

PROCESSO DE NEGÓCIOS E EMPREENDEDORISMO

CAPÍTULO 1 - COMO SER UM EMPREENDEDOR?

Marcelo Telles de Menezes

INICIAR



Introdução

O mundo vive em constante transformação e, com os avanços tecnológicos, isso se torna cada vez mais rápido. Você sabia que o empreendedor tem papel crucial nestas transformações?

Mas quem é o empreendedor? Será apenas a pessoa que tem uma empresa? Não é somente isso, saiba que o empreendedor pode ser alguém que cria seu próprio negócio, o empregado de destaque numa empresa ou, ainda, alguém que atua para ajudar a comunidade.

O empreendedor antes de tudo é um apaixonado pelo que faz e transforma ideias em produtos ou serviço que solucionam problemas de outras pessoas. Então, será que é possível aprender a ser empreendedor? Você vai descobrir que sim, empreender envolve, principalmente, aprender.

Neste capítulo, portanto, você vai descobrir como funciona a carreira do empreendedor, como identificar se você tem a vocação para empreender e como desenvolver os seus conhecimentos, habilidades e competências para ser sucesso no empreendedorismo.

Vamos começar?

1.1 Carreira empreendedora

O empreendedor não é um personagem recente na história da humanidade, pelo contrário, grande parte da evolução humana pode ser atribuída a pessoas que empreenderam nos mais diferentes ramos do conhecimento. Contudo, o tema empreendedorismo nunca esteve tão popular, em franca expansão e disseminação.

Se você pedir para uma pessoa citar um exemplo de empreendedor, é bem provável ouvir nomes de sucesso, como os brasileiros Silvio Santos, Luiza Helena e Abílio Diniz, ou os estrangeiros Henry Ford, Sam Walton ou Bill Gates. De certa forma, é comum rotular o dono de uma empresa como um empreendedor, porém ser empreendedor é muito mais que isso.

Outro aspecto que pode ser responsável pelo aumento do interesse pelo empreendedorismo é a aparente facilidade de se montar um negócio próprio, em virtude da revolução tecnológica e do uso da internet, fazendo surgir um novo tipo de empreendedor: o empreendedor digital.

Os empreendedores passaram a assumir uma imagem popular de heróis, de exemplos pelos quais as pessoas se espelham. Esse papel já foi preenchido no passado pelos grandes conquistadores, passando por figuras religiosas, líderes militares, políticos, revolucionários e, mais recentemente, esportistas e ídolos da música. Hoje em dia, o jovem está trocando o pôster do astro do rock pelo do Steve Jobs. Mas para entender melhor este fenômeno, é necessário analisar a sua origem e definição.

1.1.1 Origem e definição de Empreendedorismo

O empreendedorismo é um tema amplo e cuja definição tem evoluído ao longo dos séculos. O termo “empreendedor” tem origem no francês “*entrepreneur*”, e seu primeiro uso é atribuído ao economista de origem franco-irlandesa Richard Cantillon no ano de 1755, que definiu o empreendedor como sendo um indivíduo que assume riscos (CHIAVENATO, 2012).

Mais de meio século depois, em 1814, outro economista francês, Jean-Baptiste Say (1767-1832), contribuiu para o melhor entendimento do assunto, definindo o empreendedor como o responsável por transferir recursos de um setor de produtividade baixa para outro de produtividade maior, tendo um papel muito importante para o funcionamento do sistema econômico (DORNELAS, 2015).

No início do século XX, com o capitalismo a pleno vapor, impulsionado principalmente pelo trabalho dos empreendedores, com inovação e progresso tecnológico, o conceito do empreendedorismo voltou a ser discutido pelos economistas. O austríaco Ludwig von Mises afirmou, em 1949, que o empreendedor é um tomador de decisões, já para o conterrâneo Friedrich von Hayek, em 1959, empreender não é uma atividade que envolve apenas risco, mas que leva a descoberta de novas condições produtivas e de oportunidades de mercado (CHIAVENATO, 2012).

Joseph Schumpeter (1883-1950) talvez tenha dado a maior contribuição para entender o impacto do empreendedorismo na economia, a partir do conceito da destruição criativa. Para ele, o empreendedor é a pessoa que deseja e tem a capacidade de converter uma nova ideia em uma inovação que seja bem-sucedida. A destruição criativa ocorre por meio da mudança, do lançamento de novos produtos e serviços que substituem os já existentes. Tal prática cria novas organizações e novos negócios como uma resposta às oportunidades identificadas pelo empreendedor (CHIAVENATO, 2012).

VOCÊ O CONHECE?

O austríaco Joseph Alios Schumpeter (1883-1950) é considerado um dos economistas mais influentes da primeira metade do século XX, com contribuições significativas no debate de temas como democracia, inovação, capitalismo e empreendedorismo. Ele foi o primeiro a reconhecer que o empreendedorismo é o motor do desenvolvimento econômico.

Na década de 1980, o empreendedorismo passou por uma nova fase de expansão com o aumento dos estudos acadêmicos sobre o tema e com o surgimento dos primeiros cursos focados no ensino do empreendedorismo. Este movimento foi resultado de uma maior percepção pela sociedade da importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico das nações (FILION, 1999).

Já na década de 1990, os avanços no campo da tecnologia da informação fez surgir uma nova leva de empreendedores que criaram novos produtos e serviços com base nas novas possibilidades que estavam surgindo. O aumento no interesse pela criação de empresas de tecnologia, especialmente com foco na internet, resultou na formação de uma bolha no mercado, conhecida como a bolha das empresas “ponto com”, que veio a estourar no início do ano 2000, levando à falência e fechamento de uma série de empresas (MARIANO; MAYER, 2011). Mais recentemente, temos um novo fenômeno de desenvolvimento do empreendedorismo, também baseado na tecnologia e na inovação, com a criação das *startups*, o que tem atraído muitas pessoas a empreender.

Na busca de uma definição mais completa do que é o empreendedor, de forma a agrupar as contribuições dos diversos autores de diferentes épocas, e que fosse ao mesmo tempo atual, Filion (1999), chega ao seguinte conceito:

o empreendedor é uma pessoa criativa marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-se para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILION, 1999, p. 19).

