os herdeiros opinando no conselho de administração e não necessariamente assumindo cargos executivos na empresa. O desafio

do empreendedor herdeiro é multiplicar o patrimônio recebido. Isso tem sido cada vez mais difícil. O empreendedor herdeiro aprende a arte de empreender com exemplos da família, e geralmente segue seus passos. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidade na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens. Alguns têm senso de independência e desejo de inovar, de mudar as regras do jogo.

Outros são conservadores e preferem não mexer no que tem dado certo. Esses extremos, na verdade, mostram que existem variações no perfil do empreendedor herdeiro. Mais recentemente, os próprios herdeiros e suas famílias, preocupados com o futuro de seus negócios, têm optado por buscar mais apoio externo, através de cursos de especialização, MBA, programas especiais voltados para empresas familiares.

4.8 Tipo 08 - O Empreendedor Normal (Planejado)

Toda teoria sobre empreendedorismo de sucesso sempre apresenta o planejamento como uma das mais importantes atividades desenvolvidas pelos empreendedores.

E isso tem sido comprovado nos últimos anos, já que o planejamento aumenta a probabilidade de um negócio ser bem-sucedido e, em consequência, levar mais empreendedores a usarem essa técnica para garantir melhores resultados. O empreendedor que “faz a lição de casa”, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas é o empreendedor aqui definido como o “normal” ou planejado. Então o empreendedor normal seria o mais completo do ponto de vista da definição de empreendedor e o que a teria como referência a ser seguida, mas que na prática ainda não representa uma quantidade considerável de empreendedores. No entanto, ao se analisar apenas empreendedores bem-sucedidos, o planejamento aparece como uma atividade bem comum nesse universo específico, apesar de muitos dos bem-sucedidos também não se encaixarem nessa categoria.



5. O INTRA EMPREENDEDOR OU EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO

O Intraempreendedorismo ou Empreendedorismo Corporativo, é aquele praticado dentro das organizações, definido pelo professor americano Gifford Pinchot III de “Intrapreneurship”, que quer dizer Intraempreendedorismo em português.

Tal termo “intraempreendedor”, até parece ser recentemente no contexto administrativo, porém vem sendo usado desde o século XIX. Segundo Hashimoto (2006), esse termo foi usado pela primeira vez por Gifford Pinchot III em 1989, sendo uma tradução do termo original em inglês, intrapreneur.

Para Hashimoto (2006), os intraempreendedores ou empreendedores corporativos são colaboradores de uma companhia que tem atitude empreendedora, por isso, são inconformados, questionam o estado atual das coisas, provocam mudanças e geram transformações profundas, seja nos negócios ou nas organizações.

Hashimoto (2006) afirma ainda que desde os anos 70, pesquisadores americanos estudam as características de pessoas que, de forma espontânea e autônoma, implementam mudanças significativas no trabalho, evidenciando que, embora uma cultura ampla e irrestrita voltada para a inovação seja necessária, são alguns poucos indivíduos que fazem o que precisa ser feito para gerar as transformações que antecedem as inovações em uma empresa. Estes indivíduos são os intraempreendedores.

Qualquer funcionário que por iniciativa própria promove alguma mudança dentro ou fora do seu escopo de trabalho, para o qual ele não é originalmente pago pode, a rigor, pode ser considerado um empreendedor corporativo.

O conceito não se resume unicamente à criação e desenvolvimento de novos produtos, ele indica qualquer norma de proposição de mudanças e melhorias na organização que, de alguma forma, se traduz em aumento de valor para o cliente ou para o acionista. (HASHIMOTO, 2006, p. 08)

Continuando com o raciocínio de Hashimoto (2006), percebe-se que as habilidades do intraempreendedor estão intimamente ligadas a área específica na qual ele atua, sendo assim a participação na empresa será com o intuito de realizar, participar e colaborar, pois com a capacidade de realizar tarefas, poderá influenciar outras pessoas também a realizarem, ocasionando, através de sua ação, resultados positivos.

Alguns pontos para reflexão quanto ao conceito de empreendedorismo corporativo: conforme Hashimoto (2006):

- Uma boa ideia por si só não se transforma em resultado sem um estudo de viabilidade, um planejamento de implementação, investimentos, ajustes e acompanhamento. O sucesso está diretamente relacionado com a eficácia das ações.
- Muitas vezes um problema grave da organização serve como estopim para a revisão de paradigmas e pressupostos que levam a um processo de ruptura e busca de novos conceitos aumentarem a competitividade e a eficácia. Mais uma vez, o valor do esforço pela necessidade de sobreviver.
- As empresas estão descobrindo que inovação é gerada por gente e não por tecnologia. Iniciativas, equipes autogeridas, liderança situacional, descentralização, remuneração variável entre outras, são, na verdade, iniciativas que promovem o empreendedorismo interno.
- Permitir que as pessoas tenham a liberdade de conduzir iniciativas pessoais e não só ignorar os fracassos daí decorrentes, mas incentivar o erro como processo de aprendizado não é fácil de implementar em nenhuma empresa.
- Há uma necessidade crescente de promover uma cultura interna de inovação como fonte de competitividade, evidenciando que as cabeças pensantes dos departamentos de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) não estão dando conta da demanda por novidades e melhorias nos produtos e serviços oferecidos ao mercado.

Para que você tenha realmente a ajuda das pessoas, é preciso que isso seja recíproco. O importante é usar novas maneiras de trabalhar com as pessoas adotando o compartilhamento de ideias e objetivos. Isto é empowerment.

SAIBA MAIS

“Empowerment” ou “Empoderamento”, é uma abordagem de projeto de trabalho que objetiva a delegação de poder de decisão, autonomia e participação dos funcionários na administração das empresas.

Fonte: ADMINISTRADORES. O uso do Empoderamento

Disponível em: <https://bit.ly/3PyqVBc>. Acesso em: 20 ago. 2021.



Dentre as várias características que permitem identificar um empreendedor podemos destacar a perseverança, o desejo e vontade de traçar o rumo da sua vida, a competitividade, a autoestima, o forte desejo de vencer, a autoconfiança e a flexibilidade. Para além destas características, que embora se possam considerar inatas podem e devem ser potenciadas pelo empreendedor, existe um conjunto de outras competências que um líder deve possuir e desenvolver continuamente: as competências emocionais, o autoconhecimento e a criatividade.

Recomenda-se ao empreendedor que se mantenha receptivo à inovação e criatividade de forma a conseguir identificar oportunidades, que seja realista na apreciação de novas ideias e que seja persistente na busca de seus objetivos.

Não existe uma direção correta a seguir, mas o empreendedor pode buscar a melhor direção partindo da oportunidade, com muita análise de negócio, tendo ousadia, assumindo riscos calculados, tendo muita competência e comprometimento, além de muita dedicação, muito estudo e pé no chão.

REFLITA

Veja se você é um Empreendedor:

1. Uma vez que decido fazer algo, farei mesmo e nada pode me deter?
2. Quando começo uma tarefa, estabeleço metas e objetivos claros para mim mesmo?
3. Depois de uma grande decepção em um projeto, sou capaz de juntar os pedaços e começar de novo?
4. Normalmente sou capaz de achar mais de uma solução para um problema?
5. Acredito que é importante organizar minhas tarefas antes de começá-las?
6. Constantemente fico pensando em novas ideias?
7. Encontro energia adicional quando assumo tarefas que gosto?
8. Normalmente trabalho longas horas para finalizar uma tarefa?
9. Quando faço um bom trabalho, fico satisfeito de saber que foi bem feito?
10. Quando penso no futuro, vejo-me gerenciando o meu próprio negócio?
11. Tento fazer um trabalho ainda melhor do que esperam de mim?
12. Sempre tento achar o lado benéfico de uma má situação?
13. Persisto quando os outros me dizem que não pode ser feito?
14. Empenho-me em usar erros do passado como processos de aprendizado?

Se você respondeu sim a pelo menos 10 destas perguntas, parabéns! Você pode se considerar um Empreendedor.

Fonte: SEBRAE. Qual é seu perfil de empreendedor? Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/25ec6775e880145b587e80ec191d499e/\\$File/9881.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/25ec6775e880145b587e80ec191d499e/$File/9881.pdf).

Acesso em: 20 ago. 2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Caro(a) acadêmico(a), vimos que a essência do empresário de sucesso é a busca de novos negócios e oportunidades, e que o empreendedorismo propicia isso a ele. Sabemos que a maior parte das pessoas tende a enxergar mais dificuldades do que possíveis oportunidades, onde o empreendedor é aquele otimista que busca o sucesso diante dessas dificuldades que se apresentam, pois sua visão é muito mais ampla e aberta para o mundo que os rodeia, onde as oportunidades se apresentam claramente, pois eles possuem o Espírito Empreendedor, que nos momentos de crise aflora como um radar, gerando muitas oportunidades. Pois, é o Espírito Empreendedor que faz toda diferença!

Nesta unidade que acabamos de estudar, mostramos a você que é sim, possível desenvolver um espírito empreendedor, que pode ser adquirido, planejando, estudado, por um processo, com autoconhecimento e criatividade, evidenciando as características do empreendedor, tudo é possível.

Por fim, estudamos sobre o Espírito Empreendedor e o empreendedorismo adquirido, e apresentamos a você o Processo Empreendedor e as principais características dos empreendedores. Abordamos também sobre a importância do Autoconhecimento e da Criatividade para o empreendedor, assim como o conhecimento dos principais tipos de Empreendedores, onde fizemos uma análise sobre o Intra Empreendedor ou Empreendedorismo Corporativo.

Na próxima unidade, iremos tratar sobre o plano de negócios, entre outras técnicas e ferramentas para empreender.

Portanto, seguimos em frente!

No aprimoramento do Empreendedorismo, com suas técnicas e ferramentas!



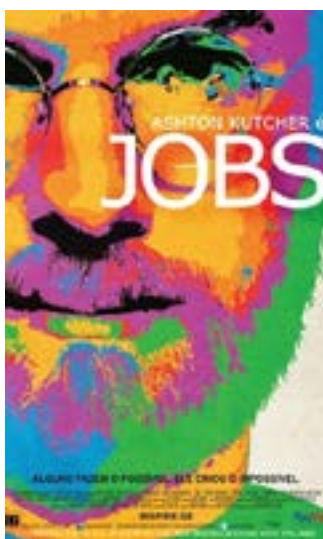
LIVRO

Título: Empreendedorismo. Transformando Ideias em Negócios

Autor: por José Carlos Assis Dornelas (Autor)

Editora: Elsevier.

