

CADERNOS DO EMPREENDEDOR

MÓDULO I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO



Índice

1. Prólogo, pág. 3
2. Carta ao empreendedor, pág. 4
3. Definições e características de empreendedorismo, pág. 5
4. Empreendedorismo e Criatividade, pág. 7
5. Tipos de empreendedores, pág. 8
 - 5.1. Empreendedor interno, pág. 8
 - 5.2. Empreendedor externo, pág. 8
6. Empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade, pág. 9
 - 6.1. Empreendedorismo por oportunidade, pág. 9
 - 6.2. Empreendedorismo por necessidade, pág. 10
7. Palavras-chave do empreendedorismo, pág. 10
8. Bibliografia e webgrafia recomendada, pág. 11

1. Prólogo

AEA – Associação dos Empreendedores de Angola, é uma associação de direito privado com personalidade jurídica, autonomia administrativa e financeira e sem finalidade lucrativa, resultando de uma comunhão e de uma visão comuns para o empreendedorismo em Angola.

Contribuir para o fomento e desenvolvimento do empreendedorismo, bem como a melhoria da informação e troca de experiências entre organizações e associações públicas ou privadas que na sociedade angolana, ou fora dela, pugnem pela busca dos mais nobres interesses da defesa dos empreendedores, é um dos nossos objectivos.

Foi neste contexto que a AEA decidiu lançar um conjunto de tertúlias formativas direccionadas para os empreendedores, no sentido de apoiar todos quantos almejem criar o seu próprio negócio.

Os **Cadernos do Empreendedor** são textos de apoio ao empreendedor e pretendem constituir-se como uma base teórica de suporte às acções ou tertúlias formativas.

2. Carta ao empreendedor

Num contexto socioeconómico particularmente sensível para o nosso país, em que se afigura como necessário diversificar a economia, reduzir a exposição face às receitas petrolíferas e fazer de Angola um país mais próspero, mais moderno e globalizado, a iniciativa de cada um de nós é essencial para a construção da riqueza colectiva e da afirmação do país como nação soberana e independente.

Na qualidade de Presidente da Direcção da Associação dos Empreendedores de Angola venho, através desta carta, dirigir-me a todos quantos alimentam o sonho de um dia criarem o seu próprio negócio e lançar-vos o repto de, juntos, construirmos um país de oportunidades, emprego e confiança na juventude, o activo mais valioso de uma nação.

Se acreditas que és capaz de tornar os teus sonhos em realidade, se acreditas que a tua ideia se pode tornar vencedora, junta-te a nós, porque...

...juntos chegamos longe!

O Presidente da Direcção da AEA



(Eng.º Jorge Baptista)

3. Definições e características do empreendedorismo

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente a partir do século XX, quando foram criadas a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipas que são visionárias promovendo inovações e gerando o desenvolvimento. Surge a denominada era do empreendedorismo.

O termo empreendedorismo tem muitas origens, que são propostas por pesquisadores de diferentes campos e utilizarão os princípios de suas próprias áreas de interesse para constituir o conceito. Duas principais correntes contêm elementos comuns à maioria delas: a dos economistas que dedicaram seus estudos à gestão dos negócios nas empresas e que definiram como pessoas que corriam riscos, investiam o seu capital próprio e negócios, e a dos comportamentalistas que enfatizam os aspectos atitudinais como a criatividade e a intuição. Foi o economista austríaco J. A. Schumpeter (1934), que deu projecção ao tema associando definitivamente o empreendedor ao conceito de inovação e associando ao desenvolvimento e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

Para Lezana (2000), um aspecto importante para caracterizar o empreendedor é sua capacidade e estilo para resolver problemas. Uma das formas de caracterizá-los é a identificação de dois perfis, adaptadores e inovadores. Estes perfis devem ser relacionados com alguns aspectos que sejam facilmente percebidos, sejam eles:

- estratégia: forma utilizada para detectar e enfrentar os problemas;
- resultados: tipo de solução gerada a partir das estratégias adoptadas;
- preferências: tipo de situações em que os indivíduos estão motivados a envolverem-se;
- adaptação: maneira como os diferentes indivíduos se desenvolvem numa determinada situação em relação às normas e procedimentos e
- imagem: percepção que um indivíduo classificado num estilo tem de outro estilo oposto.