O autor também observa um aumento da força empreendedora na criação de pequenos negócios e considera que o empreendedorismo é para muitos o primeiro passo para a conquista da liberdade financeira. Por isso, cada dia há mais pessoas interessadas pelo tema e optando pelo autoemprego. Mas para isso é necessário, primeiro, identificar uma oportunidade, como veremos a seguir.

1.1.2 O empreendedorismo e a identificação de oportunidades

Você já deve ter ouvido “empreender não é para mim!”, de pessoas que acham que para ser empreendedor é preciso ter um dom ou um superpoder que tornam os empreendedores diferentes das “pessoas normais”. Saiba que esse tipo de pensamento não poderia estar mais errado. O empreendedorismo é algo que pode, sim, ser ensinado e aprendido, e as características e habilidades necessárias desenvolvidas. Por conta dessa natureza, empreender pode ser considerado uma carreira, como Medicina, Engenharia ou Direito. E assim como estas carreiras mais tradicionais, necessita de planejamento e preparação.

VOCÊ SABIA?

O primeiro curso de empreendedorismo no Brasil foi lançado em 1981, como uma especialização da Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP) da FGV. Mais de 30 anos depois, em 2018, foi lançada a primeira faculdade de empreendedorismo no país, iniciativa do SEBRAE-SP.

A decisão de empreender e ter um negócio próprio deve ser objetiva e clara, pois a partir desta decisão inicial dependerão todas as demais. Neste momento, o pré-empREENDEDOR precisa ter consciência que seu comprometimento é o elemento fundamental para o sucesso e que pela frente virão uma série de desafios e obstáculos. Não será fácil, assim como também não é fácil ter sucesso em qualquer carreira.

Uma pesquisa sobre o empreendedorismo no Brasil mostrou que os principais riscos para o empreendedor são: preocupação financeira, falência, fracasso pessoal, insegurança no trabalho, perda da propriedade e muito gasto de energia e tempo. Enquanto que as principais dificuldades são: falta de conhecimento da gestão de pessoas e de administração de negócio, falta de investimento, impostos elevados, informação contábil e contratação de funcionários qualificados (OLIVEIRA, 2014).

Mesmo com tantos riscos e dificuldades, a mesma pesquisa também indica que 75% das pessoas preferem se arriscar e empreender em um negócio próprio a trabalhar como empregado.

Outra pesquisa realizada pelo SEBRAE (2016) mostra que cerca de 24% das empresas fecham suas portas antes dos dois anos de existência, e que para micro-empresas a mortalidade antes dos dois anos chega aos 45%. Dentre as empresas que não sobrevivem foi identificada uma maior proporção de empreendedores que estavam desempregados antes de abrir o negócio, com pouca experiência no ramo, planejaram o novo negócio por menos tempo e não investiram em sua capacitação, entre outros motivos, sendo a maior parte relacionada à falta de preparação prévia por parte do empreendedor.



Figura 1 - Muitos empreendedores têm dificuldades para conseguir que sua empresa sobreviva aos dois primeiros anos de existência e um dos principais motivos é a falta de preparação. Fonte: WAYHOME studio, Shutterstock, 2018.

Para muitos, empreender é algo fascinante, um sonho, mas é importante estar ciente de que a jornada é cheia de altos e baixos, como uma montanha-russa, em que muitos problemas devem ser superados. E para obter sucesso é importante se preparar antes de dar início a carreira.

VOCÊ QUER LER?

Flávio Augusto da Silva é um dos empreendedores brasileiros mais admirados. Em 2014, ele lançou o livro “Geração de Valor” (SILVA, 2014) que apresenta de forma direta e fácil de ler, diferentes dicas e exercícios para você se motivar a sair da inércia e empreender.

Em paralelo à preparação para empreender, é também crucial ter uma ideia de um produto, serviço ou pelo menos de um mercado em que se deseja atuar. Esta ideia inicialmente vai estar em estado bruto, necessitando ser lapidada e melhor definida. Aos poucos, o pré-empREENDEDOR vai desenvolvendo a ideia inicial, acrescentando novas características e mudando outras.

Contudo, não basta ter uma ideia, é necessário identificar uma oportunidade, pois mesmo uma excelente ideia não torna ninguém um empreendedor. Para muitas pessoas, é difícil perceber a diferença entre ideia e oportunidade. Por isso, vamos explicar melhor. As ideias geralmente são livres e espontâneas, para que se tornem oportunidade é necessário que a ideia seja analisada, calculada, trabalhada e, preferencialmente, testada, para avaliar se tem ou não um potencial de retorno sobre o dinheiro, e tempo, que será investido para criar um negócio a partir desta oportunidade (DOLABELA, 2006).

Identificar, explorar, agarrar e desenvolver uma oportunidade são atividades importantes no processo de empreender. A criatividade e a inovação são essenciais para transformar as ideias em novos produtos, serviços ou processos que gerem valor para o cliente. De modo geral, as ideias não surgem do nada, elas são geradas pela combinação do conhecimento e das experiências prévias do empreendedor, que relaciona uma gama de informações, aplicando a criatividade para criar algo novo.

A criatividade é o resultado da combinação e expansão de conceitos e do raciocínio por analogia, sendo uma habilidade que pode, e deve, ser desenvolvida pelo empreendedor.

Assim, aplicando o pensamento criativo, juntamente com os conhecimentos e as experiências do empreendedor, as oportunidades são identificadas. Depois de coletar o máximo possível de informações sobre estas oportunidades, cabe ao

empreendedor selecionar a que apresenta o melhor potencial de retorno em função do risco existente, do mercado, do ambiente econômico e político.

A ideia embrionária evolui e é transformada em algo útil que aproveita uma oportunidade para a montagem de um negócio lucrativo. A seguir, você vai poder avaliar os tipos de empreendedor e de empreendimentos que podem direcionar o desenvolvimento de uma ideia de negócio.

1.2 Tendências do empreendedorismo

O empreendedorismo é considerado o motor da economia. A atuação do empreendedor, identificando novas oportunidades e servindo como instrumento da destruição criativa, contribui tanto para o desenvolvimento econômico, quanto para a inovação.

