

EMPREENDEDORISMO

PANORAMAS DO EMPREENDEDORISMO

Descrever o empreendedorismo não é simples, existem diversas abordagens e perspectivas ao comentar sobre o tema. Mas, podemos atestar que envolve o trabalho constante de pessoas, as quais estão empenhadas em atender as oportunidades de mercado, transformando recursos em produtos, visando o sucesso do negócio por meio da entrega de valor aos consumidores.

ASPECTOS DOS EMPREENDEDORES

Os empreendedores têm algumas características comportamentais em comum. Mesmo quando em cenários sombrios, costumam usar seus sentidos, para aproveitar as suas oportunidades. Os empreendedores devem ter bastante energia e talento para trabalhar com pessoas.

RECONHECENDO E DESENVOLVENDO OPORTUNIDADES

Com o avanço da tecnologia e do processo constante de troca de conhecimento, temos visto um farto terreno para o surgimento de ideias onde, com um simples acesso, vislumbramos diversos conteúdos que podem fomentar novos negócios. Inegavelmente as ideias inovadoras produzem melhores resultados e maiores lucros, porém as mesmas são raras e quem coloca o produto no mercado nem sempre é o seu criador. Dessa forma, é muito comum empreendedores obterem sucesso melhorando conceitos existentes. Eles devem focar em oportunidades onde os mesmos tenham alguma experiência, pois será incerto ter sucesso em mercados desconhecidos. Uma outra excelente forma de reconhecer as oportunidades, consiste em observar as tendências de consumo a longo prazo e os problemas que afetam a sociedade, tendo em vista que, para cada problema, existem uma ou mais respostas. Para encerrar, podemos atestar que são diversos os métodos voltados para análise das melhores oportunidades de negócio, porém destacamos que mesmo com o correto emprego deles, sempre haverá riscos quando falamos de empreender.

PESQUISAS DE MERCADO

Quando falamos de empreendedorismo, devemos deixar claro que começar o processo de modo correto pode ser fundamental para o sucesso do novo negócio. Dessa forma, é impreterível que haja estudo, conhecimento e análise do mercado em que se pretende empreender. O mercado nada mais é do que um potencial grupo de compradores, que podem consumir um determinado produto, tanto em ambientes reais como em meios virtuais. Pesquisas de mercado consistem no levantamento ordenado e sistematizado de informações das variáveis e dos elementos que compõem um determinado mercado, proporcionando um melhor conhecimento sobre o mesmo.

MERCADO ORGANIZACIONAL (DAS EMPRESAS PARA AS EMPRESAS)

MERCADO CONSUMIDOR (DAS EMPRESAS PARA OS CONSUMIDORES)

TÓPICOS IMPORANTES DO EMPREENDEDORISMO

Saber conceber um caminho entre o cenário atual e o cenário desejado, é uma das capacidades mais importantes para os empreendedores. Uma das ferramentas usadas para conceber esse caminho consiste no plano de negócio, no qual os empreendedores podem expressar todo o seu conhecimento sobre determinado mercado, e expor todas as variáveis que podem atrapalhar as metas do negócio. Um plano de negócio pode sustentar a argumentação de defesa acerca do empreendimento, para potenciais investidores. Desenvolver um plano de negócio exige grande capacidade para transformar informações em conhecimento. Em outras palavras, é necessário pegar todo o repertório de referências e demonstrar todo conhecimento acerca do mercado em que se pretende atuar. Para encerrar, devemos destacar que o plano de negócio, além de uma ferramenta para captar recursos, serve também como uma ferramenta de gestão.

