

Manual

Empreendedorismo Código 6374PCDI (25 horas)

Índice

- 1. Caraterísticas do empreendedorismo
 - 1.1 Otimismo, iniciativa e criatividade
 - 1.2 Conhecimento e inovação
 - 1.3 Relacionamento interpessoal
 - 1.4 Capacidade de liderança
 - 1.5 Capacidade de organização
- 3. Suportes ao empreendedorismo
 - 3.1 Estratégias de intervenção
 - 3.2 Resistência ao fracasso

1. Caraterísticas do empreendedorismo

EMPREENDEDORISMO é o estudo voltado para o desenvolvimento de conhecimentos e competências relacionadas com a criação de um projeto, sobretudo o aperfeiçoamento de técnicas e habilidades para elaborar os projetos e colocá-los em prática. Tem origem no termo EMPREENDER que significa realizar, fazer ou executar. É essencial para a promoção do crescimento económico e mesmo social e cultural, pois aquando de sucesso permite melhorar as condições de vida da população. Isto porque o Empreendedorismo é, sobretudo, a atitude de motivação do indivíduo para identificar uma oportunidade e produzir um determinado valor ou resultado económico. É preciso criar projetos únicos e inovadores. A criatividade é um fator essencial, tal como a autodisciplina e a confiança, assim conseguirá atingir o objetivo com eficiência.

Ser empreendedor é sobretudo uma atitude, mais do que qualquer outra coisa. É a atitude para explorar novas oportunidades, para assumir riscos e criar coisas novas. Hoje, precisamos desta atitude a vários níveis: a nível individual, porque o empreendedorismo é uma via eficaz para a auto realização e felicidade; a nível organizacional, porque as empresas precisam de uma cultura de empreendedorismo para sobreviver (no dia em que uma empresa acha que está segura na sua velocidade cruzeiro, torna-se um alvo perfeito para a concorrência); e por fim, a nível das sociedades, porque o empreendedorismo já provou ser uma poderosa solução para os problemas que os governantes não conseguem resolver.

Ser empreendedor:

- a. É uma reação do empreendedor para com o mundo, um sentimento que as coisas podem sempre ser melhoradas;

- b. É "pensar fora da caixa", procurando soluções diferentes das usuais, analisando os problemas por outra perspectiva, usando recursos que menos comuns, cruzando criativamente diferentes saberes e experiências adquiridas, desafiando os pressupostos;
- c. É ser pragmático em relação aos resultados, não se conformando com nada menos do que o melhor possível, gastando o mínimo de recursos com o máximo impacto.

1.1 Otimismo, iniciativa e criatividade

O empreendedor de um modo geral é caracterizado por ser um indivíduo com muita determinação, que anseia conquistar novos espaços, desenvolve e cria novos produtos e métodos de produção. São pessoas apaixonadas pelo que fazem, usam a criatividade, habilidades e conhecimentos com o propósito de descobrir novas formas de inovar e trazer vantagens competitivas para o negócio.

Otimismo é obrigatório. Sem ele nunca será bem sucedido. O dinheiro não deverá ser a sua única motivação. Se você não está a fazer algo que adore, irá sacrificar a sua felicidade e com isso nem todo o dinheiro do mundo poderá ajudar. É provavelmente a competência mais importante de todas. Se você não está motivado em relação ao futuro, como vai encorajar os seus empregados e clientes? Mesmo que não se sinta entusiasmado interiormente, tem de ser sempre capaz de projetar uma aura de entusiasmo.

O comportamento empreendedor manifesta-se em pessoas com habilidades criativas, sendo uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais. No exercício de ações empreendedoras estão sempre presentes a incerteza e o risco, tanto na vida como na carreira do empreendedor.

Ter a atitude empreendedora no desenvolvimento pessoal é importante, embora implique remar contra a corrente. A maioria das pessoas vê as suas vidas com várias limitações e geralmente agarra a primeira oportunidade que lhes é oferecida, procurando não desafiar muito as suas capacidades. O empreendedor, pelo contrário, conhece-se a si próprio e sabe como se pode autodesenvolver. Constantemente reavalia as suas capacidades e luta por melhorar continuamente a sua vida.

O empreendedor de sucesso pode ser considerado como o indivíduo que está sempre a observar negócios na constante procura de oportunidades, portador das condições necessárias para empreender e que busca absorver tudo o que contribui para a criação, desenvolvimento e realização da visão. A criatividade é orientada pela observação de outros negócios, associação de ideias, sucessos e fracassos.

Entre as várias características presentes nos empreendedores podemos dizer que possuem alto grau de energia, dedicação ao trabalho, concentração de esforços para alcançar os resultados, são pessoas altamente comprometidas naquilo que fazem orientadas para resultados e longo prazo, conhece muito bem o ramo que atua, cultiva a imaginação e aprende a definir visões.