Sinopse: O best-seller de empreendedorismo chega em sua quarta edição comemorando anos e mais de 150.000 exemplares vendidos. O empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização! Esta definição desenvolvida ainda na primeira edição do livro se tornou clássica. O empreendedorismo está hoje presente em mais grandes curriculares de cursos de ensino superior do que nunca. Além de administradores, seu público original, engenheiros, arquitetos, dentistas, médicos, fisioterapeutas, sociólogos, psicólogos e estudantes de todas as áreas são expostos à disciplina de empreendedorismo em diversas instituições no Brasil. Esta obra tem historicamente trazido conceitos teóricos, discussão acadêmica e reflexão na medida exata, colocando o leitor em condições de praticar a construção de seu negócio e análise das oportunidades de maneira crítica e prática. Um plano de negócios pode ser elaborado como produto final do estudo. O livro traz três novos estudos de caso de grande visibilidade que se somam a três já existentes na edição anterior e que foram atualizados. Especialmente para essa edição comemorativa dos anos foi desenvolvida uma série de vídeos com empreendedores cobrindo os mais variados tópicos do livro. Essas pílulas multimídia são um recurso inovador para motivar os alunos em sala e suportar uma grande gama de atividades complementares individuais e em grupo.



FILME/VÍDEO

Título: JOBS (O filme)

Ano: 2013.

Sinopse: A história da ascensão de Steve Jobs (Ashton Kutcher), de rejeitado no colégio até se tornar um dos mais reverenciados empresários do universo da tecnologia no século XX. A trama passa pela jornada de autodescobrimento da juventude, pelos demônios pessoais que obscureceram sua visão e, finalmente, pelos triunfos que transformaram sua vida adulta.

UNIDADE III

Plano de Negócios, Técnicas e Ferramentas para Empreender

Professor Esp. Heider Jeferson Gonçalves.



Plano de Estudo:

- Planejamento Estratégico e Análise Ambiental;
- Análise SWOT ou FOFA;
- Business Model Canvas (BMC);
- Técnicas para desenvolver a criatividade;
- O Plano de negócios.

Objetivos da Aprendizagem:

- Compreender o Planejamento Estratégico e Análise Ambiental;
- Estudar sobre a Análise SWOT ou FOFA e Business Model Canvas (BMC);
 - Apresentar técnicas para desenvolver a criatividade;
- Entender a importância e a estrutura do Plano de negócios.

INTRODUÇÃO

Caro(a) acadêmico(a), ser empreendedor é um grande desafio, encontram-se várias definições sobre empreendedorismo onde as características pessoais muitas vezes se sobressaem às características do negócio. Obviamente que para ser empreendedor a pessoa precisa ter um sonho e ter um plano que possa conduzir o sonho à realidade.

Uma gestão empresarial bem pensada foca-se em pontos-chave para atingir o sucesso e a pesquisa de campo é primordial para fundamentar qualquer ideia que possa surgir no universo do empreendedorismo. Quais serão os custos e investimentos da empresa? Quais são as tendências do mercado e os possíveis concorrentes? Existe demanda de consumo para o que se deseja propor? Quais as melhores técnicas e ferramentas para empreender? Enfim, esses são apenas alguns fatores que precisam ser organizados.

O empreendedorismo consiste muito mais na preparação do negócio e conhecimento do mercado, do que no simples fato de abrir o próprio negócio. É preciso agregar valor, planejar e desenvolver habilidades. Além de colocar tudo em prática, fator crucial para o tão sonhado sucesso.

Neste contexto, o diagnóstico do sistema ou setor do empreendimento, descrição de uma situação atual, hipóteses de evolução, elaboração de cenários (pessimista, normal e otimista), análise da competitividade da empresa, uso de técnicas quantitativas, pesquisa de mercado, qualidade do produto e análise de sustentabilidade ambiental e econômica são fatores que o empreendedor não pode deixar de utilizar em seu planejamento.

O sucesso do empreendimento estará ligado diretamente ao uso de metodologias que poderão identificar em que patamar de competição o empreendimento se colocará diante das exigências do mercado. A intenção empresarial modernamente chama-se estratégia. Por isso, antes de se definir um investimento, ou um projeto, deve-se ter bem claro quais são as estratégias.

Por isso, nesta unidade, iremos abordar sobre as principais estratégias, técnicas e ferramentas para empreender.

Vamos tratar sobre o Planejamento Estratégico, a Análise Ambiental e sua importância no contexto do empreendedorismo. Estudar sobre a Análise SWOT ou FOFA e também sobre o Business Model Canvas (BMC). Apresentar técnicas para desenvolver a criatividade, além de abordar as possíveis estruturas de um Plano de negócios e sua importância para o processo empreendedor.

Vamos juntos e avante, conhecer as ferramentas para empreender!



1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E ANÁLISE AMBIENTAL

Criar o futuro é estar bem preparado para enfrentar os desafios sejam pessoais ou profissionais. Por isso, temas como gestão, comportamento, planejamento dos negócios, decisões estratégicas, estudos de viabilidade, implementação de mecanismos de controle e acompanhamento, entre outros, devem estar presentes nas práticas do empreendedor.

Os parâmetros de um empreendimento podem ser definidos tecnicamente através de um planejamento. Planejar significa criar um esquema para fazer algo desejável. Detectar pontos fortes, pontos fracos e potencial do negócio significa analisar e conhecer os ambientes externo e interno. Improvisar ou agir ao acaso não é recomendável, pois pode demonstrar a falta de planejamento e de conhecimento dos ambientes de atuação.

Elaborar cenários, ou seja, criar visões parciais do futuro é uma boa técnica para limitar o conjunto de circunstâncias que podem vir a ocorrer. É preciso muito mais do que coragem para arriscar. A falta de planejamento antes de abrir o próprio negócio é uma das maiores falhas dos novatos que estão entrando no mercado e pode levar à falência.

Planejar consiste em tomar três tipos de decisões:

- Definir o objetivo – qual situação deverá ser alcançada,
- Definir um ou mais cursos de ação – caminhos para atingir o objetivo,
- Definir meios de execução – previsão dos recursos necessários para realizar o objetivo.

As decisões deste tipo que afetam o futuro da empresa no longo prazo são decisões de planejamento estratégico.

O planejamento estratégico irá definir qual a direção que a empresa e a forma de competir com outras empresas do mercado. É o processo de tomada de decisões.

Toda empresa tem que ter estratégia e planejamento estratégico. Quando um empreendedor decide iniciar um negócio, a partir de uma ideia de produto ou serviço, já está fazendo planejamento estratégico:

A escolha de um negócio é a base para o planejamento estratégico.

A empresa cresce, consequentemente as práticas de planejamento estratégico evoluem, sustentando assim seu desenvolvimento.

Processo de elaboração de um plano estratégico:

- a. Análise da missão e da situação estratégica atual; onde estamos?
- b. Análise externa: ameaças e oportunidades do mercado;
- c. Análise interna: pontos fortes e fracos da empresa;
- d. Definição da estratégia (visão): para onde devemos ir?

a) Análise da missão

O primeiro segredo para o sucesso de uma empresa é definir a verdadeira natureza do negócio. Porque um empreendimento só irá surgir se você tiver os objetivos do mesmo bem definidos, pois caso contrário você não terá uma empresa. Estamos falando do primeiro passo para elaboração do planejamento estratégico.

Mesmo as empresas que atuam em cima de “negócios de oportunidade”, são considerados negócios, pois se estão atingindo os objetivos do empreendimento. Porém, não são todas as empresas que conseguem se definir, porque não tomam um verdadeiro posicionamento no mercado. Ficam fazendo “experiências”. Alguns acertam, outros erram, e vão tentando a sorte. Mas nem sempre acertam e acabam fechando.

Para atingir um mercado, o primeiro passo é sabermos exatamente qual é a nossa especialidade. Como citamos anteriormente, isso servirá para o desenvolvimento do processo estratégico.

Exemplo de missão de empresa, dentro de sua filosofia essencial:

“Nossa missão é colocar no mercado produtos e serviços da melhor qualidade possível para satisfação das necessidades dos clientes”.

b) Análise externa

Quando um avião decola, independente de qual é o seu destino, o piloto tem em suas mãos um plano de voo. Neste documento, constam informações sobre a aeronave, o aeroporto de partida, o de destino, além da rota e das condições de voo. Conhecer estes dados permite ao comandante traçar uma linha de ação clara que ajudará a manter a segurança dos passageiros e da tripulação.

Em uma empresa, o conceito é semelhante. Um bom planejamento permite ao empreendedor guiar o seu negócio com mais segurança para alcançar bons resultados. Em um empreendimento, um planejamento tem a mesma função que o plano de voo em um avião. A leitura do cenário atual em que vive a economia, a política, o mercado que atua ou ira atuar é fundamental para a empresa que pretende trilhar um caminho mais estável. O plano não é uma garantia plena de sucesso. Como em um avião, no entanto, trabalhar com um planejamento claro reduz riscos.

c) Análise interna: pontos fortes e fracos das empresas

Nesta fase da análise devemos fazer uma revisão dos nossos pontos fracos e fortes, (sim é isso mesmo, primeiro os seus pontos, pois você é um empreendedor) e se a empresa já existe, os pontos da empresa. É a oportunidade de olharmos para dentro, fazendo assim uma análise sobre nossas virtudes e defeitos. Tudo é importante. Esse momento é como se nós olhássemos no espelho, relatando exatamente aquilo que está refletido nele. Após esta análise devemos sempre ter em mente a necessidade de sempre reler o que até aqui foi escrito e verificar o que devemos adaptar e mudar, para atingir as nossas expectativas e desejos.

d) Definição de estratégias: (Visão) para onde devemos ir?