GERENCIAMENTO DE CAPITAIS

Após comentar os aspectos de um plano de negócio, devemos destacar a composição do capital da empresa, onde para cada fonte, existe uma taxa de remuneração que pode variar bastante e interferir diretamente nas decisões. Essa fase prevê a segmentação dos aportes entre sócios e investidores, no plano de investimento previsto para estruturar o negócio, elencando todos os seus custos fixos e variáveis. Enquanto a primeira categoria diz respeito aos gastos e despesas para manutenção do negócio, a segunda varia de acordo com o nível de produção. Falando do desenvolvimento de um plano de negócio para uma empresa inexistente, seguindo a mesma sistemática de organização dos números, é necessário fazer a previsão de receitas, apontando os possíveis faturamentos mensais do negócio. Após levantadas todas as análises financeiras a respeito desse negócio, podemos elencar índices financeiros e outras técnicas que ajudarão na gestão do empreendimento e na análise acerca da saúde do negócio.

METODOLOGIAS DE GERENCIAMENTO

Processos consistem em conjuntos de atividades coordenadas e organizadas, visando atender a um determinado interesse. Para organizar os tempos, recursos e insumos de cada processo, os empreendedores precisam ter os dados necessários para manter uma constância adequada das atividades, podendo fazer o uso de diversas ferramentas de gestão. Para escolher a ferramenta certa, devemos nos atentar para a estratégia de negócio, que engloba todos os planos traçados para buscar resultados superiores no longo prazo, com base no investimento aportado.

PONTOS DE SUPORTE

Para além dos colaboradores internos, existem redes que fornecem apoio aos empreendedores que se arriscam no mercado, conhecidas como entidades de fomento. Indo mais além, existem também as chamadas incubadoras de empresas, capazes de suportar as operações inaugurais a custos menos elevados, dispondo de toda a estrutura necessária. Também são fundamentais as assessorias dos contadores e advogados, desde o registro das patentes até a concepção das normas da empresa. Para a atuação empreendedora dentro das grandes empresas, os gestores devem fomentar, por meio de canais e programas, um ambiente conveniente para as inovações.

ASPECTOS CULTURAIS

Quando estamos criando um novo mercado ou produto, o grau de incerteza é sempre elevado, o que pode fazer com que o novo negócio acabe esbarrando nos obstáculos culturais. De outro ponto de vista, arriscar e ousar também não é simples, uma vez que podemos encarar cenários desagradáveis frente a uma cultura engessada ou mesmo sabotagem de pares ou gestores das empresas. Nada é ao acaso quando se trata de intersecções culturais e organizacionais. Dessa forma, administrar mesclas culturais, sobretudo num mundo cada vez mais conectado, é em um grande desafio para as empresas, visto que, quando algum costume precisa ser quebrado, essa quebra, geralmente, acontece de maneira bastante demorada.

PROCESSOS INOVADORES

Com o passar do tempo, os seres humanos experimentaram uma escalada do desenvolvimento em todas as áreas de conhecimento da sociedade, e com uma velocidade cada vez maior. Dessa forma, com o avanço tecnológico, nos deparamos com um cenário repleto de transformações, o que nos desafia a mudar constantemente. Além disso, nós podemos afirmar que esse ambiente também provocou uma mudança nos hábitos de consumo da sociedade, que passou a exigir das empresas novidades constantes e melhorias nos produtos existentes. Dessa forma, com base na perspectiva organizacional e econômica, o conceito de inovação, geralmente traduzido como melhorias ou desenvolvimento de novos produtos, nos permite compreender que as novidades praticamente exterminam os seus antecessores, acirrando a concorrência entre as empresas.

Antes, adotamos o pensamento que o processo de inovação era fechado, somente de dentro para fora das empresas, mas atualmente essa premissa é obsoleta, pois o conceito de inovação aberta se mostra bem mais coerente. Nele, a visão é de que a inovação ocorre tanto de dentro para fora como de fora para dentro das empresas, pois além dos setores internos, elas também fazem o uso de recursos externos para desenvolver ou melhorar os produtos. Outra importante separação de conceitos que devemos fazer está entre a inovação e a invenção, onde o segundo está atrelado apenas à descoberta de coisas novas e outro está totalmente atrelado às formas com que se pode explorar comercialmente essas descobertas.

