

## **A INOVAÇÃO E O EMPREENDEDORISMO**

**BRUNA ALVES DE OLIVEIRA**<sup>1</sup>

**Marcio Freitas**<sup>2</sup>

### **1 INTRODUÇÃO**

Nos dias atuais, o mercado anda muito competitivo e empreender não é uma tarefa fácil, para que isso aconteça a pessoa tem que inovar, reinventar, promover a mudança e o desenvolvimento econômico do seu negócio. O empreendedor tem que ter a capacidade de sempre estar inovando, buscando ideias, que transformem a maneira de administrar a sua empresa, para conquistar o tão sonhado sucesso.

No Brasil, o empreendedorismo chegou a marcas impressionantes, segundo o GEM, em 2019 o país atingiu uma taxa de 23,3% de empreendedorismo inicial. Estima-se que no país existam um total de 53,4 milhões de brasileiros à frente de alguma atividade empreendedora. O brasileiro é um povo criativo, por isso desenvolve muitos empreendedores.

---

<sup>1</sup>Aluna Curso Técnico Alcides Maya

<sup>2</sup>Prof. Espec. Alcides Maya. marcio\_freitas@alcidesmaya.edu.br

Neste artigo, traz uma análise sobre diversos aspectos do empreendedorismo e inovação, desde o conceito do empreendedorismo e inovação, passando pelo perfil do empreendedor, um pouco da história do empreendedorismo no Brasil. Também, buscou-se entender como a inovação é fundamental na cultura organizacional da empresa e como ela está alinhada com o empreendedorismo e como a gestão da inovação é importante para poder inovar.

## 1.1 Tema

A Inovação e o Empreendedorismo

## 1.2 Problema

De que forma a inovação influencia o empreendedorismo?

## 1.3 Justificativa

Este artigo busca entender como a inovação influencia o empreendedorismo. Sendo assim, vamos procurar entender como o empreendedor deve buscar formas para inovar no seu negócio.

## 1.4 Objetivos

### 1.4.1 Específico

- a) Analisar, através da pesquisa, quais os prós e contras de empreender;
- b) Compreender, como a inovação é essencial para as empresas;
- c) Descrever exemplos de empresas que utilizam a inovação nos seus negócios.
- d) Entender como a inovação e o empreendedorismo se unem

## 1.5 Metodologia

Pesquisa do tipo exploratória com abordagem qualitativa, baseada no método de análise de documentos.

Através da análise em sites, artigos, livros e trabalhos acadêmicos em busca de compreensão e interpretação do material pesquisado, a fim de elaborar conclusões para o artigo.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. (HIRSCH E PETERS, 1992, apud CARLONI E MICHEL, 2006, p.5)

Outro conceito é o de Menezes (2007) apud Pasquini *et al* (2009, p. 5) que afirma

“Empreendedorismo é aprendizado pessoal, que impulsionado pela motivação, criatividade e iniciativa, busca a descoberta vocacional, a percepção de oportunidades e a construção de um projeto de vida ideal”. Ainda existem outras definições, realizadas por diversos autores não citadas neste trabalho, mais de grande importância para os estudos do Empreendedorismo.”

Atualmente, o empreendedor tem um papel fundamental, tanto para a sociedade quanto para a economia. Portanto, a atividade do empreendedor não atinge somente a ele, mas todos os que estão à sua volta. Dessa maneira, os seus investimentos terão impacto em toda a comunidade, na geração de emprego e renda, no crescimento econômico do meio onde está inserido.

O empreendedor, ao pensar em iniciar seu negócio, deve acreditar em sua capacidade técnica e profissional, além de usar o bom senso, ser cauteloso e prever todos os possíveis riscos e tendências que lhe permitam alcançar o sucesso em seu empreendimento. (BRITO, PEREIRA, LINARDI, 2013)

Cabe salientar que o empreendedorismo é uma forma de oportunidade e necessidade. Sendo assim, cada pessoa sabe qual o fator ou o motivo que a levou a empreender. Dessa forma, podemos observar que empreender é um processo dinâmico, que pode ser feito em diferentes momentos da vida de uma pessoa. Além disso, cabe ressaltar que é essencial ter uma boa idéia que gere produtos ou serviços adequados às necessidades do público que deseja atingir.