Muitos estudos e pesquisas sobre o empreendedorismo são realizados devido à importância que o tema tem para o desenvolvimento econômico das nações. O projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), ou Pesquisa Global sobre Empreendedorismo, realizado desde 1999, é um dos mais conhecidos. No ano de 2016, participaram 65 países, com representantes dos cinco continentes, um total de 83 % do PIB e 70% da população mundial. No Brasil, esta pesquisa é realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ) em parceria com o SEBRAE desde o ano 2000 (GEM, 2017).

A pesquisa realizada em 2016 mostrou que o empreendedorismo segue em crescimento no Brasil, como mostra a Figura a seguir, não sendo influenciada pela crise que teve início em 2014 e que afetou o PIB do país. Cerca de 36% dos entrevistados são donos do seu próprio negócio ou realizaram alguma ação com objetivo de abrir seu próprio negócio. O quarto maior sonho dos brasileiros, segundo esta pesquisa, é ter um negócio próprio, ficando atrás apenas de viajar pelo país, ter a casa própria e ter um carro.

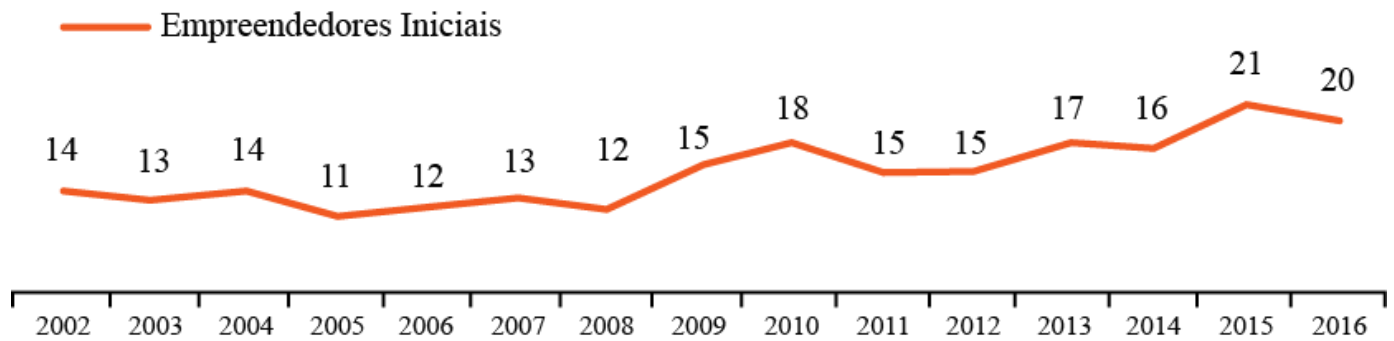


Figura 2 - Evolução da Taxa de Empreendedorismo Nascente ou Inicial no Brasil, durante o período de 2002 a 2016, mostra o crescimento no interesse em empreender. Fonte: Adaptado de GEM, 2017, p. 26.

Um aspecto interessante mostrado por esta pesquisa é que há um equilíbrio de gênero entre os novos empreendedores, com a mesma proporção de homens e mulheres. Entre as faixas etárias, a proporção também é equilibrada, com um declínio para acima dos 55 anos. Com a tendência de envelhecimento da população e da reforma da previdência, há a necessidade de elaboração de uma política pública de apoio ao empreendedorismo das pessoas com mais idade.

A maior parte dos novos empreendimentos no Brasil é no setor de serviços para o consumidor (69%) seguido pela indústria de transformação (24%). O ramo de maior destaque é o de alimentação (26%), na sequência temos o comércio varejista (12%), manutenção de automóveis (7%) e cabeleireiros e outros relacionados à beleza (5%).

Um elemento preocupante é o baixo potencial de inovação dos empreendedores iniciais brasileiros, em penúltimo lugar em uma lista de países, com apenas 20%, ficando atrás apenas da Rússia. Um contraste claro com a China, que chega a quase 77%. Em relação à tecnologia, o Brasil fica em último lugar com apenas 4% de novos empreendimentos com aplicação de tecnologias com menos de 5 anos de existência. Países como a Índia e África do Sul apresentam percentuais de mais de 50%. Os dados da Figura a seguir mostram que o Brasil está em desvantagem na competitividade global, utilizando tecnologias obsoletas e empreendimentos com baixo índice de inovação.

Países	% de empreendedores iniciais			
	Produto/ serviço novo para alguns ou para todos	Poucos ou nenhum concorrente	Tecnologia com menos 5 anos	Consumidores no exterior
Brasil	20,4	48,5	4,0	1,8
África do Sul	47,9	43,3	55,1	53,1
Alemanha	38,4	47,5	23,0	68,1
China	76,9	33,3	35,4	34,7
Estados Unidos	47,6	61,6	28,4	85,1
Índia	62,6	44,1	55,7	53,0
México	37,7	44,6	15,5	24,0
Rússia	17,5	27,8	23,6	2,7

Figura 3 - O percentual de empreendedores iniciais de acordo com as características de inovação dos produtos e serviços, de alguns países selecionados, mostra que o Brasil está em desvantagem na competitividade global. Fonte: GEM, 2017, p. 74.

Depois de conhecer todas estas informações sobre as tendências do empreendedorismo, principalmente no Brasil, com suas dificuldades e desafios, muitas pessoas podem desanimar no seu desejo de empreender. Outros serão capazes de identificar que o “copo está meio cheio” e perceber que se o Brasil apresenta poucos produtos ou serviços inovadores ou com tecnologias recentes, há um grande mercado a ser explorado por quem souber identificar as melhores oportunidades. Esta percepção pode variar de acordo com o tipo de empreendedor.

1.2.1 Tipos de Empreendedor

Como já citamos, qualquer pessoa pode se tornar empreendedor, basta estudar e desenvolver as características e habilidades necessárias para empreender. Já que isso é algo que pode acontecer com qualquer um, logo, teremos diferentes perfis de empreendedores. Não existe um modelo único, um padrão de empreendedor e por isso é difícil rotulá-lo.

Normalmente, a imagem mais associada ao empreendedor é a do empresário bem-sucedido, que fundou e liderou a própria empresa. Realmente, o exemplo mais comum é de quem tem um negócio próprio, e por isso, para muitos, empreendedor é sinônimo de empresário, e vice-versa. Mas mesmo dentro desse

exemplo mais associado ao empreendedor, podemos observar algumas diferenças: temos aqueles que vieram de família dona de empresas, outros que criaram sua empresa a partir do nada, temos os universitários, e quem não teve estudo formal, uns com estilo mais para a inovação e criatividade, e outros que se destacam pela gestão e liderança.