CASTAS DE PROCESSOS INOVADORES

Quando falamos em inovação incremental, focamos no desenvolvimento e na melhoria contínua dos produtos, aprimorando seus aspectos existentes. Temos que destacar que, essa forma de inovação é mais acessível às pequenas empresas, mas não costuma causar tantos impactos e levantes no mercado nem mesmo representa aumentos extraordinários dos lucros. No espectro oposto, temos a inovação radical que é caracterizada por produtos e segmentos de mercado totalmente novos, onde ocorre uma quebra dos paradigmas e padrões, com mudanças drásticas causadas. Normalmente, essa forma de inovação acontece nas grandes empresas.

MENSURANDO PROCESSOS INOVADORES

Quando tratamos dos aspectos estratégicos, a inovação deve ser corretamente mensurada para que possamos gerenciar todos os seus elementos. Nesse sentido, as métricas de inovação são mensuradas em dados brutos que nos mostram tendências, resultados e comportamentos. Esse processo é adequado para gerenciar as competências e as capacidades tecnológicas. Com esse processo de mensuração da capacidade tecnológica, bem como das suas fontes e processos de aprendizagem, podemos apontar nuances e detalhes relevantes sobre os aspectos inovadores organizacionais, proporcionando uma compreensão mais assertiva da velocidade em anos para obtenção e acúmulo de competências tecnológicas que gerarão as inovações.

FORMANDO UMA ESTRUTURA INOVADORA

Apesar de seus fatores complexos e dos diversos elementos em qualquer modelo inovativo em questão, é consenso no contexto organizacional moderno que a inovação é essencial para toda e qualquer empresa que busca se precaver do fracasso ou do ostracismo de mercado. Assim, é fundamental criarmos uma estrutura de inovação avançada, onde seja possível gerenciarmos e que busque um maior desempenho organizacional. Empresas realmente inovadoras trabalham com diversas frentes, conectando diversos elementos à sua estratégia em prol das mudanças e aprendizados que respondam rapidamente às demandas dos consumidores. Para isso, devem gerir modelos de inovação sustentáveis e duradouros. Dessa forma, a gestão da inovação é um conjunto de ações permanentes focadas em administrar os diversos fatores e recursos internos das empresas, diante dos contextos externos, visando intensificar e perpetuar os processos que estimulem a inovação. Logo, a gestão inovadora começa desde o reconhecimento de boas oportunidades no ambiente até a criação de produtos e processos.

CRIANDO NOVOS PRODUTOS

As dúvidas de que a inovação proporciona muitos benefícios para as empresas que fazem a sua gestão de modo adequado, não existem mais. Assim, desde um conceito, geração de uma ideia ou invenção de algo, até a sua oferta no mercado, existe um árduo caminho a ser seguido pelas empresas. Esse percurso é conhecido como processo de inovação e pode ter diversas formas de ser desempenhado, porém, podemos dizer que engloba atividades organizacionais que prestam todo o suporte necessário para que uma inovação seja devidamente implementada de acordo o seu propósito, independentemente do seu grau de novidade ou complexidade. Um processo de inovação começa com a geração de ideias, passando pela fase de refinamento e segue para ser devidamente experimentado, até estar devidamente pronto para implementado no mercado.

GERENCIAMENTO DO CONHECIMENTO

Empresas devem adotar modelos para gestão do conhecimento que proporcionem um processo inovador constante, visto que o mesmo só é possível por meio do desenvolvimento de um ciclo constante de aprimoramento do relacionamento com os clientes. Porém, apesar do seu papel preponderante, não bastam apenas as informações fornecidas por eles para que o processo de inovação ocorra, tendo em vista que, apesar de importantes, essas informações precisam ser trabalhadas de modo coexistente com outras fontes externas para que seja criada uma rede de desenvolvimento de novos produtos. Dessa forma, dispondo de um amplo catálogo, oriundo de diversas fontes, as empresas podem inovar procurando sempre acertar.