A iniciativa no perfil empreendedor desenvolve-se cada vez mais devido a uma situação de mercado onde a falta de emprego conduz as pessoas à criação de negócios próprios, visando à geração de rendimentos. Mostra-se um mercado rico em profissionais prestadores de serviços, autônomos e/ou proprietários de empresas. Para que uma iniciativa empresarial possa ter maiores oportunidades de sucesso o empreendedor deve ter uma visão clara de onde pretende chegar e um plano de negócios sólido que garanta esse objetivo. Uma grande parcela de pessoas que optam por se tornar empreendedores são movidos por vários motivos que podem ir desde a perda do emprego (principal fonte de rendimento), desejar ter seu próprio negócio e com isso, a possibilidade de ganhar mais dinheiro.

1.2 Conhecimento e inovação

- ☐ a análise documental, consubstanciada no estudo da informação de carácter técnico e/ou estatístico disponível sobre o assunto;
- ☐ Estudo de casos práticos, relacionados com a criação de empresas e publicados em revistas ou jornais ou obtidos diretamente, através de contactos com empresários já estabelecidos;
- ☐ Recurso a consultores, peritos em determinados domínios vitais para a avaliação da valia e exequibilidade da ideia;
- ☐ Observação do quotidiano e a visita a feiras e exposições, bem como a leitura da imprensa especializada.
- ☐ entender um pouco sobre contas para gerir as finanças da sua empresas assim como os impostos a pagar. Se é um desastre total a matemática, apoie-se num bom contabilista para ultrapassar essa limitação.
- ☐ é impossível ser empreendedor sem dominar pelo menos as competências básicas da informática. Possuir uma presença na Internet através de um website ou página nas principais redes sociais é crucial para o sucesso do empreendedor. É também importante trabalhar num bom computador, já que trabalhar com computadores lentos pode ser altamente prejudicial ao fluxo de trabalho.

1.3 Relacionamento interpessoal

2. Networking

O empreendedorismo não se trata sempre de competências ou de qualidades. Em muitas circunstâncias é também sobre fazer ligações pessoais. Pode ser difícil descobrir outras pessoas e tentar vender-lhes algo, mas assim que começar a fazê-lo, verá que se tornará cada vez mais fácil.

1.4 Capacidade de liderança

Liderança, comprometimento pessoal e otimismo: liderar é saber definir, orientar a realização de tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos para conduzir pessoas ao alcance dos objetivos desejados. Comprometimento pessoal é estar pronto para assumir o comando quando algo não sai como previsto e por fim o otimismo procura enxergar sempre o sucesso em vez de imaginar e temer possíveis fracassos.

Os empreendedores não são apenas aqueles que têm ideias, criam novos produtos ou processos. São os que programam, lideram equipes e vendem suas ideias. É difícil encontrar todas essas características em uma única pessoa, por isso, a identificação do perfil de cada uma é fundamental e o trabalho em equipe é fator essencial para o possível sucesso dos empreendedores dentro de uma organização.

O empreendedor pode ser considerado também um estrategista que procura criar métodos inovadores para gerar oportunidades nos mercados, transformando possibilidades em probabilidades e, nessa linha de pensamento as suas ações têm impacto decisivo nos contextos organizacionais e seu dinamismo praticamente dita o ritmo de andamento dos processos.

Avaliação de personalidades

Ler a personalidade das pessoas com quem trabalha é uma competência que vai usar diariamente. Desde adivinhar as táticas de negociação de um cliente até à contratação das pessoas certas, a avaliação de personalidades é um elemento muito importante na gestão de empresas.

1.5 Capacidade de organização

a. Autodisciplina

A autodisciplina é crucial. Se não tiver autodisciplina, nunca terá nada feito a tempo. Para se tornar um empreendedor, terá que trabalhar a todo o tipo de horas

absurdas e por períodos muito, muito longos. Se você luta para sair da cama de manhã, então este estilo de vida não será provavelmente para si.

Gestão do tempo

Quando começa um novo negócio, tem de pensar muito mais sobre a forma como aproveita o seu tempo. De facto, na maioria das situações, você terá que se adaptar às agendas das outras pessoas. Uma boa gestão do tempo é essencial e sem ela, terá muitas dificuldades.

3. Suportes ao empreendedorismo

3.1 Estratégias de intervenção

Passo 1 - Gerar uma ideia

Um projeto empresarial pode ter várias fontes de inspiração: a sua experiência profissional, hobbies ou a constatação de uma necessidade do mercado. O fundamental é não perder a noção de que o projeto tem de ser, acima de tudo, realista.