As pessoas são diferentes, pensam e agem diferentemente das demais, sendo as organizações compostas por pessoas, elas também pensam e agem diferentes das demais, assim, cada qual busca uma direção diferente, ou tem uma visão diferente de futuro. Não há receita de como e onde obter uma boa administração, mas, com certeza, existem formas de ação que podem contribuir para encurtar o período de busca e torná-lo mais produtivo, na busca de seus objetivos.

Definir uma “visão” de futuro ou simplesmente uma direção para onde ir, faz toda a diferença no desenvolvimento e no sucesso de um empreendimento.

É fundamental que individualmente ou participando de grupos, disponha-se a buscar, com determinação, o maior número de informações sobre o negócio e suas perspectivas de mercado, para tomar decisões acertadas e traçar ações futuras.

SAIBA MAIS

Lembre-se: “Informação é a base do conhecimento”.

No Brasil 32% dos novos empresários decidiram abrir seu próprio negócio porque estavam desempregados ou insatisfeitos no emprego. Esse é um dado que não tem muito a ver com o espírito empreendedor. Entre os empresários paulistas, 45% não procuram identificar seus clientes antes de abrir a empresa. (O motivo, entre os empresários que faliram: 16% achavam desnecessário, 14% alegaram falta de experiência, 12% resolve-ram correr o risco e 8% nem sequer tinha pensado nesse assunto, isso sim é o que se pode chamar de aventura.)

Fonte: ADMINISTRAÇÃO no Blog. Administração e Espírito Empreendedor.

Disponível em: <https://bit.ly/3sLb8Fj>. Acesso em: 20 ago. 2021.7



REFLITA

Se eu for viajar, preciso sentir-me seguro?

Não se importe em correr riscos, ele faz parte do seu cotidiano, pois o planejamento adequado, irá diminuir estes riscos. Simplesmente imagine sua viagem, verifique quais os possíveis riscos ou “contratempos” que você poderá ter com o seu veículo da sua casa até o seu destino:

Verifique sempre:

- os pneus;
- seus documentos;
- o combustível, água e óleo do motor;
- tenha sempre um mapa do local onde você irá;
- lista de telefones úteis;
- roupas que irá utilizar.

Viu como é simples o tal Planejamento?

Fonte: O Autor (2021).



2. ANÁLISE SWOT OU FOFA

A Análise SWOT, também conhecida e amplamente aplicada no Brasil, pelo nome Análise FOFA, siglas que em português significam: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, que derivam do idioma inglês, que por sua vez significam: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats.

A Análise SWOT, – ou Matriz SWOT – foi desenvolvida na década de 60 por Albert Humphrey, que na Universidade de Stanford, liderou um projeto de pesquisa onde analisou e cruzou sistematicamente os dados das 500 maiores corporações relatadas pela revista Fortune da época, utilizando um método que, rapidamente, se transformou em um exercício utilizado por todas as principais empresas do mundo na formulação de suas estratégias.

A Análise SWOT é um sistema simples de análise que visa posicionar ou verificar a posição estratégica de uma determinada empresa em seu ramo de atuação, e devido sua simplicidade metodológica pode ser utilizada para fazer qualquer tipo de análise de cenário ou ambiente, desde a criação de um site à gestão de uma multinacional.

Podemos dizer então que o conceito da Análise SWOT está em sua ampla utilização como método de gestão para o estudo dos ambientes interno e externo da empresa através da identificação e análise dos pontos fortes e fracos da organização, e das oportunidades e ameaças às quais ela está exposta. Faz parte do conceito de Análise SWOT também a identificação assertiva dos fatores que influenciam no funcionamento da organização fornecendo informações bastante úteis no processo de seu planejamento estratégico.

Pode-se dividir a análise SWOT em duas partes: ambiente interno, onde serão identificados os pontos fortes e os fracos, e a análise do ambiente externo, onde estão as ameaças e as oportunidades.

O ambiente interno da empresa é formado pelo conjunto de recursos humanos, financeiros, físicos, entre outros, sobre os quais é possível exercer maior controle, pois são resultado de estratégias definidas pela direção. Nesse ambiente é possível identificar os pontos fortes, correspondentes aos recursos e capacidades que juntos se transformam em uma vantagem competitiva para a empresa em relação aos seus concorrentes, e os pontos fracos que são as deficiências que a empresa apresenta em comparação com seus concorrentes atuais ou em potencial.

Já o ambiente externo é composto por fatores que existem fora dos limites da organização e, que de alguma forma, exercem influência sobre ela. Este é um ambiente sobre o qual não existe controle, porém deve ser monitorado continuamente, pois é base para o planejamento estratégico.

A análise do ambiente externo é comumente dividida em fatores macro ambientais (questões políticas, demográficas, tecnológicas, econômicas etc.) e fatores micro ambientais (fornecedores, parceiros, consumidores e etc) que devem ser constantemente acompanhados, antes e após a definição das estratégias da empresa.

Desta forma, por meio deste acompanhamento será possível identificar em tempo hábil as oportunidades e as ameaças que se apresentam.

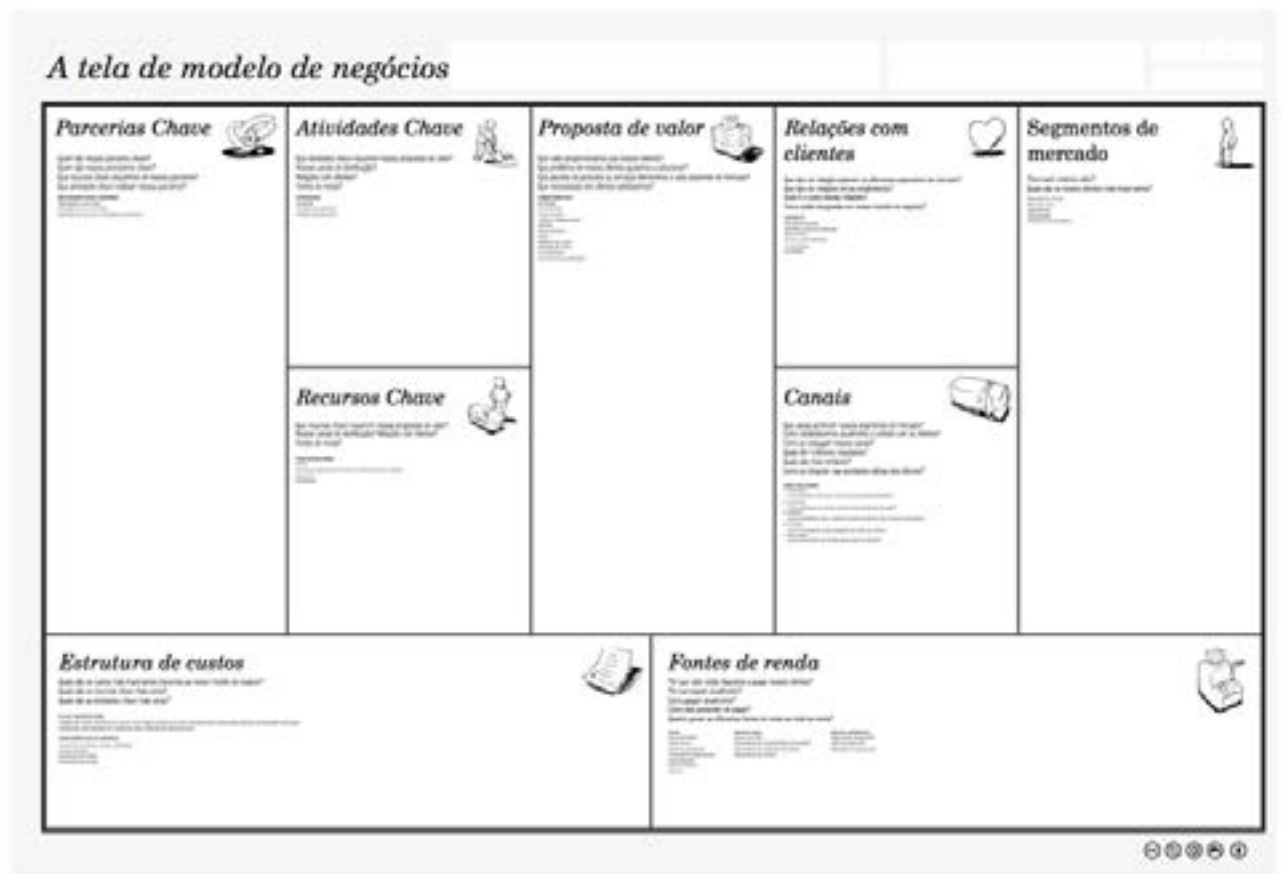
Finalmente, se considerarmos que os fatores externos influenciam de forma homogênea todas as empresas que atuam em um mesmo mercado, podemos afirmar que somente aquelas que conseguirem melhor identificar as mudanças e tiverem agilidade para se adaptar é que conseguirão tirar melhor proveito das oportunidades sofrendo uma menor quantidade de danos e ameaças.

FIGURA 1 - ANÁLISE SWOT OU FOFA

	Ajuda	Atrapalha
Interna (Organização)	Capacidade para investir na capacitação da equipe Orientação da organização para inovação S Forças	Equipe não conhece a nova tecnologia e ser utilizada no projeto, podendo ter uma curva de aprendizagem longa. W Fraquezas
Externa (Ambiente)	Ganhar cooperação de outras empresas que estão investindo na nova tecnologia também O Oportunidades	Pouco benchmarking, de forma que dificulta análise dos riscos relacionados e ausência de profissionais no mercado com esta T Ameaças

Fonte: PMKD. A Análise SWOT no Gerenciamento de Riscos. Disponível em: <http://pmkb.com.br/artigo/a-analise-swot-no-gerenciamento-de-riscos/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

FIGURA 2 - BUSINESS MODEL CANVAS



Fonte: O Business Model Canvas. Disponível em: <https://abstartups.com.br/quer-aplicar-o-business-model-canvas-veja-alguns-exemplos/>. Acesso em: 20 ago. 2018.

Os 9 blocos são acompanhados por uma série de perguntas que ajudam a definir o conteúdo. São os seguintes:

1. Segmentos de mercado: Para quem criamos valor? Quem são os nossos clientes mais importantes?

2. Proposta de valor: Que valor proporcionamos aos nossos clientes? Que problemas dos nossos clientes ajudamos a solucionar? Que necessidades dos nossos clientes satisfazemos? Que pacote de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?