Por conta da existência de diferentes tipos de empreendedores, Oliveira (2014) identificou e classificou os tipos mais comuns de empreendedores, de forma que seja possível entender suas principais características e diferenças. Vamos conhecer quais são?

O tipo mais conhecido é o empreendedor dono do próprio negócio, podendo ser chamado também de **empreendedor externo ou independente**. Geralmente é o tipo que as pessoas mais relacionam quando se fala de empreendedorismo.

Porém, para ser empreendedor não é necessário abrir um negócio, por isso temos o intraempreendedor, também chamado de empreendedor interno, podendo ser subdividido em corporativo e público. O **intraempreendedor corporativo** é alguém que trabalha em uma empresa como empregado, mas que apresenta iniciativa e atitude empreendedora para o desenvolvimento das empresas, dos produtos, serviços ou processos. Pode-se dizer que ele age como se fosse o dono da empresa. Este tipo de funcionário normalmente se destaca, pois trabalha com foco nos resultados e é capaz de inovar. Muitas vezes assume cargos executivos e gerenciais.

Já o **intraempreendedor público** se assemelha ao corporativo, porém atuando no serviço público. Este empreendedor não se acomoda com a estabilidade do emprego, pelo contrário, trabalha com afinco e dedicação para melhorar os serviços à população e para utilizar os recursos públicos com eficiência.

io

ns foi fundada em 1997 e hoje é a maior rede especializada no comércio de óculos escuros na América
i mais de 740 pontos de venda em diversos países no mundo. O fundador Caito Maia conta que na sua
havia nenhum empreendedor de negócio próprio e quando jovem ele seguiu a carreira de músico, como
to chegou a morar nos Estados Unidos para estudar música e nas viagens de volta para o Brasil trazia na
rodutos para revender para os amigos. O jovem nem percebeu, mas começou a desenvolver habilidades
s para empreender, como negociação, vendas, relacionamento interpessoal, *networking* e enxergar

des. A partir disso, ele identificou uma grande oportunidade e se especializou em trazer óculos para demanda foi crescendo e ele conseguiu fechar um contrato com um atacado. O que parecia ser o contrato a sua empresa ao sucesso na verdade quase o levou a falência. Ele percebeu que concentrar uma alta m um único cliente era um risco. Foi então que decidiu criar sua própria marca e vender pessoalmente noicipando das feiras itinerantes do Mercado Mundo Mix. Caito fez praticamente tudo sozinho, a empresa forma acelerada e a marca se consolidou. Para expandir ainda mais o seu negócio, ele optou pelo modelo as. Hoje, além de ser o garoto propaganda de sua própria marca, ele dá palestras sobre dorismo, mostrando a importância de se aprender com seus próprios erros e que se deve fazer o que se ndo Caito, a paixão pelo negócio é o que ajuda a superar os momentos de maior dificuldade (DORNELAS,

Mesmo com tantas qualidades, muitas vezes é difícil para o intraempreendedor se tornar um empreendedor externo, pois está acostumado com as facilidades e suporte existentes no mundo corporativo ou no serviço público, e com a disponibilidade de recursos. Geralmente, o intraempreendedor não tem o mesmo gosto por assumir riscos do empreendedor externo. É possível classificar o empreendedor externo com relação à motivação que levou a montar seu próprio negócio, sendo:

- **empreendedor por oportunidade:** é aquele que teve uma ideia e a partir dela identificou uma oportunidade a ser explorada no mercado e para isso se preparou e planejou para criar uma empresa com o objetivo de longo prazo de gerar lucros, empregos e riqueza;
- **empreendedor por necessidade:** é aquele que está com dificuldade na carreira profissional, geralmente desempregado, e vê o empreendedorismo apenas como uma alternativa enquanto não “encontra algo melhor”, ou seja, por falta de opção.

O **empreendedor informal** pode ser considerado um subtipo do empreendedor por necessidade, sendo aquele que atua na informalidade, como ambulante ou vendendo produtos em semáforos e ônibus, ou prestando serviços diversos. O foco deste empreendedor é apenas a sua subsistência e de sua família.

Em 2008, foi lançada uma lei complementar que criou a figura do Microempreendedor Individual (MEI) com o objetivo de formalizar e regularizar a situação das pessoas que exercem este tipo de atividade econômica.

A mortalidade de empreendimentos criados por necessidade é muito mais elevada do que os criados por oportunidade (GEM, 2017), mas mesmo um negócio criado por necessidade pode evoluir e deixar de ser apenas algo temporário para virar um grande negócio. A formalização como MEI pode ser o primeiro passo neste sentido. Além de entender os tipos de empreendedor é importante reconhecer que o empreendimento pode ser desenvolvido com determinadas características específicas.

1.2.2 Tipos de Empreendimento

Cabe ao empreendedor conhecer os tipos de empreendimento, descobrir qual deles se adéqua melhor à sua vocação empreendedora e se capacitar para atuar no segmento escolhido (OLIVEIRA, 2014).

O **empreendimento familiar** é aquele que foi pensado, construído, consolidado e tem a gestão feita por uma ou mais famílias. Empresas familiares são comuns e fazem parte da estrutura empresarial de todos os países, sendo que muitas empresas de sucesso foram construídas e geridas por famílias empreendedoras. Normalmente, a gestão é passada de geração em geração para os membros da família, mas recentemente tem ocorrido uma busca pela profissionalização dos empreendimentos familiares, com a contratação de gestores no mercado, com experiência prévia, e a estruturação de um sistema de governança com os herdeiros fazendo parte do conselho em vez de assumirem cargos de gestão na empresa.

O maior desafio para o herdeiro que assume a gestão desse tipo de empreendimento é multiplicar o patrimônio recebido e ao mesmo tempo lidar com as questões familiares, como atritos entre os parentes por conta de decisões da empresa e o equilíbrio entre a tradição e o conservadorismo, com a necessidade de inovar e se manter competitivo.

VOCÊ SABIA?