Nesta fase, deve colocar à prova o seu perfil de empreendedor, bem como analisar a viabilidade da ideia, respondendo a algumas questões: “Tenho um perfil empreendedor?

A quem se destina o meu produto/serviço? O mercado necessita daquilo que tenho para oferecer? Que produtos/serviços tenho para oferecer? Quais os benefícios do meu produto/serviço? Quem é a minha concorrência e como posso diferenciar-me dela? Que preço cobrar? Qual o investimento inicial de que vou precisar? Como vou financiar o projeto? Qual a melhor localização para o negócio? A atividade que quero desenvolver carece de algum licenciamento especial? Existe algum tipo de apoio para a minha atividade? Como vou escolher os meus sócios e qual o número de sócios ideal para o projeto?”. Não se esqueça: algumas ideias, pela sua inovação, deverão ser protegidas legalmente. Em Portugal, compete ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial atribuir o registo de direitos

Criar uma marca, logotipo e slogan para evidenciar a sua ideia de negócio.

O logotipo é uma parte da marca, que deve aparecer nas peças gráficas feitas pela empresa. Por exemplo, o símbolo de uma empresa não é a marca em si, mas representa o conceito que a empresa deseja associar à sua marca. Exemplos: Apple e Nike.

Já a marca é representada graficamente pela logo e pela identidade visual. Compreende o símbolo, o logotipo, as emoções e as cores. É o elemento principal da identidade visual da empresa, é através dela que a empresa será identificada em qualquer lugar, independente do conceito gráfico em que está inserida. De um ponto de vista geral, a marca pode ser conceituada como a conexão entre uma empresa, sua missão, valores, visão e consumidores.

Slogan é uma frase de fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa («A número 1», por exemplo). É um conceito importante na publicidade onde uma curta mensagem é usada como uma identificação de fácil memorização agregando a um produto ou serviço.

Passo 2. Testar a ideia

Já lá vão os tempos em que “o segredo é a alma do negócio”. Hoje em dia, não faz sentido criar uma empresa se o mercado não precisar do produto/serviço que tem para oferecer. Por isso, enquanto empreendedor, o melhor que pode fazer é falar sobre o seu projeto com pessoas que sejam da sua confiança. Mais tarde, deve ainda apresentá-lo a potenciais clientes, de forma a tentar avaliar as potencialidades da ideia. É também nesta fase que vai começar a procurar informação sobre como concretizar o seu negócio: fazer um levantamento das questões legais a cumprir, consultando entidades competentes nesta matéria (as questões legais variam de acordo com a tipologia dos negócios).

Passo 3. Selecionar a equipa certa

Esta é a altura em que vai fazer uma primeira abordagem à constituição da sua equipa. Rodeie-se de parceiros (eventuais sócios) que possam enriquecer o projeto, não só pela sua capacidade de investimento financeiro, mas também pelas suas qualidades técnicas. Procure pessoas que partilhem a sua visão de negócio e ambição, para evitar posteriores incompatibilidades e ruturas na gestão quotidiana do negócio. Se apostou numa área na qual não tem particular

experiência e conhecimento, pode suprir eventuais lacunas de formação recrutando especialistas nesses setores. Rodeie-se de profissionais empreendedores e com capacidade de iniciativa.

Passo 4. Elaboração do plano de negócios

É nesta fase que vai passar para o papel todas as ideias que teve até agora, estruturando-as. Discutir estratégias, definir prioridades, descartar ideias menos boas são alguns dos passos a tomar. O plano de negócios será o cartão de visita da sua empresa junto a potenciais investidores, por isso deve expor de forma realista como pensa transformar a ideia num negócio exequível, sustentável e lucrativo. Na elaboração deste plano, devem constar os produtos/serviços que a empresa pretende desenvolver, políticas de distribuição, preços e formas de promoção, tudo com orçamentos previsíveis, dados referentes à análise de mercado, plano de investimentos, fontes de financiamento, plano de tesouraria e rentabilidade do projeto.

Passo 5. Como financiar o projeto

Na altura de decidir, em conjunto com a sua equipa, como o projeto será sustentado, há várias opções possíveis. O ideal seria financiar com capitais próprios, mas a percentagem de empreendedores que consegue criar uma empresa sem recorrer a investidores externos é residual. Assim, deve estar preparado para defender o seu projeto junto da banca, investidores privados, business angels ou empresas de capital de risco. É importante ter uma estimativa muito realista das necessidades de capital para o arranque do negócio. A partir daqui, será mais fácil definir onde se deve dirigir para conseguir esse capital. Mas, independentemente da sua escolha, deverá ter uma estratégia definida para atrair os investidores e convencê-los de que a sua ideia é viável e que o projeto está mitigado em termos de riscos, como o caso de riscos operacionais, de mercado, de equipa, legais, tecnológicos, financeiros, entre outros.