3. Canais de comercialização: Através de quais canais nosso segmento de clientes quer ser alcançado? Como estamos alcançando eles no momento? Como estão integrados nossos canais? Quais funcionam melhor? Quais são mais eficientes em custo? Como estamos integrando-os com os hábitos de nossos clientes?

4. Relação com os clientes: Que tipo de relação esperam os diferentes segmentos de mercado? Que tipo de relação temos estabelecido? Qual é o custo delas? Como elas se integram em nosso modelo de negócio?

5. Fontes de renda: Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes (por segmentos)? Por que pagam atualmente? Como eles pagam atualmente? Como eles gostariam de pagar? Quanto reportam as diferentes fontes de renda ao total da renda?

6. Recursos chave: Que recursos chave requerem nossas propostas de valor, canais de distribuição, relações com clientes e fontes de renda?

7. Atividades chave: Que atividades chave requerem nossas propostas de valor, canais de distribuição, relações com clientes e fontes de renda?

8. Parcerias chave: Quem são nossos parceiros chave? Quem são nossos fornecedores chave? Que recursos chave adquirimos dos nossos parceiros? Que atividades chave realizam nossos parceiros?

9. Estrutura de custos: Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso negócio? Quais são os recursos chave mais caros? Quais são as atividades chave mais caras?

O CANVAS é um meio criativo e prático para o empreendedor definir seu modelo de negócios, sem perder muito tempo.

Lembremos que: Estamos sempre buscando uma qualidade de vida melhor. A decisão de tocar seu próprio negócio deve ser clara. De início, é a sua decisão principal e é importante ter criatividade, organização e muita informação sobre as possibilidades existentes. Criatividade é essencial.



4. TÉCNICAS PARA DESENVOLVER A CRIATIVIDADE (BRAINSTORM)

1. Brainstorm: a técnica da “tempestade de ideias” é um processo que permite gerar um conjunto de idéias, associações e conceitos livres e aleatórios que vistos de fora poderão parecer sem nexo. Contudo, e por se tratar de uma técnica onde as ideias fluem sem qualquer censura, permite bons resultados em termos de criatividade. A velocidade do processo permite ultrapassar o circuito lógico do hemisfério esquerdo do nosso cérebro, permitindo o surgimento de ideias imaginativas vindas do hemisfério direito, o lado criativo. Deste processo nascem muitas vezes soluções para problemas ou produto/serviço especialmente inovador.

2. Potenciar o surgimento de ideias: esta estratégia consiste em reunir o máximo de informação possível sobre determinado problema (através da leitura, de conversas com outras pessoas entendidas nesse assunto, etc.).

Depois deverá pensar sobre esse tema durante o tempo necessário ao surgimento de uma ideia. A solução encontrada é razoável? Em caso afirmativo, experimente-a. Caso contrário continue a pensar. Se resultar ótimo, senão, recomece o processo até que surja uma ideia. O importante é aprender a não colocar obstáculos à sua mente.

3. Estimular o lado criativo do cérebro: existem técnicas que permitem “desligar” o lado lógico do cérebro permitindo o livre trabalho do nosso lado criativo. Uma dessas formas é escrever ou desenhar algo com a mão não-dominante, deixando o instinto conduzir os músculos. O que d’ aqui resulta é um produto do seu lado criativo.

Outra possibilidade é fechar os olhos e desenhar o que visualiza na sua mente. Poderá ainda escrever os seus pensamentos diariamente, à medida que vão surgindo. As ideias devem fluir livremente procurando não fazer qualquer juízo de valor. Quanto mais praticar esta técnica mais facilidade terá em deixar fluir as suas ideias, pensar de forma abstrata e em tomar decisões. A sua mente está progressivamente mais aberta a novas ideias e menos preconceituosa.

4. Relaxe e medite: o pensamento lógico gera ondas beta no cérebro enquanto que a meditação e o relaxamento produzem ondas alfa que têm muitos efeitos positivos entre os quais se inclui o pensamento criativo. Existem técnicas de respiração que ajudam a liberar a mente e a mudar a atividade cerebral de ondas beta para alfa. Ouvir melodias simples e suaves também ajuda a mudar a frequência das ondas cerebrais.

5. Faça qualquer coisa fora de contexto: ser criativo é estar aberto a novos pensamentos e experiências. Tente quebrar algumas rotinas fazendo algo que nunca fez, algo simples como alterar a rota para o emprego ou sentar-se num diferente lugar à mesa. Ficará surpreendido com o efeito criativo que as pequenas mudanças conseguem provocar.

Uma experiência interessante pode ser pedir a ajuda de uma criança ou de uma familiar mais velho na resolução de um problema particularmente difícil. A criança sem o constrangimento do conhecimento e a pessoa mais velha com a sabedoria da experiência poderão trazer algo de novo ao problema e novas perspectivas que se poderão revelar bastante úteis e inspiradoras.



5. O PLANO DE NEGÓCIOS

Plano de negócios (do inglês Business Plan), também chamado “plano empresarial”, é um documento que especifica, em linguagem escrita, um negócio que se quer iniciar ou que já está iniciado.

Geralmente é escrito por empreendedores, quando há intenção de se iniciar um negócio, mas também pode ser utilizado como ferramenta de marketing interno e gestão. Pode ser uma representação do modelo de negócios a ser seguido. Reúne informações tabulares e escritas de como o negócio é ou deverá ser.

De acordo com o pensamento moderno, o plano de negócio é um documento vivo, no sentido de que deve ser constantemente atualizado para que seja útil na consecução dos objetivos dos empreendedores e de seus sócios.

O plano de negócios também é utilizado para comunicar o conteúdo aos investidores de risco, que podem decidir aplicar recursos no empreendimento.

Segundo o Sebrae, um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas.

O plano de negócio pode ser definido ainda como um resumo escrito da maneira como o empreendedor pretende atingir suas metas e administrar os recursos necessários para que obtenha o sucesso desejado, transformando-o num plano de sucesso (FERREIRA, 2003).

Na visão de Chiavenato (2004), o plano de negócios é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define as suas principais características para proporcionar uma análise da sua viabilidade bem como de seus riscos. Um pequeno check list para não permitir que nada seja esquecido.

Chiavenato (2004) ainda complementa que: o plano de negócios permite melhorar as condições de planejamento, organização, direção, avaliação e controle do negócio. Vale lembrar que o plano de negócios não é estático e, para maximizar os benefícios de sua utilização, é importante realizar revisões contínuas e atualizá-lo de acordo com as mudanças ocorridas tanto no ambiente externo quanto no ambiente interno.

Para Dornelas (2008), a necessidade de criação de um plano de negócios advém da necessidade do empreendedor de planejar suas ações e delinear as estratégias da empresa a ser criada. Porém, é utilizado também como instrumento de captação de recursos financeiros junto às entidades responsáveis.

Ainda Dornelas (2008, p. 128) expõe os seis principais motivos de se preparar um plano de negócios:

1. Entender e estabelecer diretrizes para seu negócio.
2. Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas.
3. Monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário.
4. Conseguir financiamento e recursos junto a bancos, governos, Sebrae, investidores, capitalistas de risco etc.
5. Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a Empresa.
6. Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações etc.).

Chiavenato (2006, p. 123) explica quais são os passos para o desenvolvimento de um plano de negócios:

1. Fazer a análise completa do setor em que a nova empresa irá funcionar, levando em conta o perfil do cliente, as características do mercado, as características da concorrência e o cenário econômico, social e tecnológico no qual a empresa está inserida.
2. Fazer um levantamento completo sobre as características do novo empreendimento, analisando as características do produto/serviço a ser ofertado, o preço e as condições de venda, a formatação jurídica do empreendimento e a estrutura organizacional.
3. Elaboração do plano estratégico para o novo empreendimento colocando em perspectiva a definição da missão, visão e dos valores da empresa, a definição do negócio, a determinação dos objetivos estratégicos de longo prazo e o estabelecimento da estratégia do negócio.
4. Elaboração de um plano operacional para o novo empreendimento colocando em perspectiva a previsão de demanda, o planejamento da produção, a previsão de despesas gerais e fluxo de caixa e o balancete simulado.
5. Criação de um resumo executivo, condensando o resumo de todas as informações acima relatadas.
6. Revisão cuidadosa de todo o conjunto para obter consonância, analisando sua viabilidade e confiabilidade.

Podemos afirmar que são vários os benefícios e as necessidades de elaboração de um plano de negócios frente à difícil tarefa de empreender.

O empreendedor que se cerca de dados consistentes e fundamentados sobre o seu negócio e o mercado em que ele está inserido está mais apto para conhecer e diminuir os riscos inerentes às novas empresas e aproveitar melhor as oportunidades que se apresentam.

Com um plano de negócios é possível identificar os possíveis riscos, e tentar minimizá-los ou mesmo evitá-los. Nele você encontrará seus pontos fortes, conhecerá seu mercado, e terá uma plena ideia em relação ao desempenho financeiro da empresa.

Lembremos que um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.

Lembremos ainda que, a preparação de um plano de negócio não é uma tarefa fácil, pois exige persistência, comprometimento, pesquisa, trabalho duro e muita criatividade.

REFLITA

Conhecer a fundo o mercado que deseja atuar é essencial na elaboração de um plano de negócio. Pesquise sobre o perfil de consumidor que seu produto ou serviço atenderá e também sobre os concorrentes. Além disso, o empreendedor deve se atentar para a parte financeira do documento. Quais são os gastos necessários para que a empresa funcione? Volume de investimento inicial, a taxa de rentabilidade, o ponto de equilíbrio e a necessidade de capital de giro são dados indispensáveis.

Fonte: O Autor (2021).

Existem alguns tipos de estrutura de plano de negócios, variando conforme o autor, o tipo de empresa e objetivo a que ele se destina. Segue alguns tipos diferentes de estrutura de plano de negócios.

