

INTERFACES ENTRE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

Elaine Aparecida da Silva
Patrícia Soares Galetti
Thalita Olímpio

Orientadora: Prof^a Dra. Carla Aparecida Arena Ventura

Resumo

A inovação é, cada vez mais, condição imprescindível para o desenvolvimento organizacional. Nessa perspectiva, a presença de empreendedores na gestão das empresas facilita o processo de inovação. Por meio da inovação, as organizações conseguem lidar de maneira mais efetiva com os seus pontos fracos e as ameaças do ambiente externo. Dessa forma, esta reflexão teórica apresenta como objetivo relacionar os conceitos de empreendedorismo e inovação, com base no pressuposto de que inovar não é mais um capricho para a empresa e sim uma necessidade. Cabe, portanto, ao empreendedor buscar oportunidades e utilizar as informações não só para criar algo novo, mas identificar inovações possíveis em algo que já existe, transformando-as com criatividade. Em suma, este estudo une empreendedorismo e inovação, com o propósito de compreender diferentes formas de inovar, aproveitar oportunidades, riscos e mudanças e entender melhor a importância de se ter esse espírito inovador com excelência e ética para que a organização consiga lidar efetivamente com os desafios do mercado atual.

Palavras-chave: Organizações, empreendedorismo, espírito empreendedor, inovação, criatividade e competitividade.

Abstract

Innovation is increasingly an indispensable condition for organizational development. From this perspective, the presence of entrepreneurs in business management facilitates the innovation process. Through innovation, organizations can more effectively deal with their weaknesses and threats in the external environment. Thus, this theoretical thinking to correlate the concepts of entrepreneurship and innovation, based on the assumption that innovation is no longer a whim for the company but a necessity. It is, therefore, seek opportunities to entrepreneurs and using information not only to create something new, but to identify possible innovations in something that already exists, making them creatively. In summary, this study combines entrepreneurship and innovation, in order to understand different ways to innovate seize opportunities, risks

and changes and understand the importance of having this innovative spirit with excellence and ethics for the organization can deal effectively with challenges of the current market.

Keywords: Organizations, entrepreneurship, innovation, creativity, and competitiveness.

Introdução

Devido às mudanças e exigências do mercado atual, os empreendedores estão sendo induzidos a buscar novas práticas de negócios, novos meios que consigam manter a empresa e proporcionar maior estabilidade e competitividade. Nesse cenário, uma forma de fazer com que isso aconteça é a busca da inovação, que é a criação de novos processos, produtos ou mesmo uma transformação de algo já existente.

Para que esse processo de inovação ocorra é necessário que as organizações proporcionem ambientes que permitam alcançar metas e objetivos, seguindo um planejamento estratégico, levando em conta a eficiência e eficácia e como o ambiente interno e externo podem afetar a organização e as decisões tomadas no dia-a-dia.

Assim, cabe ao empreendedor identificar oportunidades, ter uma visão ampla do negócio e ter espírito de líder para colocar em prática a oportunidade desejada e saber aproveitar a criatividade, peça fundamental na inovação e que facilita a geração de novas ideias, analisando-se o nível de percepção e de sucesso que esta ideia pode gerar, buscando qualidade para se manter competitivo e atender bem os consumidores que estão cada vez mais exigentes.

Nesse contexto, esta reflexão teórica, com base na revisão da literatura publicada sobre o tema, pretende compreender os desafios vivenciados pelas empresas no século XXI com relação ao ambiente interno e externo e como o empreendedor pode lidar com as exigências do mercado por meio da inovação e manter-se competitivo.

1. Organização

Na história da humanidade houve sempre uma forma de administrar as organizações sejam elas simples ou complexas. A organização eclesiástica da igreja católica predominou no pensamento administrativo através dos séculos, embasada em forte hierarquia de autoridade, unidade de comando e unidade de direção.

Naquele contexto, a organização militar também influenciou a elaboração das teorias da administração. Posteriormente, com o surgimento da indústria, modificou-se completamente a estrutura social e comercial da época, levando a rápidas mudanças econômicas, política e sociais.