Segundo este autor, um empreendedor pode ser caracterizado também pela sua forma dinâmica de resolver os problemas e pelo seu espírito de grandioso, pelas suas buscas pelo conhecimento e do crescimento contínuo.

É possível verificar no empreendedor características como a capacidade de encontrar oportunidades onde ninguém mais viu, entre outras citadas abaixo pelos autores. Dornelas (2001) cita as características de um empreendedor de sucesso como: são visionários, sabem tomar decisões, são indivíduos que fazem a diferença, são determinados e dinâmicos, são optimistas e apaixonados pelo que fazem, ficam ricos, são bem relacionados, planeiam, assumem riscos calculados, são dedicados, entre outras qualidades.

Conforme apresentado por Dornelas, um empreendedor de sucesso deve ser criativo, inovador e acima de tudo acreditar que o seu plano vai dar certo, visto que muitas pessoas já entram num plano de mudanças acreditando ser perda de tempo.

De acordo com Bressan (2006) “Ser empreendedor é uma forma estratégica de contribuir para o crescimento económico e de se obter sucesso no mercado. É a visão que todo empresário deve ter, e que muitos ainda não possuem, ao empreender o seu negócio. Pode caracterizar-se o empreendedorismo como uma arte, a arte de criar novos negócios, de liderar projectos. Para seguir com sucesso no mercado, hoje, é necessário ter um espírito empreendedor”.

Para Bressan, empreendedor é o termo utilizado para qualificar, ou especificar, principalmente, aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às actividades de organização, administração, execução e, principalmente, na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano. Também é utilizado – no cenário económico – para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo a duras custas, criando o que ainda não existe.

Um empreendedor bem sucedido consegue realizar os seus sonhos, e, a cada projeto finalizado, busca outro ainda mais desafiador e assim se mantém motivado, o que o impulsiona ainda mais no mercado competitivo. Isto porque, a cada dia que passa, o mercado abre mão dos profissionais passivos, aqueles que conquistam o mínimo e já estão satisfeitos.

4. Empreendedorismo e Criatividade

Como podemos ser mais criativos? O princípio da criatividade é anular os seus “bloqueadores”! Já em 1988, Oech descrevia como bloqueios da criatividade pensamentos como: “isso não tem lógica”, “siga as normas”, “é proibido errar”, “isso não é da minha área”, “seja prático,” entre outros. E pontua como algumas fontes de ideias: frequentar feiras, congressos e exposições; manter contactos com profissionais de outras organizações; observar inovações da área de actuação; utilizar experiências próprias como consumidor ou usuário de serviços, etc.

E a ideia? É fundamental para o empreendedor? De acordo com Timmons (1994), a ideia é um instrumento na mão de um empreendedor, ou seja, ela depende de quem a possui e como é utilizada para conseguir transformá-la em sucesso. O autor ressalta que as grandes ideias vem de tentativas e erros até chegar à versão final. Para ele a criatividade pode ser algo suscetível ao aprimoramento e pode ser estimulada pois, quando criança, o indivíduo a tem aguçada e na fase adulta muitas vezes é esquecida.

Neste contexto, criatividade, ideia e empreendedorismo são conceitos muito próximos e que andam de “mão dada”. Isto porque **a criatividade empreendedora surge durante a solução de problemas que, por sua vez, dependem do conhecimento e permitem a compreensão rápida e produtiva da situação.** (DOLABELA, 1999).

E será que todos temos características de vocação empreendedora? Ângelo (2003) refere que estas características são:

- a capacidade de escolha e facilidade para criar algo totalmente inédito e que possa melhorar as condições de vida da família, da empresa, da comunidade local ou da raça humana;
- a habilidade para encontrar outras utilidades para velhas ideias e a
- criatividade para aperfeiçoar a eficiência de um sistema, processo ou produto, transformando-o em mais económico, palpável e com um nível superior.

Longenecker, Moore e Petty (2007) dizem que o empreendedor deve escolher algo em que ele acredita ser criativo e inovador e que o levará a melhores resultados. Siguaw, Simpsmon e Enz (2006), sugerem que a criatividade cria uma inovação ou mudança no resultado de algum produto ou serviço e isto precisa ser colocado como foco e se preciso for aumentar o esforço para garantir a criatividade na actividade empreendedora para garantir bons resultados.