Chiavenato (2006) apresenta a seguinte estrutura:

1. Sumário executivo;
2. Descrição da empresa;
3. Definição do Negócio;

4. Plano de marketing;
5. Aspectos de Recursos Humanos;
6. Aspectos Operacionais;
7. Aspectos Econômico-Financeiros.

Dornelas (2008) sugere a seguinte estrutura de plano de negócios para pequenas empresas prestadoras de serviço:

- 1. Capa;
- 2. Sumário;
- 3. Sumário Executivo;
- 4. O Negócio;
- 4.1 Descrição do Negócio;
- 4.2 Descrição dos Serviços;
- 4.3 Mercado;
- 4.4 Localização;
- 4.5 Competidores (concorrência);
- 4.6 Equipe Gerencial;
- 4.7 Estrutura Funcional;
- 5. Dados Financeiros;
- 5.1 Fontes de Recursos Financeiros;
- 5.2 Investimentos Necessários;
- 5.3 Balanço Patrimonial (projeto para três anos);
- 5.4 Análise do Ponto de Equilíbrio;
- 5.5 Demonstrativo de Resultados (projetado para três anos);
- 5.6 Projeção de Fluxo de Caixa (horizonte de três anos);
- 5.7 Análise de Rentabilidade;
- 6. Anexos.

SAIBA MAIS

Hoje existem várias maneiras de montar um plano de negócio com a ajuda de ferramentas gratuitas. A Endeavor tem um e-book que mostra quais são os pontos fundamentais que não devem ficar de fora do documento.

Outro exemplo é o software Plano de Negócios do Sebrae. Indicado tanto para pessoas que têm uma ideia de negócio, mas não sabem se ela é viável, quanto para empresários que desejam expandir os negócios. O download é gratuito e pode ser feito no site da instituição.



Fonte: INSPER. 5 dicas para montar seu primeiro plano de negócio.

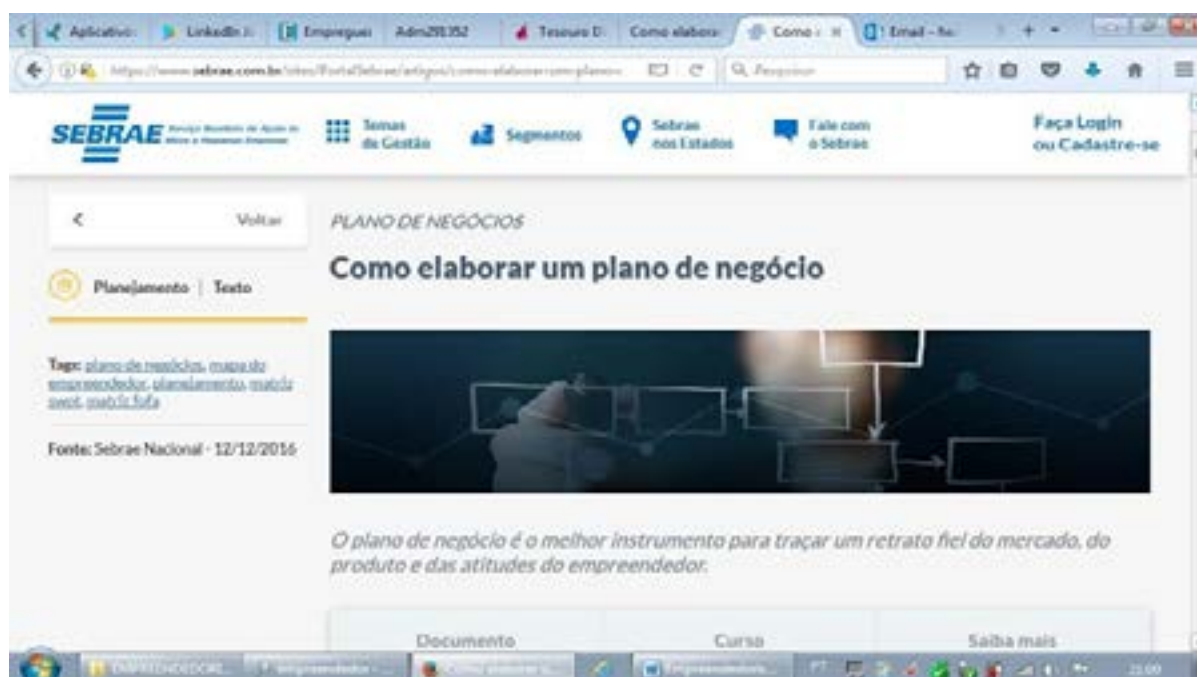
Disponível em: <https://bit.ly/3NrCJmR>. Acesso em: 20 ago. 2021.



Evidentemente, a montagem de um bom Plano de Negócios não garante o sucesso do empreendimento, mas, sem dúvida, representa um importante passo nessa direção.

Atualmente, com os avanços tecnológicos já é possível encontrar livros e sites com exemplos e modelos de planos de negócios disponíveis na internet. Por exemplo, se a sua ideia de negócio é abrir um restaurante, é possível encontrar na internet planos de negócios específicos de restaurantes. O SEBRAE oferece todo o apoio e vasto conhecimento sobre o Plano de Negócios.

FIGURA 3 - COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS - SEBRAE



Fonte: PORTAL SEBRAE. Como elaborar um Plano de Negócios. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 20 de Agosto/2021.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Caro(a) acadêmico(a), chegamos ao final de mais uma unidade, e nessa unidade vimos que ser empreendedor é um grande desafio, mas que com as técnicas e ferramentas certas, se torna algo desafiador mas muito satisfatório e prazeroso quando o sucesso é alcançado.

Vimos que existem muitas técnicas e ferramentas para empreender, e que esses são apenas alguns fatores que precisam ser organizados, onde o empreendedorismo consiste muito mais na preparação do negócio e conhecimento do mercado, do que no simples fato de abrir o próprio negócio, pois é preciso agregar valor, planejar e desenvolver habilidades, e se utilizar das técnicas e ferramentas disponíveis para colocar tudo em prática, em busca do tão sonhado sucesso.

Portanto, o diagnóstico do setor do empreendimento, estudo de mercado, descrição da situação atual, a elaboração de cenários (pessimista, normal e otimista), uso de técnicas quantitativas e qualitativas, análise ambiental e econômica são alguns fatores que o empreendedor não pode deixar de lado em seu planejamento, pois o sucesso do empreendimento está ligado diretamente ao uso de metodologias e ferramentas que poderão identificar a direção que o empreendedor deve tomar. A estratégia é a chave.

Nesta unidade, abordamos sobre as principais estratégias, técnicas e ferramentas para empreender. Tratamos sobre o Planejamento Estratégico, a Análise Ambiental e sua importância no contexto do empreendedorismo. Estudamos a Análise SWOT ou FOFA e também sobre o Business Model Canvas (BMC). Vimos técnicas para desenvolver a criatividade, além de abordar as possíveis estruturas de um Plano de negócios e sua importância para o processo empreendedor.

Na próxima e última unidade de nossos estudos, iremos tratar sobre as STARTUPS e suas relações com o empreendedorismo e a inovação.

Reta final. Vamos em frente conhecer sobre as STARTUPS!

Para saber mais detalhes sobre a melhor maneira de criar o plano de negócios ideal para o seu negócio, assista o vídeo do SEBRAE: <https://www.youtube.com/watch?v=V3u2Tu6t1UU>.

O SEBRAE oferece todo o apoio e vasto conhecimento sobre o Plano de Negócios.

Visite o site e veja como elaborar um plano de negócios passo-a-passo: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>.

Fonte: SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=V3u2Tu6t1UU>. Acesso em: 20 set. 2021.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-e-laborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.



LIVRO

Título: Empreendedorismo, Transformando Ideias em Negócios

Autor: José Dornelas.

Editora: Empreende.

Sinopse: Escrita por um especialista brasileiro, esta já consagrada obra é tanto um livro-texto para os cursos de empreendedorismo e plano de negócios quanto um guia para os interessados em criar um novo negócio. Nela, o processo empreendedor é analisado em função das peculiaridades do fenômeno do tema no Brasil. Da concepção e elaboração do plano de negócios até a criação efetiva da empresa, todos os aspectos-chave são apresentados de forma didática e objetiva, buscando capacitar o leitor a partir dos conceitos indispensáveis do mundo dos negócios e estudos de caso reais de empreendedores brasileiros, inclusive tópicos como: o perfil do empreendedor de sucesso, a análise de oportunidades e a elaboração de um plano de negócios. Todos esses aspectos tornam o livro um guia indispensável para ser utilizado mesmo depois da criação da empresa. Além disso, aspectos legais para se criar novas empresas e as formas de financiamento de um novo negócio existentes no país também são abordados, com especial destaque sobre como obter capital de risco e acesso a recursos de agências do governo.

Nesta 8ª edição de Empreendedorismo – Transformando ideias em negócios, foram desenvolvidos novos estudos de caso e recursos complementares foram disponibilizados no site do autor (www.josedornelas.com.br). Finalmente, algumas recomendações são feitas ao empreendedor para que atente aos conflitos, tomadas de decisão e perigos que encontrará durante a jornada empreendedora.



FILME/VÍDEO

Título: A Rede Social

Ano: 2010.

Sinopse: Em uma noite de outono em 2003, Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg), analista de sistemas graduado em Harvard, se senta em seu computador e começa a trabalhar em uma nova ideia. Apenas seis anos e 500 milhões de amigos mais tarde, Zuckerberg se torna o mais jovem bilionário da história com o sucesso da rede social Facebook. O sucesso, no entanto, o leva a complicações em sua vida social e profissional.

UNIDADE IV

Empreendedorismo e Inovação no Mundo das Startups

Professor Esp. Heider Jeferson Gonçalves



Plano de Estudo:

- Empreendedorismo e Inovação;
- Design Thinking;
- STARTUP;
- Startup no Brasil.

Objetivos da Aprendizagem:

- Estudar sobre o empreendedorismo e a inovação;
 - Conhecer sobre Design Thinking;
- Abordar sobre as STARTUPS e Startup no Brasil.

INTRODUÇÃO

Caro(a) acadêmico(a), vivemos num cenário no qual, grande parte das pessoas das novas gerações afirmam que pretendem empreender num futuro muito próximo, é difícil não conhecer alguém que tenha uma ideia de negócio ou que pelo menos tenha um desejo de resolver algo de forma inovadora. O desejo de empreender é motivado principalmente pela autonomia para tomar decisões, flexibilidade de horário e criação com sentimento de pertencimento ao negócio e desejo de realização e reconhecimento.