A história da economia brasileira foi fortemente influenciada pelos empreendimentos familiares, sendo que, atualmente, 90% das empresas brasileiras são familiares (ABREU, 2016). Alguns nomes se tornaram famosos como Matarazzo, Odebrecht, Gerdau e Camargo Corrêa, e a maior empresa brasileira, o Itaú Unibanco, é da família Moreira Sales.

O segundo tipo é o **empreendimento social** cuja atuação principal são as questões sociais da comunidade e o foco não está apenas no resultado financeiro, mas na contribuição para o desenvolvimento de um mundo melhor. Esse tipo de empreendimento é um fenômeno mundial, mais evidente nos países em desenvolvimento, como o Brasil, atuando principalmente nas lacunas não preenchidas pelo serviço público (DORNELAS, 2015).

Os empreendimentos sociais mais comuns são as ONGs (Organizações não Governamentais), mas na verdade qualquer empreendimento pode ter uma atuação socialmente responsável, trabalhando de forma abrangente, em um modelo sustentável com a comunidade, clientes, fornecedores, funcionários e governo. É o tipo de empreendimento geralmente admirado nas comunidades em que atuam.

Temos também o **empreendimento inovador**, um tipo que deve crescer muito nos próximos anos e tem como principal diferencial competitivo a inovação. São empresas que geralmente recebem o apoio de incubadoras empresas e de parques tecnológicos. As *startups* são o exemplo mais comum desse tipo de empreendimento.

O **empreendimento corporativo** é aquele criado dentro de uma corporação já existente com o desenvolvimento de novos negócios, produtos ou serviço. Surge como um “filho” agregado a uma estrutura organizacional, normalmente como uma nova unidade de negócios, ligada e coordenada pela administração corporativa.

O último tipo é uma opção geralmente considerada pelos novos empreendedores, **empreendimento com franquia**, ou *franchising*. Neste modelo, o empreendedor franqueado conta com um produto/serviço e um modelo de negócio previamente testado e padronizado. Já o franqueador conta com uma maior rede de distribuição para seu produto/serviço, com ganho de escala e com baixo custo, menor risco e maior chance de sucesso por contar com franqueados comprometidos com o sucesso de seu próprio negócio.



Figura 4 - Podemos citar como exemplos de franquias brasileiras: no ramo de cosméticos, O Boticário; de chocolates, Cacau Show; em escolas de idiomas, Wizard; em turismo, CVC. Fonte: Africa Studio, Brenda Carson, Romolo Tavani, Viacheslav Nikolaenko, Shutterstock, 2018.

O franqueado deve ter alguns cuidados na escolha da franquia como, por exemplo, verificar se está associada à Associação Brasileira de Franchising e se tem boas avaliações. É importante também conversar com outros fraqueados, elaborar um bom plano de negócios e verificar todas as taxas e custos para abertura e operacionalização da franquia. Os setores com maior destaque nesse tipo de empreendimento são alimentação, vestuário, educação e treinamento.

Agora que você já conhece as tendências do empreendedorismo e os principais tipos de empreendedores e de empreendimentos, vamos analisar e aprimorar a vocação para empreender.

1.3 Vocação para empreender

Vimos que para empreender é necessária a identificação de uma ideia para um negócio, produto ou serviço com potencial de retorno e o desenvolvimento deste negócio em si pelo empreendedor. Esse processo envolve aproveitar as oportunidades e enfrentar as ameaças do mercado, ao mesmo tempo em que o empreendedor lida com seus pontos fortes e suas fraquezas. Os pontos fortes e as fraquezas, por sua vez, estão relacionados com a vocação para empreender de cada pessoa.

1.3.1 Vocação: definição e análise

Segundo Oliveira (2014, p. 35), vocação é “o ato de uma pessoa explicitar uma predestinação de um talento ou aptidão para uma atividade, de maior ou menor abrangência e complexidade e que proporciona sustentação para o seu desenvolvimento profissional, com qualidade de vida”. No contexto do empreendedor, a atividade é o próprio empreendedorismo e a sua abrangência é bastante elevada.

VOCÊ QUER VER?

No filme *Chef* (FAVREAU, 2014), Carl Casper é o chef de cozinha de um famoso restaurante francês, mas o proprietário limita a sua vocação para inovar criando pratos. Cansado dessa limitação, ele larga tudo e abre seu próprio *food truck* e percebe que deve desenvolver outras habilidades para ter sucesso como empreendedor.

Para avaliar se temos ou não a vocação para empreendedor, Oliveira (2014) propõe uma estrutura composta por sete etapas:

1. Focar na atividade básica: deve ser feita uma análise mais ampla possível de todos os aspectos e hipóteses referentes à atividade de empreender;
2. Teste vocacional: esta etapa é optativa, mas caso seja feita é importante contratar um bom profissional para realizar a avaliação e acreditar no resultado do teste feito;

3. Aspectos básicos de atuação: é quando serão determinados os pontos fortes e fracos da pessoa para atuar como empreendedor, geralmente é uma das fases do desenvolvimento do plano de negócio;
4. Análises: devem ser feitas todas as análises necessárias durante o plano de negócio, em especial as relacionadas a uma melhor qualidade de decisão sobre o nível de vocação para empreender;
5. Possíveis ajustes: é natural que exista uma etapa para realizar os ajustes necessários no plano de negócio e no plano de trabalho;
6. Validação inicial: todas as análises, pareceres e sugestões são consolidadas num plano estruturado a partir do qual é efetivado o plano de vida como empreendedor;
7. Plano para o empreendedor: se ao longo de todas as etapas anteriores o plano de negócio apresentar uma situação favorável para empreender, tudo indica que a pessoa tem a vocação para empreendedor e que deve seguir em frente.

Veja na Figura a seguir o esquema que mostra as etapas que acabamos de apresentar.

