EMPREENDER VALE A PENA?

Anderson Katsumi Miyatake – FCV - prof_anderson@fcv.edu.br
Emerson Oliveira De Almeida – G-FCV - emerson.oliveira.almeida@gmail.com
Jean Michel Duarte – G-FCV – jeanmichduart@outlook.com
Geovani Givago Ribas De Lima – G-FCV - geovani__ribas@hotmail.com
Mihael Soares – G-FCV – mihael_soares@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Muito tem se falado que o país não é mais o mesmo, que só tem corrupção, violência, a infraestrutura é ruim, a carga tributária é alta, há concentração de renda, educação está caótica, os valores culturais estão distorcidos, entre outros. Mas será que está tudo tão ruim assim? A situação está totalmente perdida? Não existe mais boas oportunidades? Não compensa mais investir? Que a situação não está boa é possível perceber pelos indicadores econômicos, mas uma situação caótica e insuperável não é o caso.

Como o ser humano não tem capacidade para ler e ter contato com todas as informações, nem conseguimos perceber tudo o que acontece ao nosso redor, a tendência é generalizar as informações principalmente aquelas que confirmam uma expectativa ou pensamento, ou seja, promovendo atalhos mentais como consideram Baron e Shane que nesse caso é chamado de tendência de confirmação. Esse problema pode ocorrer com o empreendedor podendo levá-lo a situações difíceis por ignorar o que é contrário ao que pensa, mas uma adaptação também pode ser feita para a sociedade de forma geral que pensa da mesma forma.

Porém, para resolver os problemas, independente do tipo, é necessário agir. Somente assim que os percalços serão resolvidos. É necessário estar disposto a correr riscos, pensar de forma diferente, buscar soluções, negociar com agentes diversos, ter comprometimento e perseverança para planejar e implementar, ou seja, precisamos de indivíduos empreendedores. Na era das redes sociais todos estão expostos a todo o momento a críticas, julgamentos e preconceitos que não é fácil enfrentar.

ISBN: 978-85-68323-04-5

Quando o termo empreendedor é utilizado não é somente para o indivíduo que abre um negócio, mas aquele que herda um negócio e também para o colaborador que está na organização que é denominado por Hisrich e Peters de intraempreendedor.

É fundamental incentivar iniciativas empreendedoras no Brasil, não somente para a pessoa que está no mercado com um negócio ou querendo abrir, mas incentivar a educação empreendedora desde o ensino básico. Como hoje os especialistas e os pesquisadores consideram que empreendedorismo pode ser ensinado, diferente do que ocorria no passado, se houver incentivo desde crianças a iniciativas empreendedoras, será possível aumentar as chances de indivíduos preparados para lidar com as dificuldades e pensar em formas de resolver os problemas que nos aflige.

É importante ressaltar que sempre existirá problema ou incômodos de menor ou maior intensidade. Se um problema for resolvido, outro será criado ou direcionado a atenção a outro. Afinal, com mais de 7 bilhões de pessoas sempre haverá insatisfações e, para exemplificação, há a Hierarquia das Necessidades de Maslow que considera diferentes aspectos que fazem parte da natureza humana e que dificilmente cessam.

Conforme Degen, empreender pode ser considerado uma opção de carreira para quem deseja. Hoje temos inúmeras possibilidades de empreender em lojas físicas e virtuais, locais ou internacionais, diferentes atividades econômicas, variedade de produtos e distintas formas de segmentar e focar o negócio. Entretanto, ser CEO de uma empresa pode não ser para todos em função do perfil e não ter como perspectiva de vida um negócio e isso é normal e compreensivo. Nem todos precisam estar à frente de negócios, o importante é ter atitude empreendedora quando fizer parte de uma organização.

INFORMAÇÕES DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS BRASILEIRO

O Brasil é um país com diversidade cultural, fauna, flora, clima, paisagens e idades. É o quinto país com maior extensão territorial que possui mais de 205 milhões de habitantes e a oitava economia mundial. Conforme o site Empresômetro há no Brasil mais de 200 atividades econômicas que compõem 18 milhões de empresas ativas.

Conforme estudos do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que no Brasil é representado pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade mostra que a maior parte dos negócios brasileiros, 71 em cada 100, começa por oportunidade, ou

seja, os empreendedores se preparam para abrir o negócio fazendo planejamento ou aproveitando momentos julgados como oportunidades para a abertura de negócios. Até o início dos anos 2000 havia mais organizações começando por necessidade, situação em que os empreendedores criam empresas porque estão desempregados ou precisam complementar a renda familiar, geralmente na informalidade ou com precariedade no planejamento e capacitação. É possível perceber um progresso, entretanto, ainda há bastante a ser realizado para fazer os negócios começarem mais preparados para lidar com o mercado competitivo e global dos dias atuais.