As organizações podem também representar a interação de pessoas para realizar funções a fim de alcançar metas comuns e são importantes pelo fato de possuírem valores e necessidades culturais, permitindo alcançar metas, que seriam impossíveis de serem atingidas e proporcionando conhecimento e desenvolvimento de novos meios eficientes de realizar objetivos.

Uma organização não pode existir sem interagir com clientes, fornecedores, concorrentes e outros elementos do ambiente externo. Atualmente, algumas empresas estão até mesmo cooperando com seus concorrentes, compartilhando informações e tecnologia com vantagens para todos (DAFT, 1997, p.7).

Para uma organização se desenvolver e ser bem estruturada, precisa de administradores que realizem bem seu papel, levando a empresa a atingir seus objetivos. O administrador precisa ser tanto eficiente como eficaz, sendo eficiência a capacidade de realizar as coisas certas, e eficácia a escolha de objetivos certos.

Federick Taylor e Henri Fayol foram os fundadores da abordagem clássica dando ênfase nas tarefas e estrutura, visando à eficiência das organizações. Alguns autores afirmam que a teoria clássica foi mais aceita no passado, pois as empresas encontravam-se num ambiente mais estável, do que as empresas do presente em que as organizações são mais agressivas. A coordenação é mais facilitada ligando-se as pessoas e assegurando-se que todas as pessoas saibam de suas responsabilidades.

A abordagem das relações humanas apresenta como objetivo inicial o estudo da motivação e seu comportamento humano. Nasceu com a experiência de Hawthorne desenvolvida por Elton Mayo, que teve como foco as pessoas, os grupos e a organização informal, surgindo em contraposição à teoria clássica.

Para que uma organização seja bem estruturada e tenha maior desempenho, é necessário que haja eficiência e eficácia organizacional. A abordagem de metas para a eficácia se relaciona pela saída e a organização alcança seus objetivos desejados à saída. Em suma, a eficiência diz respeito ao nível operacional e a eficácia diz respeito ao nível institucional. Nem sempre eficiência e eficácia estão presentes conjuntamente nas empresas, embora essa deveria ser a melhor forma.

Assim, as organizações devem utilizar seus meios de eficácia, ser eficiente, bem estruturada e analisar de forma que consiga lidar de maneira mais efetiva com os seus pontos fracos e as ameaças do ambiente externo.

2. Ambiente Externo

Para Chiavenato (2002), o ambiente representa todo o universo que envolve externamente uma empresa, isto é, tudo aquilo situado fora da empresa. É do ambiente que as empresas obtêm os recursos e informações necessárias para subsistência e funcionamento, e é no ambiente que colocam os resultados de suas operações. Nenhuma empresa se situa no vácuo; ela interage com o ambiente e seu resultado depende das influências sofridas por este.

Durante muito tempo, a preocupação da administração era focada no ambiente interno da empresa, com seus subordinados, formas administrativas e melhores condições de trabalho. Com estudos voltados para essas áreas, os administradores ignoravam o que ocorria no ambiente externo, pois o ambiente que as empresas vivenciavam era estável e previsível.

Nos dias atuais, o ambiente externo passa por mudanças todo o tempo com um alcance rápido dentro da empresa e nas suas tomadas de decisões. As constantes inovações nas áreas tecnológicas, mudanças na economia, social e financeira, afetam diretamente a empresa.

As ameaças do ambiente externo decorrem de mudanças desfavoráveis que levariam à diminuição de vendas e lucros para a empresa, sendo necessário, assim, que os executivos enfrentem essas ameaças ou se adaptem a elas.

Para Daft (1999), existem duas estratégias básicas para conviver com incertezas ambientais relevantes. Uma é adaptar a organização às mudanças ambientais e a outra é influenciar o ambiente para torná-lo mais compatível com as necessidades da organização.