5. Tipos de empreendedores

Podemos dividir os empreendedores em dois grupos, de acordo com a sua actuação:

5.1. Empreendedor interno

É aquele que actua dentro das organizações, as inovam e as fazem crescer. As suas contribuições estão em tomar novas ideias ou mesmo protótipos e transformá-los em realidades lucrativas. É aquele que busca uma visão diferente dos factos e age, em vez de ficar a observar e a esperar as coisas a acontecer. É funcionário da empresa e possui características empreendedoras independentemente da sua função ou posição na hierarquia da organização.

Dicas para tornar-se um empreendedor interno:

- Cultivar a empregabilidade (o profissional que se acomoda, tem como limite apenas a função actual que ocupa);
- Repensar constantemente as estratégias pessoais;
- Dizer sempre “vamos tentar”, ao invés de “não posso”, “não sei” ou “talvez”;
- Nunca se acomodar na segurança do cargo.

5.2. Empreendedor externo

É aquele garante a força de crescimento e alavancagem da empresa e a consolidação de novos projectos estrategicamente relevantes, por meio da optimização da capacidade de inovação. É aquele que dá origem à empresa, considera-se também aquele que consolida a empresa, fazendo que ela ultrapasse sua excelência. É o dono ou sócio da empresa, que procura criar riqueza e não somente começar um negócio meramente como um meio de subsistências (ou seja, trabalhar para si mesmo ao invés de trabalhar para outrem).

6. Empreendedorismo por oportunidade e empreendedorismo por necessidade

Ângelo (2003) dividiu os empreendedores de acordo com a motivação existente em adquirir um negócio próprio, para assim determinar se a iniciativa é resultado da percepção da oportunidade ou se há relação ao desemprego ou à falta de outras fontes de ganho, no caso uma necessidade. Desta forma, o autor afirma que as taxas de empreendedorismo estão classificadas por necessidade e por oportunidade.

6.1 Empreendedorismo por oportunidade

Empreendedorismo por oportunidade é a porção de empreendedores que iniciou a sua actividade para melhorar a sua condição de vida ao observar uma oportunidade. Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2005, empreendedores por oportunidade são motivados pela percepção de uma opção rentável de negócio.

Empreendedorismo por oportunidade caracteriza-se, para Shane e Venkataraman, (2000), em empresas que identificam e exploram oportunidades de mercado, Covin e Miles (1999) concordam e acrescentam que estes negócios renovam e rejuvenescem oportunidades. Dolabela (2006) afirma que há diferenças entre ideias e oportunidades. Ideia é o que propicia boa rentabilidade e é necessário que seja possível sua realização. Várias ideias vão surgindo e o que é difícil é identificar a oportunidade e habilidade, características que o empreendedor deve ter. A oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através de inovação ou diferenciação, e cabe ao empreendedor aproveitá-la. Aidar (2007), afirma que nem sempre as inovações vêm das ideias, mas das oportunidades.

Oportunidade pode ser comparada a atividades que exigem investimentos de recursos escassos acreditando no retorno futuro. Aidar (2007) afirma que as oportunidades de negócios surgem de situações relacionadas a novos conhecimentos, transformações tecnológicas, mudanças de preferências dos clientes, inconsistências deixadas pelo mercado. Para iniciar um negócio por oportunidade é imprescindível que o empreendedor tenha conhecimento dos desafios a serem enfrentados, que trabalhe as suas ideias antes de as transformarem em oportunidade de negócios, além de refletir sobre onde quer chegar, sobre os seus conhecimentos e competências.

Dolabela (1999) está de acordo com o pensamento de Aidar (2007) quando afirma que a oportunidade tem algo de novo e atende a uma demanda dos clientes, representando um nicho de mercado, ou seja, aproveitando uma demanda de um segmento, produto ou serviço inexistente. Ele ainda destaca que a oportunidade é atractiva, logo, tem potencial para gerar lucros, lucros suficientes para compensar os riscos e recompensando as expectativas, além de que as oportunidades devem ser ajustadas às capacidades, experiências e habilidades dos empreendedores e surge num momento adequado em relação a quem irá aproveitá-la, o que a torna pessoal e durável.