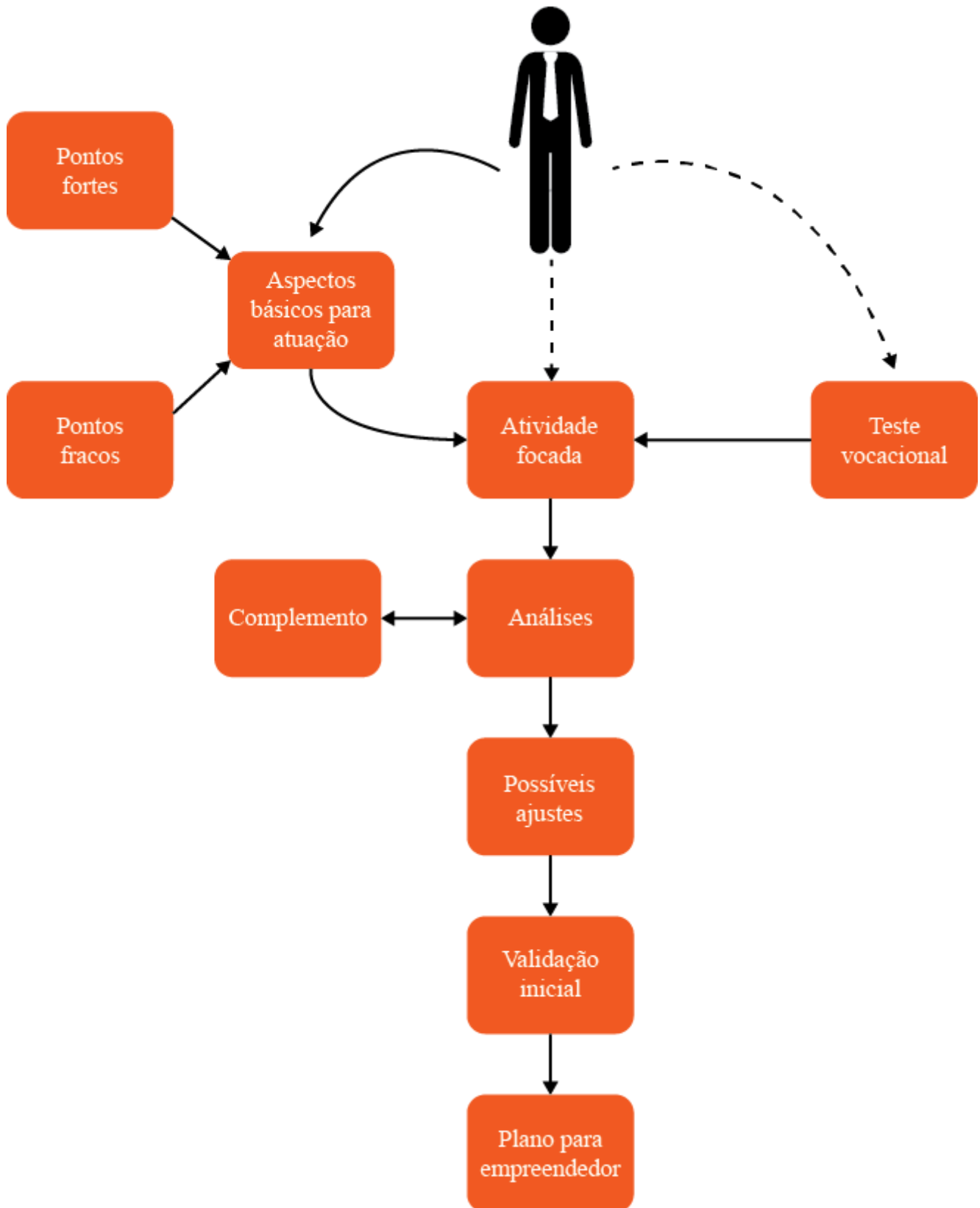


Figura 5 - As etapas do roteiro para avaliação da vocação para empreendedor devem ser aplicadas dentro da realidade de cada indivíduo. Fonte: OLIVEIRA, 2014, p. 38.

A vocação para empreendedor sofre influência de alguns fatores internos ou externos a cada indivíduo (OLIVEIRA, 2014). O primeiro é a **cultura para o empreendedorismo**, que está relacionada com as capacidades técnicas,

administrativas e empresariais do empreendedor. Se por um lado pode parecer preocupante ter que ser bom nestas três características, por outro lado, é importante saber que todas elas podem ser desenvolvidas com estudo e dedicação.

A cultura para o empreendedorismo precisa que as pessoas envolvidas saibam se relacionar e trabalhar de forma interativa, apoiando umas às outras, com o objetivo de desenvolvimento tanto pessoal quanto do empreendimento. O resultado é a criação de uma cultura organizacional, que representa um conjunto de crenças, valores, regras e hábitos da empresa.

Uma cultura organizacional, mesmo sendo fortemente baseada nos indivíduos que compõe a organização, deve evoluir para minimizar a dependência destes indivíduos e se basear mais nos processos que determinam como fazer as atividades. É a cultura organizacional adequada que faz com que todos trabalhem de forma alinhada com os objetivos comuns do empreendimento.

O segundo fator que influencia a vocação para empreendedor é a **motivação**, que segundo Oliveira (2014, p. 40), é “o conjunto de energias e forças internas controláveis por você e que o mantêm, permanentemente, direcionado para os objetivos e metas específicos e concretos estabelecidos em seu plano de carreira como empreendedor”.

É importante lembrar que a motivação é algo intrínseco a cada indivíduo, ou seja, que nenhuma pessoa é capaz de motivar a outra, o que ocorre, no máximo, é que alguém aplique técnicas e situações que facilitem a motivação do outro. Para se manter motivado e conseguir criar um negócio que tenha futuro e traga satisfação ao empreendedor, é preciso sempre focar no seu “porquê”, ou seja, nas razões que levaram a empreender, já que o negócio passa a ser uma extensão da pessoa.

Outro fato importante é que a motivação exclusivamente financeira normalmente não é suficiente para fazer com que o empreendedor trabalhe arduamente na criação e gestão do seu negócio. O seu “porquê” deve ser muito mais profundo que apenas ganhar dinheiro, deve ser algo que faça o olho brilhar e que encha o empreendedor de orgulho.

O terceiro fator que influencia a vocação é a **intuição** que “corresponde à habilidade do cérebro de processar informações inconscientemente” (OLIVEIRA, 2014, p.41), ou seja, ter intuição é ouvir uma voz que vem de dentro quando se tem que tomar uma decisão.