3. Ambiente Interno

De acordo com Daft (1999), o ambiente interno dentro do qual os gerentes trabalham inclui a cultura organizacional, a tecnologia da produção, a estrutura organizacional e as instalações físicas. Destes, a cultura organizacional destaca-se como fundamental para a vantagem competitiva. Portanto, pode-se considerar que o ambiente interno é formado por diversos fatores contribuídos pela cultura da empresa como, por exemplo, regras, valores, estrutura organizacional e física, administração e gestão, controle e liderança.

As regras e os valores devem expressar a história da empresa e como ela é constituída, ligada a uma cultura organizacional, em que se apresentam normas de comportamento, exigências e metas a serem cumpridas e a ética pessoal dos fundadores da empresa, seguidos pelos funcionários.

A estrutura organizacional deve ser de tal forma que todos que fazem parte da empresa se sintam à vontade e saibam qual o seu papel e o que representam para a empresa. Quanto à estrutura física, deve ser agradável, passar segurança e facilitar mudanças tecnológicas ou sociais.

A administração e a gestão têm um papel fundamental no ambiente interno, pois é da eficiência dela que os resultados serão positivos. Cabe à administração e à gestão saber qual a meta e a missão da empresa, onde quer chegar, qual o planejamento estratégico a ser seguido e analisar com eficácia seus pontos fortes e fracos. Entretanto, a empresa deve também levar em conta o controle e a liderança de modo que, aqueles que têm poder para controlar e liderar devam saber exatamente como dirigir as atividades e executar seu poder de controle, conquistando a confiança de seus subordinados e usando a influência obtida a seu favor, determinando quais serão os processos e métodos a seguir, ajustando-se às mudanças inevitáveis e ganhando, assim, uma forma mais eficaz de alcançar a meta da empresa. Este líder, na verdade, atua no âmbito organizacional, empreendendo e inovando.

4. Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo foi inicialmente utilizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1950. De acordo com este autor, o empreendedor é uma pessoa que tem algumas habilidades para saber produzir. Posteriormente, em 1967, Kenneth Knight e, em 1970, com Peter Drucker, apresenta-se o conceito de risco, enfatizando-se que um empreendedor precisa arriscar.

Em 1985, com Gifford Pinchot, surge o conceito de intra empreendedor, que corresponde a uma pessoa empreendedora dentro de uma organização.

“Empreendedorismo – um campo de estudos que busca entender como surgem as oportunidades para criar novos produtos ou serviços, novos mercados, processos de produção, formas de organizar as tecnologias existentes ou matérias-primas e como são descobertas por pessoas específicas, que então usam vários meios para explorá-las” (SHANE e BARON, 2007, p.10).

O empreendedorismo está ligado a um processo, uma cadeia de atividades e eventos que ocorrem ao longo do tempo. Tudo começa com uma ideia para algo novo e ousado.

É importante o empreendedor levar em consideração as condições econômicas, tecnológicas e sociais das quais as oportunidades surgem. São pessoas que reconhecem tais oportunidades, as técnicas de negócios, os efeitos sociais e econômicos produzidos por tal crescimento.

Para Drucker (1989, p.33), “o empreendimento é um comportamento e não um traço de personalidade e suas bases são o conceito e a teoria, e não a intuição”.

O processo de empreender surge quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade, mas para empreender isto não basta e é preciso fazer algo efetivo em relação à ideia ou oportunidade em vista. É necessário buscar fazer um plano de negócio detalhado e bem planejado. Enfim, lançar o novo empreendimento quando os recursos necessários forem organizados.

Já para Dolabela (2005, p.), “empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship, utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil suas origens, seu sistema de atividades seu universo de atuação”.

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis (DOLABELA, 1999, p. 44).

O empreendedor deve, portanto, identificar uma oportunidade. Este é o papel central na atividade empreendedora e ligado a ele está a capacidade de identificar, e buscar recursos para aproveitar uma oportunidade.