Essa situação tem impacto na taxa de mortalidade dos negócios que está diminuindo nos últimos 10 anos e em julho de 2013 a sobrevivência chegou a 76%. Há dez anos, esse índice era de 50%. Esse panorama aponta maior capacidade das micro e pequenas empresas para superar dificuldades nos primeiros dois anos do negócio, mas conforme o Sebrae as principais causas são: a falta de planejamento prévio, gestão empresarial ineficiente e comportamento empreendedor inadequado. No que se refere ao planejamento prévio, 46% não sabiam o número de clientes e os hábitos de consumo, 39% não sabiam o capital de giro inicial e 38% não sabiam o número de concorrentes que teriam. Em relação à gestão empresarial os negócios que fecham prematuramente se preocupavam em menor grau se comparado as empresas que se mantém abertas sendo os aspectos mais preocupantes são a falta de investimento em propaganda e divulgação, acompanhar as estratégias dos concorrentes, investir continuamente em capacitação e rever e atualizar o plano de negócio (quando existente). E no aspecto comportamento empreendedor se percebe que os negócios que fecham tinham como características que o empreendedor pouco se antecipa aos fatos, não busca intensamente informações e evita enfrentar riscos.

Para essa situação mudar hoje há 33 centros de empreendedorismo espalhados pelo Brasil com a maioria presente no Sudeste. Os grupos têm em média 3,6 anos enquanto nos Estados Unidos a média é de 14 anos com 108 centros. Com isso, é notável perceber que o país ainda tem muito campo para criar e incentivar centros de empreendedorismo visando criar um ecossistema empreendedor. Existem entidades públicas e privadas promovendo cursos, assessoria e incentivo tanto a nível presencial como a distância criando condições mais favoráveis ao empreendedor.

Exemplos de boas oportunidades de negócios são as franquias. Verificando dados das Associação Brasileira de Franchising, em 2003, o faturamento era de 29 bilhões de reais e em 2014 atingiu praticamente 129 bilhões. O número de redes era 678 em 2003 e próximo a 3000 unidades em 2014 gerando mais de 1 milhão de empregos diretos. Novos formatos de quiosques ou pequenas lojas têm sido utilizadas como forma de expandir para favelas, conforme a Folha de São Paulo representando um novo campo de expansão.

O e-commerce representa outra boa possibilidade. De acordo com dados da E-Commerce Brasil e E-bit, em 2011 as vendas online foram 18,7 bilhões com projeções de 43 bilhões em 2015, com crescimento acima de 20% em cada ano. O número de e-consumidores passou de 17,6 milhões em 2009 para 61,6 milhões em 2014 Somente no ano passado houve mais de 103 milhões de pedidos representando aumento de 17% em comparação com o ano de 2013 e com projeções de 122,9 milhões para o ano de 2015.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante ressaltar a relevância do indivíduo empreendedor. É com eles que ideias são geradas em ambiente de caos e que desafiam a lógica da sociedade e, depois de inúmeros riscos e dificuldades são implementados e se tornam parte da vida das pessoas que deixam de pensar nesse problema. Também é importante mencionar que os riscos sempre existirão, seja aqui ou em qualquer outro lugar do mundo.

Empreender é sair do lugar comum, pensar em formas diferentes de entregar valores ao outro. Ao empreender se busca resolver um problema, uma insatisfação pessoal ou aproveitar um momento favorável para implementar algo novo. Em momentos de crise que indivíduos empreendedores são necessários para solucionar os momentos de dificuldade.

É preciso incentivar o empreendedorismo regional como considera Julien. O impacto das iniciativas empreendedoras afeta a empresa, o mercado, o meio e a sociedade. O olhar mais voltado ao local permite o desenvolvimento da região e atender as demandas. Para o autor, se a região não oferece condições propícias, os empreendedores locais terão dificuldade em manter o negócio aberto e outras possíveis organizações migrarão para outro local, comprometendo o futuro da região. Se a região for mais dinâmica e ter mais opções pode abrigar essas

entidades. Por isso, uma postura mais positiva é necessária, caso contrário, haverá prejuízo para o próprio meio.

Para finalizar, empreender vale a pena? Sim, principalmente para o desenvolvimento da sociedade. Se todos querem um país melhor é fundamental agir hoje para depois ter uma situação melhor. Cada um pode contribuir tendo iniciativas empreendedoras não esperando apenas que políticos ou empreendedores de negócios consolidados promovam ações. Mesmo que eles cumprissem bem o papel conseguiriam apenas criar um ambiente mais favorável. A identificação de ideias e a transformação em oportunidades depende de cada indivíduo agir e modificar o ambiente em que está inserido.