MODELOS PARA GERENCIAMENTO DO CONHECIMENTO

Pensando em inovação como essência de uma estratégia empresarial, esta só é possível de ser concretizada por empresas que tenham ampla capacidade de aprender e implantar processos essenciais, visando estabelecer um bom modelo de gestão do conhecimento. Para a construção desse modelo, sempre devemos pensar na visão sobre o conhecimento a ser desenvolvido e em quais investimentos em tecnologia da informação devem ser efetuados. Temos um consenso de que, nos modelos existentes, a gestão do conhecimento ocorre pelo constante contato entre os ambientes internos e externos da empresa, captando os saberes desenvolvidos pelas pessoas.

TÓPICOS AVANÇADOS DO EMPREENDEDORISMO

No mercado, existem empresas com grandes oportunidades de inovação, mas que empacam na conversão das ideias em projetos, assim como existem aquelas que capturam excelentes ideias e convertem em projetos, mas falham quando querem repassar o conhecimento gerado. Dessa forma, as cadeias de valores suportam as empresas, a compreenderem melhor o desempenho em processos inovadores. Tudo começa com concepção de uma ideia, num segundo momento e após a mesma ser aprovada, é preciso elencar parâmetros de mensuração para observar seus impactos econômicos, para encerrar, ela deve ser espalhada, mesmo se sem sucesso, pois seus ensinamentos fazem com que outras áreas não cometam os mesmos erros. Quando tratamos das cadeias de valores globais, podemos perceber que um produto, desde a sua concepção até sua venda, pode passar pelos mais diversos países. Dessa forma, cada etapa pode ser efetuada num país distinto, em função dos custos e da capacidade tecnológica dos mesmos.

ASPECTOS LEGAIS E FISCAIS

Diversos agentes da sociedade desfrutam da inovação tecnológica e, por isso, existem aspectos legais e fiscais de incentivo a processos inovadores que podem compor programas de inovação nas empresas. Esses programas, quando mesclados com estratégias que às vezes são pensadas e incorporadas nas próprias empresas, suportam as atividades de pesquisa e desenvolvimento e afastam os riscos e incertezas no que tange a inovação, encorajando, consequentemente, os pensamentos inovadores dos próprios colaboradores. Além dos programas inovadores internos das empresas, também existem os incentivos governamentais que ajudam empresas de todos os portes a incorporarem e acelerarem o processo de pesquisa e desenvolvimento, com vistas à concepção de novas tecnologias. Nesse caso, devemos apontar a relação entre financiamento e a fase em que o projeto se encontra, onde quanto maior é o risco presente, menor a chance do retorno sobre o montante investido e maior são os juros, o inverso também é correto.

ACORDOS COMERCIAIS

Geralmente, os acordos comerciais internacionais buscam conter impostos de importação, bem como fomentar a indústria local com vistas à exportação aos países membros do acordo. Neste sentido, cada país apresenta seu potencial e ao diagnosticar deficiências em outros países, uma possível parceria onde ambos os lados ganham, pode ser empregada. Tais acordos compõe algo fundamental para a sobrevivência econômica dos países no cenário internacional.

APORTES

Além de promissor, é fundamental que as empresas com base tecnológica recebam aportes em capital de risco para o desenvolvimento de novas tecnologias. Porém, antes de adentrar nesse assunto, devemos perceber que quando falamos em capital de risco, quanto maior o risco maior o ganho. Em outras palavras, aportar em negócios com um grau de incerteza bastante elevado pode gerar tanto um grande retorno quanto uma grande perda. Dessa forma, o capital de risco consiste em aportes de capital realizados, de maneira privada, em empresas que não estão ofertando suas ações. Além do capital de risco, o investimento também pode ser feito por meio de fundos de investimentos, onde as empresas são agrupadas em uma carteira e os gestores do fundo, cuja remuneração advém das taxas de administração e desempenho, tem o papel de chamar os investidores, agregando valor aos ativos que compõem a carteira e aumentando sua atratividade e retorno frente ao mercado e investidores.