Esse processo é muito mais racional do que se imagina, é um elemento fundamental, às vezes mais importante que a inteligência, nos processos de decisão no empreendimento. A intuição é algo que também pode ser desenvolvida com algumas atitudes simples como: ser curioso e aprender com os outros; saber ouvir e ter senso crítico; prestar sempre atenção aos acontecimentos; não ter medo de errar e aprender com os próprios erros; perguntar sempre para não ficar com dúvidas; e eliminar o preconceito.

O próximo fator de influência é **ter ética**, que deve estar alinhada com os valores e com a moral do contexto geral do empreendimento. Sendo importante conhecer alguns conceitos (OLIVEIRA, 2014):

- valores são o conjunto das crenças, princípios e questão éticas fundamentais e dão sustentação às decisões de uma pessoa;
- ética é o conjunto de valores considerados ideais e que direcionam o comportamento da pessoa;
- moral são as regras de condutas válidas e necessárias para qualquer tempo ou lugar.

Esses elementos contribuem para a formação da cultura organizacional do empreendimento. As empresas com maior chance de crescerem e apresentarem bons resultados geralmente são aquelas que apresentam valores, ética e moral alinhados às boas práticas administrativas.

O quinto fator é **ter independência e saber construir o próprio destino**, pois para empreender é necessário ter autonomia de ação e de decisão, iniciativa e criatividade. Por isso é importante fazer uma autoanálise, o empreendedor deve ser capaz de identificar oportunidades, liderar e formar opinião de modo a construir seu próprio negócio.

O sexto e último fator é **ter aproximação com mentores experientes**. Um mentor auxilia o novo empreendedor, que passa a ser seu mentorado no processo de desenvolvimento pessoal e profissional, utilizando a experiência e o conhecimento teórico e prático. É uma boa oportunidade para aprender e ser direcionado por alguém mais experiente e que pode evitar muitos erros bobos, principalmente no início do empreendimento.

Após fazer essa autoanálise, o pré-empREENDEDOR já deve ser capaz de avaliar se tem ou não vocação para empreender, podendo então começar a elaborar um plano de carreira para se fortalecer como empreendedor. Para isso, se deve trabalhar três elementos: os objetivos e resultados a serem alcançados; os conhecimentos, habilidade e atitudes a serem desenvolvidos; e a estratégia para conquistar os objetivos e resultados estabelecidos.

Os objetivos e resultados inicialmente serão genéricos e amplos e vão sendo refinados e ficando mais específicos ao longo da construção da ideia do negócio e da capacitação do empreendedor. Os conhecimentos, habilidades e atitudes a serem desenvolvidos são o assunto a ser tratado a seguir.

1.4. Capacitação do empreendedor

Com os objetivos e resultados genéricos definidos, o pré-empREENDEDOR de iniciar a sua capacitação para ter capacidade de criar e sustentar o seu futuro negócio. Segundo Oliveira (2014):

capacitação é a aprendizagem gradativa, acumulada e sustentada, ao longo do tempo, de um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes – baseados em metodologias e técnicas administrativas – que se aplicam no desenvolvimento e consolidação de um empreendimento (OLIVEIRA, 2014, p. 61).

A capacitação é um fator-chave para o sucesso do empreendedor, pois desenvolve as competências necessárias para que ele seja capaz de agir e interagir na nova realidade como criador e dono de um negócio, obtendo as respostas necessárias para estimular o crescimento e desenvolvimento do negócio. Essa capacitação envolve o desenvolvimento do tripé **C**onhecimento, **H**abilidades e **A**titudes, o CHA, conforme ilustrado na Figura a seguir.



Figura 6 -

O empreendedor precisa se capacitar para desenvolver o seu CHA: Conhecimentos, Habilidades e Atitude.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Mas o que envolve cada um desses elementos? O **conhecimento** se refere à faculdade de se entender um assunto ou atividade tanto em termos do seu conceito quanto da sua estruturação. Para empreender, Oliveira (2014) lista quais são os conhecimentos necessários:

- da realidade do empreendedorismo: saber o que é empreender, suas dificuldades e eventuais facilidades;
- metodologias e técnicas administrativas: o básico referente à forma adequada de se administrar um negócio;
- atuação sinérgica: coordenar diferentes partes ou atividades para obter a sinergia, ou seja, que a soma das partes tem efeito superior às partes

atuando de forma isolada;

- fazer parte do mundo: se refere à cultura em geral e às experiências diversificadas;
- inovação: saber construir ou adaptar novas ideias ou tecnologias, sendo além de inovador, criativo;
- identificar e analisar a evolução tecnológica: para entender os impactos e saber aplicar a tecnologia no dia a dia do negócio;
- gerar ideias e consolidar o aprendizado: as ideias são o ponto de partida do empreendedor que deve ser capaz de gerar e analisar as ideias, além de aplicá-las incorporando ao seu aprendizado;
- saber usar o *benchmarking*: é a análise e comparação com outros empreendimentos ou processos com objetivo de incorporar as melhores práticas identificadas.
- ter administração compartilhada: envolver e incentivar todos a contribuir para o desenvolvimento do negócio;
- saber alavancar resultados: conseguir níveis maiores de resultado com menor esforço;
- saber administrar o tempo: é uma vantagem competitiva importante, afinal tempo é dinheiro;
- ser ético: utilizar o conhecimento de forma ética;
- saber e gostar de ensinar e aprender com os outros: envolve humildade e paciência;
- saber administrar o projeto do empreendimento: para desenvolver e operacionalizar o novo negócio.

Alguns fatores influenciam o conhecimento, como a força de vontade, a competência e o esforço, e saber interagir com as outras pessoas, sendo todos controláveis pelo empreendedor.

VOCÊ QUER LER?

O “Mito do Empreendedor” (GERBER, 2011) é um dos principais livros sobre empreendedorismo no mundo. Ele é indicado tanto para pessoas que desejam abrir seu negócio como para quem já possui um negócio próprio, pois demonstra que a atitude do empreendedor e sua capacidade de reconhecer o

que não sabe e buscar se desenvolver são essenciais para o sucesso.