Lembremos que, a partir de agora, os profissionais que desejam se diferenciar e atrair clientes, precisam adotar uma cultura de empreendedorismo e inovação nos negócios. Adotar esse comportamento, porém, não é algo natural: para inovar nos negócios é necessário buscar capacitações, desenvolver a criatividade e aperfeiçoar diferentes habilidades, muitas vezes alguns gestores e empresários administram uma atividade sem inserir nenhum tipo de inovação no negócio, fazendo apenas mais do mesmo. Em momentos de crise a necessidade de inovar e buscar novas soluções para a empresa se torna ainda mais evidente.

Por isso, nesta última unidade da nossa disciplina, iremos abordar sobre empreendedorismo e inovação no mundo das startups. Vamos estudar sobre o empreendedorismo e a inovação, conhecer sobre a ferramenta Design Thinking e abordar sobre as STARTUPS, seu conceito, criação e ocorrência no Brasil.

Pois então, vamos juntos na reta final de nossos estudos conhecer o mundo das Startups, da inovação e do empreendedorismo!



1. EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Algumas empresas “nascem” com serviços e produtos inovadores, oferecem novas experiências aos clientes e despontam no mercado. A maioria dos profissionais que lideram esses empreendimentos, investem em pesquisas de mercado, buscam oficinas, leituras e ainda estabelecem contato com profissionais do segmento que pretendem atuar – estas são algumas formas de despertar o comportamento empreendedor e descobrir novas oportunidades para um negócio.

Profissionais que atuam por anos no mercado, muitas vezes acabam se acomodando ou ignorando as mudanças lançadas por novos negócios – o que pode representar um grande erro, com a perda de clientes e recursos para a empresa. Um exemplo claro, é o não uso das redes sociais ou páginas na internet para a divulgação de serviços e relacionamento com clientes. Esse tipo de tecnologia pode ser uma excelente forma de inovar nos negócios e aumentar as vendas da empresa.

No entanto, para adotar novas ferramentas e diferentes tipos de inovação, o empresário deve ter um olhar empreendedor, capaz de identificar oportunidades e desenvolver boas ideias.

Empreendedorismo e inovação são como dois lados de uma mesma moeda, que se estiver parada não tem valor algum. Para empreender é preciso ter espaço para criar, colocar ideias em prática e de fato inovar. Nenhuma empresa que fique “engessada no tempo” poderá se sustentar a longo prazo e continuar crescendo no mercado.

Lembremos que a palavra empreendedorismo se refere a um comportamento de liderança, iniciativa e descobertas. Essas habilidades são fundamentais não apenas para os gestores, empresários ou donos de um negócio: funcionários com perfil empreendedor podem aperfeiçoar serviços e desenvolver soluções para problemas ou novas formas de executar alguma atividade. Não por acaso, a busca por trabalhadores-empREENhedores têm crescido tanto no mercado.

Já a Inovação se refere a criar algo que tenha utilidade, o que pode representar tanto a elaboração de um modelo de negócio e serviços, como também o desenvolvimento de novos produtos e soluções diferenciadas para problemas recorrentes do público-alvo ou da empresa.

A palavra inovação deriva dos termos latinos in e novare e significa fazer algo novo ou renovar.

Segundo Drucker inovação é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza e “[...] qualquer mudança no potencial produtor-de riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação...” (DRUCKER, 1987, p. 40). E “A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica ou social.” (DRUCKER, 1987, p. 45).

Já segundo o Manual de Oslo, Inovação é a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado, no que se refere às suas características ou usos previstos, ou ainda, à implementação de métodos ou processos de produção, distribuição, marketing ou organizacionais novos ou significativamente melhorados.



2. DESIGN THINKING

Em se tratando de processos inovadores, alguns processos como o “Design Thinking” podem auxiliar os empreendedores a reconhecer problemas e desenvolver soluções criativas para a empresa. Outro caminho é avaliar a situação do negócio e observar quais são as principais dificuldades enfrentadas pela equipe: concorrência? engajamento? divulgação da marca? qualidade dos serviços? Com soluções de empreendedorismo e inovação tais situações podem ser transformadas em oportunidades para o crescimento e sucesso da empresa.

Com os avanços tecnológicos registrados nos últimos anos, algumas tendências se inserem no cenário mundial de inovação, tal como o uso e criação de softwares em nuvem para o gerenciamento de equipes e atendimento ao público. Também com a criação de novos espaços de trabalho em grupo que incentivam a criatividade e contato com outros profissionais, como os coworkings; ou ainda, com a produção de soluções para o desenvolvimento de cidades inteligentes, e principalmente as startups.

O Design Thinking é notado como uma metodologia de inovação desenvolvida pela D. School, um Instituto da Universidade de Stanford, no Vale do Silício na Califórnia. É uma abordagem, uma forma de pensar, e encarar problemas, focada na empatia, colaboração e experimentação (SIMON, 1969).

Segundo Brown (2011), Design Thinking, não é um termo recente, entretanto trata-se de uma forma abstrata do modelo que é utilizado pelos designers para consolidação

das ideias, seus conceitos podem ser interpretados e utilizados por qualquer indivíduos interessado e aplicados em uma gama de cenários de negócios.

De acordo com Melo e Abelheira (2015), o termo Design Thinking pode ser definido como:

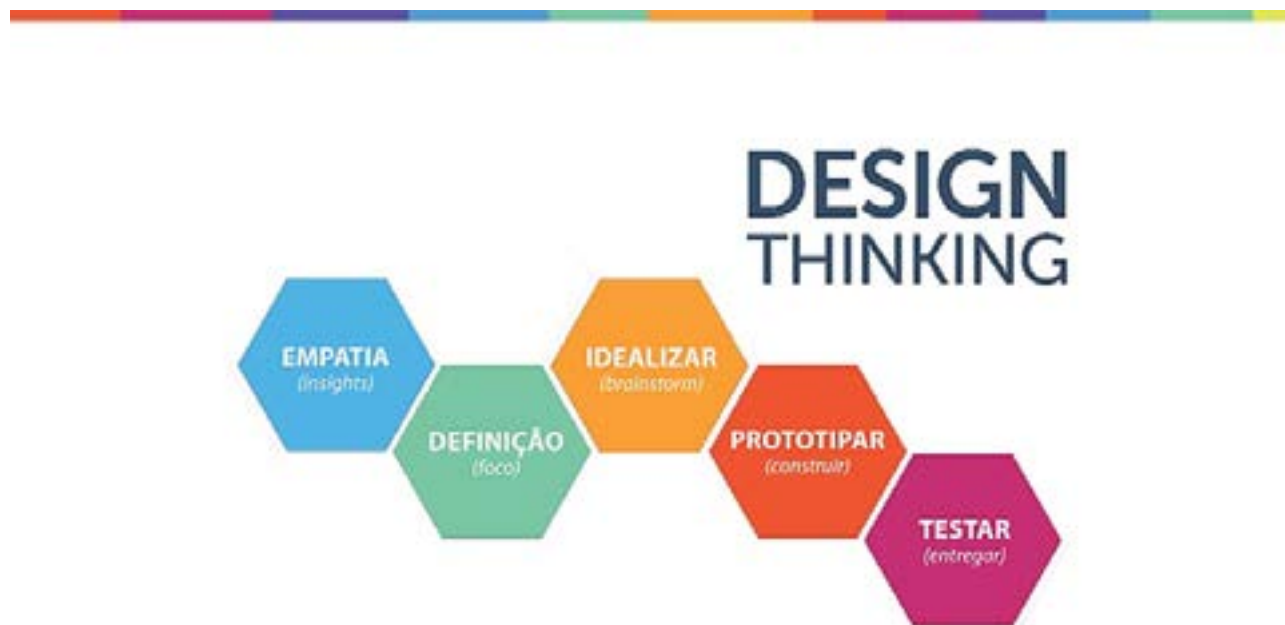
[...] uma metodologia que aplica ferramentas do design para solucionar problemas complexos. Propõe o equilíbrio entre raciocínio associativo, que alavanca a inovação, e o pensamento analítico, que reduz os riscos. Posiciona as pessoas no centro do processo, do início ao fim, compreendendo a fundo suas necessidades. Requer uma liderança ímpar, com habilidade para criar soluções a partir da troca de ideias entre perfis totalmente distintos. (MELO e ABELHEIRA, 2015, p. 15).

Entretanto, entende-se também por Design Thinking, um método que tem comportamento criativo e prático quando utilizado para resolução de gargalos ligados a concepção de projetos, que tem sido investida por diversas organizações. Tudo com o objetivo de buscar implementar inovação nos negócios e/ou processos, por meio dos produtos e serviços (GRANDO, 2011).