Passo 6. Escolher a localização

O local que escolhe para instalar a empresa faz toda a diferença. Além de ser uma das primeiras imagens que os clientes terão do negócio, deverá adequar-se à atividade que quer desenvolver e aos targets que pretende alcançar. É claro que a localização é mais importante em certos tipos de negócios do que noutros. No caso de um projeto business to consumer, que implique a existência de um espaço comercial, a localização poderá mesmo ser determinante. A primeira decisão a tomar é se vai procurar um espaço próprio ou arrendado. Aqui não se deve precipitar. Um erro pode causar-lhe um gasto desnecessário de dinheiro. Seja prudente nas escolhas: uma má localização, uma área desadequada, uma renda exagerada ou um compromisso de arrendamento excessivamente longo podem fazer de uma escolha aparentemente acertada um mau investimento. De qualquer forma, o arrendamento é sempre uma melhor opção do que a aquisição, uma vez que, se o negócio não correr bem, não fica preso a um ativo.

Passo 7. Criação formal da empresa

Uma vez ultrapassada a questão do financiamento, deve escolher a forma jurídica ideal para a empresa, e posteriormente avançar para a sua constituição formal, utilizando para o efeito um dos vários balcões “Empresa na Hora” que se encontram espalhados pelo país.

5. Alguns conceitos

Os Business Angels são investidores individuais que investem, diretamente ou através de sociedades veículo, no capital de empresas com potencial de crescimento e valorização. Além do investimento monetário, aportam também

aos projetos empresariais conhecimentos técnicos ou de gestão bem como redes de contactos.

Business-to-consumer, B2C, também business-to-customer, é o comércio efetuado diretamente entre a empresa produtora, vendedora ou prestadora de serviços e o consumidor final, através da Internet (Note-se: consumidor e não ainda necessariamente cliente, pois o consumidor pode estar ainda apenas a conhecer os produtos e serviços).

Startup é uma empresa nova, até mesmo embrionária ou ainda em fase de constituição, que conta com projetos promissores, ligados à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras. Por ser jovem e estar implantando uma ideia no mercado, outra característica dela é possuir risco envolvido no negócio. Mas, apesar disso, são empreendimentos com baixos custos iniciais e são altamente escaláveis, ou seja, possuem uma expectativa de crescimento muito grande quando dão certo.

3.2 Resistência ao fracasso

Perante o insucesso, mantém uma atitude positiva e de superação

Não desmotiva perante críticas

É preciso discernimento para reconhecer o fracasso, coragem para assumi-lo e divulgá-lo e sabedoria para aprender com ele. O fracasso está presente em nossa vida, em seus mais variados aspectos. Reconhecer o fracasso é uma questão de proporção e perspectiva.

A história e a literatura são unânimes em afirmar que cada fracasso ensina ao homem algo que necessita aprender; que fazer e errar é experiência enquanto não fazer é fracasso; que devemos nos preocupar com as chances perdidas quando nem mesmo tentamos; que o fracasso fortifica os fortes. Costuma-se dizer que o fracasso é o primeiro passo no caminho do sucesso ou, citando Henry Ford, o fracasso é a oportunidade de se começar de novo inteligentemente. Daí decorre que deve ser objetivo de todo empreendedor errar menos, cair menos vezes, mais devagar e não definitivamente. Poucos percebem que a liberdade de fracassar é vital se você quer ser bem-sucedido. Os empreendedores de maior êxito fracassaram repetidamente, e uma medida de sua força é o fato de o fracasso impulsioná-los a alguma nova tentativa de sucesso.

O sucesso, pois, decorre da perseverança (acreditar e lutar), da persistência (não confundir com teimosia), da obstinação (só os paranoicos sobrevivem). Decorre de não sucumbir à tentação de agradar a todos (gregos, troianos e etruscos). Decorre do exercício da paciência, mais do que da administração do tempo. Decorre de se fazer o que se gosta (talvez seja preferível fracassar fazendo o que se ama a atingir o sucesso em algo que se odeia). Decorre de fabricar o que vende, e não vender o que se fabrica (dizem que qualquer idiota é capaz de pintar um quadro, mas só um gênio é capaz de vendê-lo). Decorre da irreverência de se preparar para o fracasso, sendo surpreendido pelo sucesso.

Decorre da humildade em aceitar os pequenos detalhes como mais relevantes do que os grandes planos. Decorre da sabedoria de manter a cabeça erguida, a espinha ereta, e a boca fechada.

Finalizo parafraseando Jean Cocteau: “Mantenha-se forte diante do fracasso e livre diante do sucesso”.