A oportunidade é uma ideia e está ligada a um produto ou serviço que gera valor ao consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação. Possui algo novo e busca atender a uma demanda de clientes, representando um nicho de mercado que possui potencial para gerar lucros, e surge num momento adequado.

O processo empreendedor envolve algumas atividades, suas funções e suas ações relacionadas ao surgimento de uma nova empresa.

Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Em segundo lugar, o empreendedorismo exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade e crescer. Em terceiro, o empreendedorismo requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos (CHIAVENATO, 2004, p. 19).

O plano de negócio compreende dados e informações sobre o futuro empreendimento que define as principais condições para uma análise de possíveis riscos. Para facilitar sua implantação, deve ser feito um *check list* para não deixar passar nada. O plano de negócio não elimina possíveis erros, mas ajuda a enfrentá-los e a direcionar melhor seus esforços.

4.1 Do Empreendedor

O empreendedor sempre teve um papel importante na sociedade. No passado, era definido como aquele que gerenciava com pequenos riscos algumas vezes confundidos com gerentes e administradores que controlavam e organizavam as empresas. Nesse contexto, podemos analisar as diferenças entre administradores e empreendedores.

Segundo Dornelas (2001. p. 28), “administradores e empreendedores possuem diferenças e similaridades. Todo empreendedor tende a ser um bom administrador e obter sucesso, no entanto, nem todo administrador é um bom empreendedor”. O empreendedor tem características e atitudes que o diferencia do administrador. O papel do administrador está relacionado a processos gerenciais, soluções de conflito tendo um espírito de liderança, sabendo se comunicar, lidar com pessoas, negociar, conduzir mudanças e solucionar conflitos. O administrador tem um teor mais técnico, desenvolve seu trabalho com um grau maior de eficiência.

Ao abordar o tema, Dornellas (2001, p. 15) adverte que “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa aos fatos e tem uma visão futura da organização”.

Nestes contextos, os empreendedores são pessoas diferenciadas que fazem as coisas acontecerem, são motivadas, apaixonadas pelo que fazem. Um bom empreendedor tem ideias de novos produtos e serviços, novas formas de organização ou novos recursos ligados a uma boa administração voltada para o crescimento.

O empreendedor identifica oportunidades, se aprofunda em informações. Nessa perspectiva, não se trata somente de criar algo novo, mas de identificar inovações possíveis em algo que já existe e em transformá-la em algo novo e criativo.

4.2 Espírito Empreendedor

O espírito empreendedor é identificado por meio daquela pessoa que tem a habilidade de enxergar oportunidades de novos negócios e a habilidade na transformação de negócios já existentes. Possui visão do futuro, introduz inovação a produtos e serviços, assume riscos, sabe definir seu negócio, estuda seu cliente, é criativo, dinâmico e conduz o desenvolvimento econômico, em constante transformação e crescimento.

Para Chiavenato (2007, p. 5), “o empreendedor é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades”.

O empreendedor é aquele que consegue transformar ideias simples em algo já definido no mundo dos negócios. “O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias” (SCHUMPETER, 1949).

Chiavenato (2007) afirma, ainda, que o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio negócio, mais saber mantê-lo e sustentá-lo em ciclo de vida prolongada. Sendo assim, deve administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades relacionadas ao negócio.

O empreendedor deve estar livre para inovar e desenvolver suas próprias ideias e ter a capacidade de transformá-las em oportunidades, tendo planejamento e determinação de onde se quer chegar com conhecimento exato e completo do que se quer construir, e do seu papel na sociedade e a visão de crescimento podendo conseguir alcançar os objetivos.

5. Empreendedorismo e Liderança

Ser um bom empreendedor significa ter ideias de novos produtos e serviços, nova formas de organização ou novos recursos ligados a uma boa administração voltada para este crescimento. Deve descobrir novas oportunidades

de acordo com as principais fontes de mudanças, saber de meios, formas e ocasiões de explorá-las e conhecer os setores mais atraentes para a criação de uma nova empresa ou de uma nova oportunidade.

Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornecem empregos, introduzem inovações e incentivam o crescimento econômico. Não são simplesmente provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos inerentes em uma economia em mudança, transformação e crescimento (CHIAVENATO, 2004, p.4).

Porém, é necessário que o empreendedor tenha domínio de negócio e habilidade de liderança, com um bom relacionamento para colocar em prática o negócio desejado e deve concentrar-se em suas práticas focando nas oportunidades que aparecem no ambiente externo e interno da empresa, utilizando de seu espírito empreendedor para tomar decisões precisas ligando a oportunidade com a empresa em geral.

“Liderança é um processo contínuo de escolha que permite que a empresa caminhe em direção a sua meta, apesar de todas as perturbações internas e externas” (BAVELAS apud CHIAVENATO, 2004, p. 122).

Ao decidir qual oportunidade irá seguir, o empreendedor deve aprimorar suas habilidades de liderança estando motivado e conseqüentemente motivar seus subordinados, passando segurança e confiança em suas delegações de acordo que passe respeito àqueles que vão receber suas ordens.

Ser um líder não significa apenas ter direção e voz de comando. Este assunto é mais amplo do que se imagina, ainda mais levando em conta o clima e a cultura organizacional, que têm grande impacto em decisões dentro de uma empresa.

Liderança é um tema de extrema abrangência, raramente dissecado em sua totalidade, apesar do grande número de publicações sobre o assunto. Claro está que não existem organizações em pessoas que detenham poder e algum tipo de autoridade formal. No entanto, isso não significa que todos aqueles que detêm poder sejam necessariamente líderes, embora a recíproca seja verdadeira. Líderes verdadeiros têm autoridade poder, a eles são concedidos de forma especial.” (BERGAMINI, 2002 p.7).

Um líder deve conhecer e saber bastante sobre a cultura da empresa e tipo de subordinados que serão liderados para que possa criar metas e meios mais eficazes de alcançar o objetivo da empresa, favorecendo um ambiente mais agradável e conquistando melhor a sua liderança.

Uma das características que envolvem um bom líder é seu comportamento, pois deve seguir as normas da empresa com respeito, autoridade, carisma e saber usar dessas fontes como uma ponte entre o líder e quem receberá as ordens. Deve saber como será o comportamento em geral da empresa para que quando ocorram mudanças repentinas ou mudanças projetadas, isso não seja um grande problema, difícil de resolver.

Em suma, o líder que empreende pode se utilizar da inovação empresarial para lidar com as incertezas do ambiente externo e os pontos fortes do ambiente interno.

6. Inovação empresarial

Inovação significa transformar, mudar ou renovar. Devido à mudança de mercado e ao grande crescimento da concorrência, as empresas estão sendo levadas a inovar para manter-se no mercado atual. Pode ser inovação de produtos, processos, organizacionais ou mesmo de marketing em relação ao ambiente interno e externo, cabe à empresa decidir o que é melhor para garantir sucesso.

Uma inovação para ser eficaz precisa ser simples e tem q ser concentrada. Ela deve fazer somente uma coisa, eis que, em caso contrario, ela confunde. Se não for simples, ela não funciona. Tudo que é novidade corre perigo; se complicado não pode ser concertado ou ajustado. Todas as inovações eficazes são surpreendentemente simples (DRUCKER, 2003, p. 190).

Segundo o manual de OSLO os tipos de inovação são definidos como:

A inovação de produtos é a introdução de bens e serviços novos, melhorando as características do produto. Incluem-se o melhoramento de técnicas específicas de seus componentes e materiais e podem usar novos conhecimentos de tecnologia, aperfeiçoando o funcionamento dos produtos, bens de serviços já existentes.

A inovação de processos corresponde à implementação de um método de produção, visando reduzir custos de produção e na distribuição, melhorando a qualidade do novo produto.

A inovação organizacional e a implementação de um novo método nas práticas de negócio da empresa visa suas relações internas e externas, podendo

assim melhorar seu desempenho e reduzir custos administrativos, tendo uma maior satisfação no ambiente de trabalho.