Já as **habilidades** do empreendedor compreendem o processo de ver, compreender e estruturar todos os assuntos relacionados ao empreendimento de forma a obter os melhores resultados com a utilização eficiente dos recursos disponíveis. Oliveira (2014) identificou quais as principais habilidades que o empreendedor deve possuir:

- realizar reuniões bem estruturadas: as reuniões podem ser informativas ou consultivas e sempre devem estar bem estruturadas para serem efetivas e objetivas;
- saber trabalhar em equipe: especialmente com equipes multidisciplinares, já que dificilmente se empreende sozinho, conseguindo obter da equipe os melhores resultados;
- bom relacionamento com as pessoas: sempre baseado em respeito, confiança e consciência dos direitos e responsabilidades de cada um;
- saber manter o foco, sem perder a visão do todo: não deve se desviar do objetivo e ao mesmo tempo estar atendo a tudo que ocorre em sua volta;
- saber trabalhar com os erros: que são inevitáveis e que devem ser entendidos e utilizados para o aprendizado;
- saber trabalhar com o sucesso e o fracasso: naturalmente se espera apenas os resultados positivos, mas muitas vezes o fracasso pode ocorrer e não deve abalar o empreendedor;
- saber trabalhar com diversidades: no empreendimento, interage-se com diferentes tipos de pessoas e as diversidades devem ser administradas;
- saber ouvir, incorporar e aplicar bons conselhos: empreendedores inteligentes sabem identificar os bons conselhos, críticas e elogios, e aplicá-los no dia a dia;
- saber identificar mudanças externas ao negócio: identificar tendências e ter capacidade de se posicionar em relação a estas mudanças;
- saber administrar o processo de mudança e as possíveis resistências: para empreender deve-se ser um agente de mudanças constante para adaptar o negócio às novas realidades, além de conseguir gerenciar as resistências que ocorrem naturalmente às mudanças;

- ter intuição: para identificar e captar oportunidades;
- ter capacidade para resolver conflitos: quando se lida com diferentes pessoas os conflitos são inevitáveis, cabendo ao empreendedor saber ouvir, entender as partes e intermediar uma solução;
- ser articulado e articulador em suas relações pessoais e profissionais: junto aos empregados, fornecedores e clientes;
- saber avaliar as pessoas e criar mecanismos de formação de outros líderes;
- ter adequado processo de autoavaliação;
- ter e despertar o desejo de realização pessoal e profissional.

Essas habilidades podem ser influenciadas por fatores como: saber aplicar o *benchmarking*, ter inteligência facilitadora, saber trabalhar com inovação, ter sinergia na busca por investidores, treinar apresentação de ideias para os investidores e ter bom entrosamento e interação com eles.

O modo como cada empreendedor se posiciona e age diante de uma situação é a explicitação da sua **atitude**, e que está diretamente relacionada com seus conhecimentos e habilidades. O empreendedor deve apresentar as seguintes atitudes (OLIVEIRA, 2014):

- ter atitude interativa: que é ação e influência mútuas com as pessoas e situações;
- ser líder e inspirar confiança: saber conduzir e coordenar a equipe em busca dos resultados desejados;
- administrar o ego: não se pode ter o ego inflado, pois pode causar problemas no convívio com outras pessoas;

As atitudes podem ser influenciadas pelos fatores: ter o hábito do empreendedorismo, ter o empreendedorismo como profissão e ter o comportamento adequado.



Figura 7 - A atitude empreendedora é o comportamento típico de pessoas visionárias que assumem riscos e responsabilidades e são capazes de tornar possível o impossível. Fonte: Gajus, Shutterstock, 2018.

É importante elaborar um plano para a análise e o desenvolvimento dos conhecimentos, habilidades e atitudes, para que a capacitação do empreendedor seja um processo evolutivo e sustentável. Oliveira (2014) afirma que o plano deve ser desenvolvido seguindo seis fases:

1. Identificação das necessidades administrativas e técnicas do empreendimento;
2. Hierarquizar a importância dessas necessidades;
3. Fazer uma autoavaliação;
4. Estabelecer as ações para o desenvolvimento profissional e pessoal;
5. Acompanhar e avaliar o processo de evolução;
6. Estabelecimento das ações de aprimoramento contínuo e sustentado.

No final, empreender é também uma jornada de autoconhecimento que deve proporcionar um sentimento de realização pessoal. Vimos, portanto, os passos para a capacitação do empreendedor e o desenvolvimento do conhecimento, habilidades e atitudes.

Síntese

Finalizamos este capítulo, retomando o que aprendemos. Você pôde ver o que é ser um empreendedor, como essa atividade é importante para fazer girar a economia de um país e que é possível planejar a carreira para se tornar um, identificando os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para empreender.

Neste capítulo, você teve a oportunidade de:

- conhecer quem é o empreendedor;
- conhecer o conceito de empreendedorismo;
- descobrir as tendências do empreendedorismo;
- comparar os diferentes tipos de empreendedores e de empreendimentos;
- analisar a vocação para empreender;
- esboçar a carreira para empreender;
- planejar a capacitação para empreender.



◀ **Clique para baixar o conteúdo deste tema.**

Bibliografia

ABREU, V. Os desafios da empresa familiar: gestão e sucesso. **Portal Sebrae - Sebrae Pernambuco**. 19 dezembro 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/os-desafios-da-empresa-familiar-gestao-e-sucesso,fae9eabb60719510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/os-desafios-da-empresa-familiar-gestao-e-sucesso,fae9eabb60719510VgnVCM1000004c00210aRCRD>)>. Acesso em: 21/05/2018.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. São Paulo: Empreende/Atlas, 2017.

_____. **Empreendedorismo na Prática - Mitos e Verdades do Empreendedor de Sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP)**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abr - jun 1999. Disponível em: <http://200.232.30.99/busca/artigo.asp?num_artigo=102> (http://200.232.30.99/busca/artigo.asp?num_artigo=102)>. Acesso em: 21/05/2018.

FAVREAU, J. **Chef**. Direção: Jon Favreau. Produção: Jon Favreau, Sergei Bespalov. EUA, 2014.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil - 2016**. Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores - Curitiba: IBQP, 2017. 208 p.: il.

GERBER, M. E. **O mito do empreendedor**. Curitiba: Fundamento, 2011.

MARIANO, S.; MAYER, V. F. **Empreendedorismo - Fundamentos e Técnicas para Criatividade**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

OLIVEIRA, D. D. P. R. D. **Empreendedorismo**: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Brasília. 2016.

SILVA, F. A. D. **Geração de Valor** - Volume 1: Compartilhando Inspiração. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.