6.2 Empreendedorismo por necessidade

Os empreendedores por necessidade são motivados pela falta de alternativa satisfatória de trabalho e sobrevivência. Muitos jovens e adultos lançam-se no mercado informal em estilo de negócio comercial ou projecto social de forma improvisada, sem estruturação de modelo de negócio, de empreendimento e de conquista de parceiros.

A maioria dos negócios abertos por necessidade, de acordo com Aidar (2007), são por falta de oportunidade no mercado. Muitas das micros e pequenas empresas são empresas familiares, aberta para o próprio sustento, que muitas das vezes tem baixa capacidade de empregar e não conseguem sobreviver por mais de 5 anos, sendo esse um dos motivos que explicam o grande índice de mortalidade infantil empresarial, diz Aidar (2007). Isso acontece porque o fundamento do negócio não foi a partir de uma oportunidade, surgiu sem um estudo de mercado, sem diferencial e inovação.

7. Palavras-chave do empreendedorismo

- Atividade geradora de valor;
- Reconhecimento de novas oportunidades;
- Satisfação de necessidades;
- Criação de valor para a sociedade;
- Aquele que destrói (destruição criativa – Schumpeter);
- Impulso fundamental que mantém o mercado em funcionamento.

8. Bibliografia e webgrafia recomendada

- AIDAR, M. M. Empreendedorismo: Coleção Debates em Administração. São Paulo: Thompson, 2007. 168p.
- ALDRICH, H.; BAKER, T. Blinded by the cities? Has there been progress in Entrepreneurship research? In: SEXTON, L.; MARTINEZ, M. Entrepreneurship 2000. Chicago: Upstart, 1997. p.377-400.
- ÂNGELO, E. B. Empreendedor Cooperativo: a nova postura de quem faz a diferença. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 250p.
- CARLAND, J.W.; CARLAND, J.C.; HOY, F.S. Na entrepreneurship index: na empirical validation. Frontiers of Entrepreneurship Reserach, v.25, n.3 p. 244-265. 1992
- COVIN, J.; MILES, M. Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. Entrepreneurship Theory and Practice, v.23, n.3, p. 47-64,1999.
- DEGEN, J. R. O Empreendedor: Fundamentos da iniciativa Empresarial. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- DOLABELA, F. Oficina do Empreendedor. São Paulo: Cultura, 1999. 280p.
- _____. O Segredo de Luísa. São Paulo: Cultura, 2006. 304p.
- DORNELAS, J. C.A. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001. 299p.
- DRUCKER, P.F. Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.
- DUTRA, I.; PREVIDELLI, J. Perfil do empreendedor versus mortalidade de empresas: estudo de caso do perfil do micro e pequeno empreendedor. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Atibaia: São Paulo, 2003,27p.
- FILION, L. J. From entrepreneurship to entreprenology. In: USASBE/ICSB WORLD CONFERENCE, 1997, San Francisco. Proceedings... Boca Raton: USABE, 1997.
- GRECO, S.M.S.S.et al Global Entrepreneurship Monitor (GEM): empreendedorismo no Brasil 2005. Curitiba: IBQP, 2005.
- _____. Global Entrepreneurship Monitor (GEM): empreendedorismo no Brasil 2008. Curitiba: IBQP, 2009.
- _____. Global Entrepreneurship Monitor (GEM): empreendedorismo no Brasil 2010. Disponível em: <<http://www.sebraemg.com.br>>. Acesso em: 21 mar. 2012.
- GREATTI, L. O uso do plano de negócios como instrumento de análise comparativa das trajetórias de sucesso e de fracasso empresarial. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Curitiba. 2004, 28p.
- HIRSCMAN, A.O. The strategy of economic development. Connecticut: Yale University Press. 1958
- IBGE. As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil. IBGE/Coordenação de Serviços e Comércio. Rio de Janeiro: 2003.
- KIRNER, I. M. Entrepreneurs and the entrepreneurial function: a commentary. In: Ronen, Joshua (ed). Entrepreneurship. Boston: LexingtonBooks, 1983.
- KUEMMERLE, W. Home base and knowledge management in international ventures. Journal of Business Venturing. v. 17, n. 2, p. 99-122, 2002.
- LEIBENSTEIN, H. Entrepreneur and development. The American Economic Review, v.58, n.2,p. 72-84,1968.