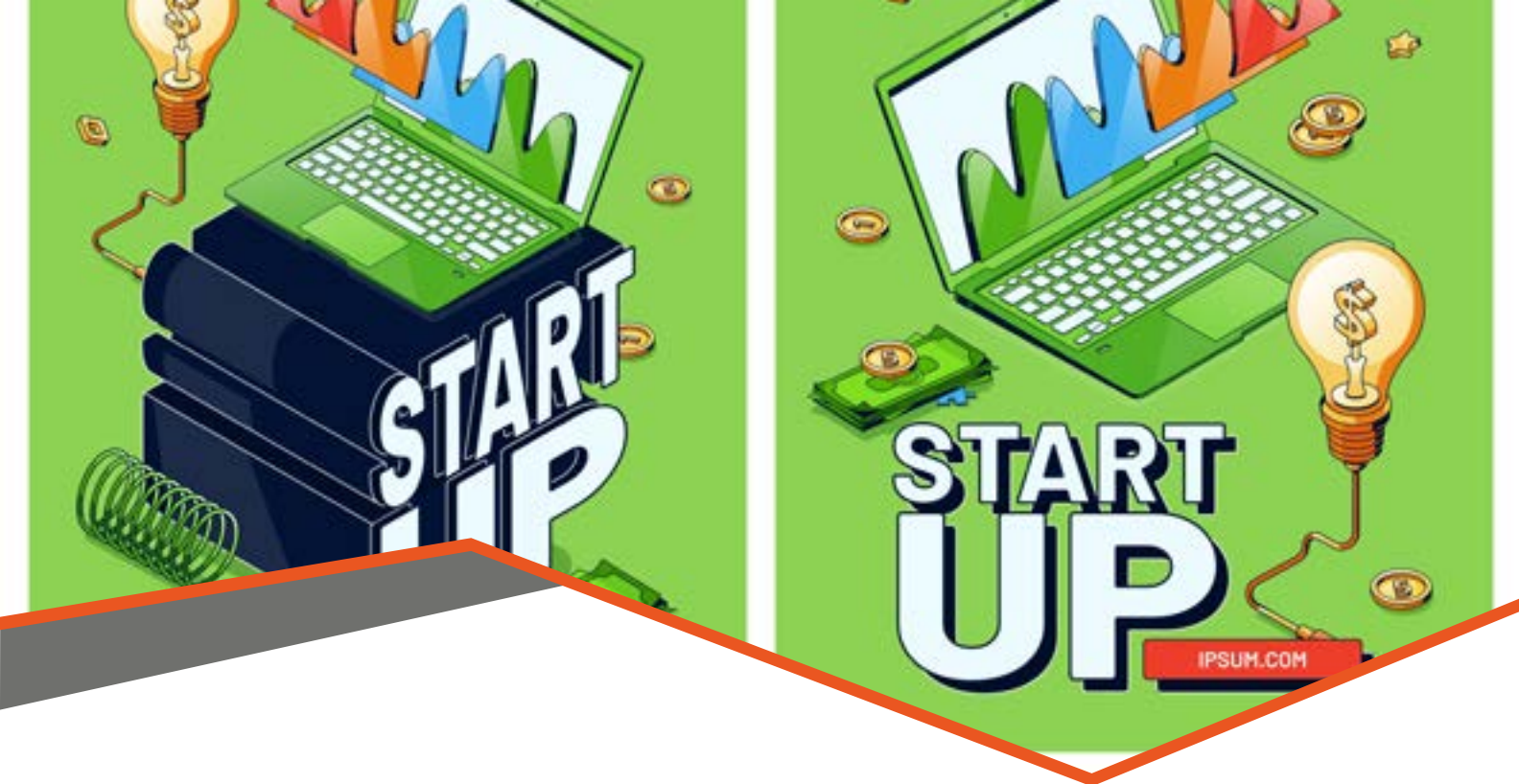
Na ótica de Brown (2010), a missão do Design Thinking é traduzir observações em insights, e estes em produtos e serviços para melhorar a vida das pessoas.

Ainda segundo Brown (2010, p. 06), nos últimos anos, o Design Thinking tem se tornado uma tendência em diferentes áreas para solucionar problemas complexos, desde obesidade pediátrica (medicina) à prevenção de crimes (segurança pública) e mudanças climáticas (meteorologia). Para o autor a abordagem do Design Thinking vem estimulando um crescimento de mercado em diversos setores por meio do desenvolvimento de produtos e de novas tecnologias, que vão além do design tradicional.

FIGURA 4 - COMO USAR DESIGN THINKING NA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS EM ADMINISTRAÇÃO?



Fonte: Como usar Design Thinking na resolução de problemas em Administração? Disponível em: <http://hs.toledoprudente.edu.br/blog/como-usar-design-thinking-na-resolucao-de-problemas-em-administracao>. Acesso em: 20 ago. 2021.



3. STARTUP

3.1 Mas afinal, o que é uma Startup?

De uma forma muito simplória, podemos dizer que uma startup é uma empresa diferente de uma empresa tradicional porque ela utiliza, geralmente, tecnologia e modelos de negócio diferenciados, que fazem com que ela cresça numa velocidade muito acima de uma velocidade normal de mercado, pois, enquanto uma empresa tradicional cresce de 10% a 20% ao ano, uma startup tem um crescimento de mais de 200% ao ano. Isso porque ela usa modelos inovadores para vender e comercializar seus produtos. É uma empresa que tem o modelo de negócio repetível e escalável, com alto poder de crescimento.

Segundo o SEBRAE, uma Startup surge por um grupo de pessoas iniciando uma empresa, trabalhando com uma ideia diferente, escalável e em condições de extrema incerteza.

Alguns especialistas defendem que uma startup é uma empresa inovadora com custos de manutenção muito baixos, mas que consegue crescer rapidamente e gerar lucros cada vez maiores.

No entanto, há uma definição mais atual, que parece satisfazer a diversos especialistas e investidores: uma startup é um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza. São companhias e empresas que estão no início de suas atividades e que buscam explorar atividades inovadoras no mercado.

SAIBA MAIS

“Uma startup é uma organização formada para a busca de um modelo de negócios escalável e repetitivo.” – (STEVE BLANK)

“Uma startup é uma organização empreendedora formada para a busca de um modelo de negócios escalável e repetitivo.” – (MARK HABIT)

“Uma startup é uma instituição de pessoas tentando criar algo novo sob condições de extrema incerteza” – (ERIC RIES)



Fonte: Negócios Disruptivos: O que é uma startup ?

Disponível em: <https://bit.ly/3lpErcu> . Acesso em: 20 ago. 2021.



Empresas startup são jovens e buscam a inovação em qualquer área ou ramo de atividade, procurando desenvolver um modelo de negócio escalável e que seja repetível. Um modelo de negócio é a forma como a empresa gera valor para os clientes. Um modelo escalável e repetível significa que, com o mesmo modelo econômico, a empresa vai atingir um grande número de clientes e gerar lucros em pouco tempo, sem haver um aumento significativo dos custos.

O termo startup, para designar empresas recém-criadas e rentáveis, começou a ser popularizado nos anos 1990, quando houve a primeira grande “bolha da internet”. Muitos empreendedores com ideias inovadoras e promissoras, principalmente associadas à tecnologia, encontraram financiamento para os seus projetos, que se mostraram extremamente lucrativos e sustentáveis. Naquele período, grande parte da explosão de empresas startup surgiu no Vale do Silício (*Silicon Valley*), uma região da Califórnia, Estados Unidos, de onde saíram empresas como Google, Apple Inc., Facebook, Yahoo!, Microsoft, entre outras. Todas essas empresas são exemplos de startup que hoje estão fortemente solidificadas e são líderes nos seus setores de atuação no mercado. Contudo, os empreendedores devem ter em mente que a fase inicial de uma startup é sempre marcada por um cenário de incertezas. Algumas ideias aparentemente rentáveis podem se revelar inaplicáveis.

3.2 Startup no Brasil

Startup é um termo que vem crescendo no Brasil e é cada vez mais frequente nas mídias, eventos e ambiente organizacional.

As primeiras empresas a seguir o modelo startup começaram a aparecer no Brasil no começo do século XXI, sendo que a partir de 2010 este ramo apresentou um crescimento vertiginoso, de acordo com dados da Associação Brasileira de Startups - ABStartups.

SAIBA MAIS

O cenário de crescimento das Startups no Brasil

O cenário das startups no Brasil evidencia duas realidades completamente distintas: o ambiente desfavorável para o empreendedorismo e um crescimento significativo do setor. A ABStartups (Associação Brasileira de Startups), que em 2012 reunia pouco mais de 2,5 mil associadas, hoje conta com mais de 4,2 mil empresas do tipo. No total, o Brasil tem mais de 10 mil startups, movimentando bilhões.

Os números ainda são tímidos se comparados com o cenário dos Estados Unidos e da Europa, mas o crescente volume de capital disponível para investimentos e o de profissionais qualificados dispostos a empreender, apontam na direção de um crescimento contínuo.



Fonte: TRANSFORMAÇÃO Digital. Associação Brasileira de Startups - ABS.

Disponível em: <https://bit.ly/39xzRWK>. Acesso em: 20 ago. 2021.



APONTE A CÂMERA DO CELULAR

REFLITA

“Ser empreendedor é criar novos mercados ou disruptar mercados atuais com um objetivo inabalável de fornecer um melhor produto ou serviço ao consumidor. Empreender é sair da zona de conforto e fazer o que outros muitas vezes acham impossível.”

Fonte: NA PRÁTICA. 5 reflexões de Florian Bartunek sobre empreender em uma startup. Disponível em: <https://www.napratica.org.br/reflexoes-empreender-em-startup/>. Acesso em: 20 ago. 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Caro(a) acadêmico(a), como vimos em nossos estudos, apesar de muitas vezes estarmos em cenários desfavoráveis, muitas pessoas ainda buscam empreender nesses momentos de crise, e é difícil não conhecer alguém que tenha uma ideia de negócio ou que pelo menos tenha um desejo de resolver os problemas existentes de forma inovadora. Por isso, o desejo de empreender é tão forte e motivado principalmente pela autonomia para tomar decisões, flexibilidade e criação com sentimento e paixão pelo negócio e o desejo de realização e reconhecimento.

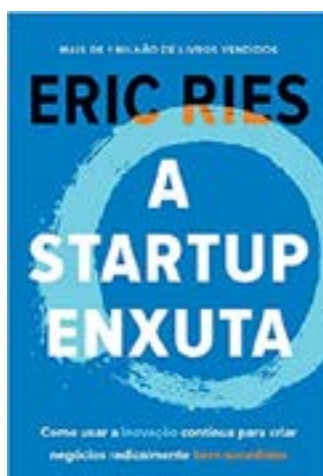
Reforçamos que, nos dias de hoje, os profissionais que desejam se diferenciar e atrair clientes, devem adotar uma cultura de empreendedorismo e inovação nos negócios, onde as Startups imperam! Lembremos que adotar esse comportamento não é algo natural, pois para inovar é necessário buscar capacitações, desenvolver a criatividade e aperfeiçoar diferentes habilidades, além de muito esforço e dedicação é claro.

É nos momentos de crise, que a necessidade de empreender, inovar e buscar novas soluções se torna ainda mais evidente. Por isso, nesta última unidade da nossa disciplina, estudamos sobre empreendedorismo e inovação no mundo das startups, conhecemos a ferramenta Design Thinking e tratamos sobre as STARTUPS em geral e sua ocorrência no Brasil.

Pois bem, e assim chegamos ao final dos nossos estudos! Espero ter contribuído para seu aprendizado e para sua formação profissional e pessoal, pois procuramos entregar o melhor de nós. Encerro essa disciplina com a sensação do dever cumprido, por ter trilhado junto com você esse caminho para o conhecimento do Empreendedorismo.