A inovação de marketing é a implementação de um novo método de marketing, tendo em vista uma nova concepção do produto, voltada para melhor atender às necessidades dos consumidores com intuito de aumentar vendas.

A necessidade de ser mais inovador está em quase todas as organizações atuais. Porém, essa demanda de aumento ainda não está sendo preenchida.

Para a inovação ser boa como se espera, deve ser estimulada – correr riscos, modificar, trabalhar duro, sair de sua “zona de conforto”, ter mais ideias, ler mais e, principalmente, utilizar de rotinas criativas ligando tempo e qualidade.

Transformar uma organização em um espaço altamente inovador pede, em nossa opinião, a adoção de um conjunto completamente diferente de ações e o questionamento de conceitos fundamentais de como aprendemos, criamos e geramos valor (TERRA, 2007, p.78).

A criatividade passa por processos criativos que se resumem em pesquisas, avaliações, geração de ideias, um planejamento completo e correto e muita ação seguida de força de vontade.

De acordo com o site <http://criatividadeaplicada.com/2007/02/10/o-processo-criativo/>, o autor apresenta um quadro com três princípios que norteiam as técnicas de criatividade envolvendo atenção, fuga e movimento.

Figura 1. Princípios das Técnicas de Criatividade

 Atenção À que?	 Fuga De que?	 Movimento Em que sentido?
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elementos da situação atual. ❖ Características, atributos e categorias. ❖ Diferenças e similaridades. ❖ Suposições, padrões e paradigmas. ❖ O que funciona e o que não funciona. ❖ Coisas em que normalmente não prestamos atenção. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Idéias dominantes. ❖ Pensamento convencional. ❖ Restrições mentais atuais. ❖ Julgamentos prematuros. ❖ Barreiras e regras. ❖ Suposições. ❖ Experiências passadas. ❖ Tempo e lugar. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No tempo e no espaço. ❖ A outro ponto de vista. ❖ Do geral para o particular e vice-versa. ❖ Livre associação de idéias. ❖ Explorar conexões ente conceitos, tecnologias e objetos.

Fonte: <http://criatividadeaplicada.com/2007/02/10/o-processo-criativo/>

A figura 1 acima explica que essas técnicas apresentadas têm objetivo de ajudar na criatividade e contribuir com a inovação, já que a criatividade é essencial para a inovação. Ter atenção e ser curioso com tudo que acontece, principalmente com coisas que se deixa passar despercebido. A fuga se refere a onde e de que se parte a inovação, de onde começar, quais são as barreiras, as restrições, onde e quanto tempo levará para a inovação ser aplicada. E por fim, o movimento que envolve pontos gerais, quais as ideias, conceitos e tecnologias que poderão ajudar e ser útil.

Os empreendedores atuais devem estar ligados às mudanças que ocorrem rapidamente no mercado para que não percam tempo e possam investir cada vez mais em inovação, ligando a estratégia do negócio com os objetivos da empresa. Devem também gerar ideias e escolher as que terão valor e que realmente podem ser implantadas no contexto de inovação e, por fim, devem aprender com as experiências, mudar e melhorar o que for necessário.

Enfim, com a inovação pode-se ter vantagens competitivas e trazer crescimento empresarial e pessoal.

6.1. Inovação e competitividade

Atualmente, a inovação tornou-se o ponto forte para que a empresa continue atuando no mercado e seja competitiva.

A competitividade pode ser analisada pela sua capacidade de garantir a movimentação comentada. A durabilidade de se manter competitivo propõe às organizações uma nova forma de estruturação, de uso de tecnologias, de produtos e serviços novos, de negociação com as pessoas e as outras organizações existentes na sociedade (MAÑAS, 1993, p.04)

Dessa forma, de acordo com Mañas (1993, p.04), “como competitividade está diretamente ligada à inovação, deve levar em conta que inovar não é um capricho que o empreendedor deve ter e também não é simples como se imagina”. As organizações devem estar atentas às informações recebidas, analisar os pontos fracos e fortes, conhecer bem o desempenho da empresa de modo que por meio da inovação, seus custos sejam menores e seus produtos e processos com mais qualidade, diferenciando-se, assim, dos seus concorrentes e conseguindo se manter no mercado e ter vantagem competitiva.