Agora você está pronto para fazer parte do mundo das Startups, da inovação e do empreendedorismo! Bora voar? Pois o foguete não tem ré!!!

SUCESSO! E até a próxima.



LIVRO

Título: A startup enxuta

Autor: Eric Ries.

Editora: Sextante.

Sinopse: MAIS DE 1 MILHÃO DE LIVROS VENDIDOS. Como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos. “Ries criou ciência onde anteriormente havia apenas arte. Uma leitura obrigatória para todo empreendedor sério e todo gestor interessado em inovação.” — MARC ANDREESSEN, cofundador da Andreessen Horowitz, da Opsware e da Netscape. A startup enxuta é um modelo de negócio que vem sendo amplamente adotado ao redor do mundo, mudando a maneira como as companhias idealizam seus produtos e serviços. Pioneiro na implementação dessa abordagem, Eric Ries define startup como uma organização dedicada a criar algo novo sob condições incertas – e isso inclui tanto o jovem empreendedor que trabalha na garagem de casa quanto o profissional experiente em uma multinacional. O que eles têm em comum é a missão de atravessar essa névoa de incerteza em direção a negócios inovadores e sustentáveis. Com o objetivo de aumentar a taxa de sucesso de empresas e produtos, o modelo startup enxuta se baseia na aprendizagem validada e na experimentação contínua, adotando métricas efetivas para avaliar o progresso, práticas que evitam o desperdício de tempo e recursos, estratégias para descobrir o que os clientes realmente desejam e agilidade para mudar de direção quando necessário. Neste livro, que já se tornou referência no assunto, Ries reúne histórias reais e exemplos de empresas que se transformaram ao implementar esse modelo revolucionário.



FILME/VÍDEO

Título: StartUp (Série)

Ano: 2018.

Sinopse: StartUp mostra o que acontece quando uma ideia tecnológica brilhante, porém controversa, é financiada com dinheiro sujo por três empresários que você jamais encontraria no Vale do Silício.



VÍDEO

Título: Design Thinking: O que é e suas 5 etapas fundamentais

Ano: 2017

Sinopse: Neste episódio da série Dicas Práticas vou falar sobre Design Thinking, um conceito que surgiu dentro do design, mas que pode ser usado para qualquer área, como uma forma de pensar que ajuda a resolver diversos problemas de todos os tipos.

Fonte: YOUTUBE. Design Thinking: O que é e suas 5 etapas fundamentais. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5xRSOltXnU>. Acesso em: 20 ago. 2021.



VÍDEO 2

Título: As 12 startups unicórnio do Brasil

Ano: 2020.

Sinopse: Quais são as startups unicórnio do Brasil? E quantas são? Neste vídeo eu conto quais são as startups que valem mais de US\$1 Bilhão aqui no Brasil e conto um pouco sobre cada negócio. É muito importante saber quais são pois elas são fundamentais para a nova economia.

Fonte: YOUTUBE. As 12 startups unicórnio do Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G57iKkwnLA4>. Acesso em: 20 ago. 2021.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS - ABS. Disponível em: <https://transformacao-digital.com/o-cenario-de-crescimentos-das-startups-no-brasil/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

BONINI, L. A.; ENDO, G. B. Design thinking: uma nova abordagem para inovação. 2010. Disponível em: <http://biblioteca.terraforum.com.br/Paginas/designthinking.aspx>. Acesso em jul. 2021.

BROWN, T. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Elsevier. Rio de Janeiro, RJ. 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2. ed. Rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DERTOUZOS, Michael. O que será: Como o Novo Mundo da Informação Transformará Nossas Vidas. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

DICIONÁRIO AURÉLIO - 100 Anos. Disponível em: www.aureliopositivo.com.br. Acesso em: 11 jun. 2021.

DICIONÁRIO AURÉLIO SÉCULO XXI, versão digital, Manual do Usuário, 1975.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, Editores Associados, 2006.

DORNELAS, José C. Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DRUCKER, P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor. Editora Pioneira, 1987.

DRUCKER, Peter. Entrepreneurship in Business Enterprise. Journal of Business Policy, v. 1, 1970.

DRUCKER, Peter. Entrepreneurship in Business Enterprise. Journal of Business Policy, v. 1, 1974.

DRUKER, P. F. Inovação e Espírito Empreendedor. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2008.

EMPREENDEADOR ENDEAVOR. Disponível em: <http://www.endeavor.org.br/br/sobre/ajuda/default.htm>. Acesso em: 15 ago. 2021.

FERREIRA, Plínio J. F. O que é plano de negócio? 2013. Disponível em: http://www.catho.com.br/jcs/inpuer_view.phtml?id=5506. Acesso em: 10 jun. 2021.

FILION, Louis J. Oportunidades de negócios. São Paulo: Cultura e Editores Associados, 2002.

FILION, Luis J.; DOLABELA, Fernando. Boa Idéia! E Agora? São Paulo: Cultura, Editores Associados, 2000.

GOLEMAN, Daniel – Trabalhar com inteligência Emocional. 3. ed. Lisboa: Temas e Debates, 2005.

GRANDO, Nei. Usando o design thinking para criar e inovar nos negócios. 2011. Disponível em: <http://neigrando.wordpress.com/2011/07/18/usando--o--design--thinking--para--criar--e--inovar--nos--negocios/>. Acesso em: 03 jul. 2021.

HAMPTON, D. R. Administração: comportamento organizacional. São Paulo: McGrawHil, 1991.

HASHIMOTO, Marcos. Espírito Empreendedor nas Organizações. São Paulo: Saraiva 2006.

- HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KNIGHT, K. E. A descriptive model of intra-firm innovation process. *Journal of Management*, [S. l.], v. 41, n. 4, p. 478-496, 1967.
- MELO, Adriana; ABELHEIRA, Ricardo. Design thinking & thinking design: metodologia, ferramentas e uma reflexão sobre o tema. São Paulo: Novatec, 2015.
- NAKAGAWA, M. Ferramenta: Design Thinking para empreendedores. 2004.
- NITZSHE, Rique. Afinal, o que é Design Thinking. Rio de Janeiro: Rosari, 2012.
- ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Manual de Oslo: Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3 edição. Paris: OCDE, 2005.
- SCHUMPETER, A Joseph. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SCHUMPETER, J. A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1978.
- SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Manual do empresário. Disponível em: http://www.sebraees.com.br/arquivos/fasciculo_2.pdf . Acesso em: 10 jul. 2021.
- SEBRAE. Como abrir seu próprio negócio. SEBRAE: Brasília, 2009.
- SIMON, H. A. The Sciences of the Artificial. Cambridge, MA. 1969.
- TIMMONS, J. A. New venture creation. Boston: Irwin McGraw-Hill, 4. ed., 1994.

CONCLUSÃO GERAL

Prezado(a) aluno(a), neste material, procurei trazer a você os principais conceitos sobre o empreendedorismo, a sua importância para as organizações, sua aplicação e uso estratégico para o sucesso empresarial.

Como vimos, o mundo atualmente vem passando por várias transformações, onde as inovações mudaram o estilo de vida das pessoas, e por trás dessas inovações existem pessoas ou equipes, com características especiais. São pessoas visionárias, que questionam, arriscam, querem algo diferente, e agora nós os reconhecemos, e até em nós mesmos, são os empreendedores.

Lembremos que o mercado atual está precisando muito de profissionais capacitados e bem preparados para lidar com essas questões relacionadas à inovação, novas tecnologias e principalmente o empreendedorismo. E você já deu o primeiro passo nesse caminho, em uma importante jornada que deverá trilhar rumo ao seu sucesso profissional.

Juntos buscamos construir o conhecimento sobre os conceitos aqui apresentados, sobre o empreendedorismo e o espírito empreendedor, sobre os empreendedores, tipos e características, plano de negócios e outras ferramentas para empreender, e não menos importante, sobre inovação e o mundo das Startups. Tudo isso é fundamental para a sobrevivência e sucesso de qualquer empresa nos dias de hoje.

Então, vejamos como foi nosso caminho pelo empreendedorismo?

Na Unidade I, procuramos apresentar uma visão Geral e várias Definições sobre o Empreendedorismo. Também buscamos analisar as principais diferenças entre o Empreendedor e o Administrador, assim como um breve histórico sobre o Empreendedorismo e o Empreendedorismo no Brasil. Por fim, abordamos a respeito de alguns mitos sobre os empreendedores, que tanto confundem as mentes de muitos daqueles que estudam sobre o empreendedorismo.

Já na Unidade II, estudamos sobre o Espírito Empreendedor e o empreendedorismo adquirido, e apresentamos também o Processo Empreendedor e as características dos empreendedores. Abordamos também sobre a importância do Autoconhecimento e da Criatividade para o empreendedor, assim como o conhecimento dos principais tipos de Empreendedores, e uma análise sobre o Intra Empreendedor ou Empreendedorismo Corporativo.

Depois, na Unidade III, procuramos abordar as principais estratégias, técnicas e ferramentas para empreender, vimos também sobre o Planejamento Estratégico, a Análise Ambiental e sua importância no contexto do empreendedorismo, assim como sobre a Análise SWOT ou FOFA e também sobre o Business Model Canvas (BMC). Apresentamos algumas técnicas para desenvolver a criatividade, além de abordar as possíveis estruturas de um Plano de negócios e sua importância para o processo empreendedor.

E por fim, na Unidade IV, nós tratamos sobre o empreendedorismo e a inovação no mundo das startups. Focamos no empreendedorismo conectado à inovação, em que conhecemos a ferramenta Design Thinking e abordamos sobre as STARTUPS, em seu conceito, criação e ocorrência no Brasil, além de alguns exemplos importantes e referências atuais.

Enfim, deixo aqui os meus parabéns! Pela escolha e pela decisão em querer fazer a diferença! Você já é um(a) vencedor(a)!!! E espero ter contribuído para seu crescimento pessoal e profissional.

Te desejo felicidade e muito sucesso! Até uma próxima oportunidade.

Muito Obrigado.



+55 (44) 3045 9898
Rua Getúlio Vargas, 333 - Centro
CEP 87.702-200 - Paranavaí - PR
www.unifatecie.edu.br