6.2. Inovação e Empreendedorismo

Empreender está ligado à inovação e é algo que muitos desejam, porém poucos conseguem. No Brasil, empreender tornou-se necessário devido à alta demanda por empregos, ao aumento grandioso da população e às oportunidades que empresas oferecem.

A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como oportunidade para um negócio diferente ou serviço diferente. Os empreendedores precisam buscar, com propósito deliberado, as fontes de inovação, as mudanças e seus sintomas que indicam oportunidades para que uma inovação tenha êxito. (DRUCKER, 1986, p.25)

Ser um bom empreendedor significa ter ideias de novos produtos e serviços, novas formas de organização ou novos recursos ligados a uma boa administração voltada para este crescimento. Deve-se descobrir novas oportunidades de acordo com as principais fontes de mudanças, saber de meios, formas e ocasiões de explorá-las e conhecer os setores mais atraentes para a criação de uma nova empresa ou de uma nova oportunidade.

Considerações Finais

Neste estudo concluímos que de acordo com as exigências do mercado atual, as organizações devem ser bem estruturadas de forma que possibilitem melhor interação das pessoas, traçando metas e objetivos com maior eficiência e eficácia e proporcionando uma melhor visão do ambiente externo e interno.

Assim, cabe ao empreendedor ter um comportamento de líder favorecendo o ambiente mais agradável, ter capacidade de identificar e reconhecer uma oportunidade, visão de futuro e de negócio e um espírito empreendedor afim de que possa introduzir inovações nos produtos e serviços, assumir riscos e proporcionar para a empresa uma vantagem competitiva.

No entanto, com as constantes mudanças de mercado e o crescimento significativo da concorrência, é necessário que o empreendedor utilize a inovação empresarial que envolve processos de transformar, mudar ou renovar, introdução de bens já existentes, desenvolvimento de novos métodos de produção, melhorias na qualidade do produto e novas práticas de negócio, incluindo neste processo maior

criatividade com geração de novas ideias e uma melhor análise dos pontos fracos e fortes de sua empresa, possibilitando melhor desempenho em relação ao mercado e maior competitividade.

REFERÊNCIAS

BARON, Robert A; SHANE, SCOTT A. Empreendedorismo uma visão do processo. 1ed. São Paulo: Thomson learning. 2007

BERGAMINI, CECILIA W. O líder eficaz. 1ed. São Paulo: Atlas.2002

DAFT, Richard L. Administração. 4ed. Rio de Janeiro: LTC. 1999

_____. Teoria e projeto das organizações. 6ed. Rio de Janeiro: LTC. 1999.

DOLABELA, Fernando. 3ed. São Paulo: editora de cultura. 2005.

DORNELAS, José Carlos A. Empreendedorismo: *transformando ideias em negócios*. 1ed. Rio de Janeiro: Campus. 2001.

DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): pratica e princípios*. Tradução de Carlos Afonso Malferrari. 1ed. São Paulo: pioneira Thomson Learning, 1986.

HASHIMOTO, Marcos. Espírito empreendedor nas organizações. 1ed. São Paulo: Saraiva. 2006

IDALBERTO, Chiavenato. Introdução a teoria geral da administração. 7ed.São Paulo: campus. 2004.

_____. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 1ed. São Paulo: Saraiva.2004.

MANÃS, Antonio V. Gestão de tecnologia e inovação. 2ed. São Paulo: Erica. 1999.

STONER, James A. F; FREEMAN, R. Edward. Administração. Rio de Janeiro: LTC. 1994

TERRA, José C.C. (Org.). *Inovação: quebrando paradigmas para vencer*. São Paulo: Saraiva, 2007.