## 2.2 Características do Empreendedor

Para tornar-se um empreendedor, não necessariamente precisa ter nascido com as características para empreender. Muitas vezes, as pessoas são influenciadas na comunidade em que vive a se tornar um empreendedor, tanto por influência familiar como por estudo, formação e prática.

Conforme Chiavenato (2007), o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade.

Segundo Dornelas (2013), dentre as características mais comuns de um empreendedor, podemos citar:

- O otimismo e a visão de futuro;
- A capacidade de transformar crises em oportunidades e influenciar pessoas, no sentido de guiá-las em direção às suas ideias;
- A habilidade para inovar criando algo novo ou inovando o que já existe;
- A busca incessante por novos negócios e oportunidades;
- A preocupação em melhorar produtos e serviços;
- O interesse nas necessidades do mercado.

Conforme aponta Dornelas (2013), a autoavaliação, a autocrítica e o autocontrole são características do empreendedor que busca seu desenvolvimento.

Do mesmo modo, é importante que a pessoa desenvolva as suas habilidades empreendedoras, conhecendo a fundo os fatores da empresa, por exemplo, o mercado que atua, a concorrência, as forças, as fraquezas do negócio, para sempre estar preparada para enfrentar qualquer tipo de situação que ocorra.

### **2.3 Empreendedorismo no Brasil**

No Brasil o empreendedorismo surgiu na década de 1990, durante a abertura da economia. Com a entrada de fornecedores estrangeiros que começaram a controlar os preços, sendo uma condição para o país voltar a crescer.

Porém trouxe muitos problemas para alguns setores que não conseguiam competir com os produtos importados. Entretanto, esses setores construíram novos planos, gerenciando novos projetos e abrindo negócios e oportunidades. Foi com o surgimento de muitos pequenos empreendedores que o SEBRAE começou a ajudar com suporte técnico.

Além do SEBRAE, existem outros programas que auxiliam o empreendedor, como o SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) que foi criado para ajudar as empresas de informática que exportavam software.

Outros programas também contribuem para a prática do empreendedorismo no Brasil, como: o programa GENESIS (Geração de novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que apoiavam atividades de empreendedorismo em software; O Programa Brasil Empreendedor, criado em outubro de 1999, pelo Governo Federal, que estimulou à capacitação de novos empreendedores; ainda os programas EMPRETEC que é um programa estabelecido pela conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento para promover a criação de pequenas e médias empresas sustentáveis, inovadoras e internacionalmente competitivas e o Jovem Empreendedor do SEBRAE.

De acordo com o estudo do GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que é o maior estudo, atualmente, contínuo sobre a dinâmica empreendedora. Esse estudo revelou que existem dois tipos de empreendedorismo no Brasil. O primeiro seria:

O empreendedorismo de oportunidade, onde o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riquezas. (DORNELAS, 2005, p.28).

A outra definição seria:

O empreendedorismo de necessidade, em que o candidato a empreendedor se aventura na jornada empreendedora mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho. (DORNELAS, 2005, p.28).

No relatório executivo divulgado em 2019, o GEM apontou que o Brasil atingiu uma taxa de 23,3% de empreendedorismo inicial, considerado a maior marca até então.

## 2.4 Desafios e Vantagens de empreender no Brasil

### 2.4.1 VANTAGENS:

- ✓ **Desafio:** empreender é um desafio. Algumas pessoas se sentem motivadas com a possibilidade de construir algo novo, superar desafios e vencer.
- ✓ **Total liberdade para conduzir o negócio:** colocar em prática um serviço diferenciado, inovar em um produto e sentir-se livre para conduzir os processos. Mas, é fundamental sempre avaliar os recursos, planejar as ações e conduzir tudo com responsabilidade.
- ✓ **Flexibilidade:** para quem abriu um comércio pode ser complicado, mas à medida que o negócio cresce, é possível contratar funcionários e organizar seus horários da melhor maneira.

### 2.4.2 DESAFIOS

- ✓ **Burocracia:** abrir uma empresa, principalmente, no Brasil é uma tarefa das mais difíceis. A regulamentação do setor pede uma série de autorizações diferentes, e a exigência pode ser maior em alguns setores, como o de alimentos. Então o empreendedor precisa de muita paciência.
- ✓ **Desamparo quanto a alguns direitos sociais:** embora o empreendedor não tenha todos os direitos, é importante salientar que para garantir alguma assistência o empreendedor tem que sair da informalidade. Com isso, ele terá direito a auxílio-doença e aposentadoria, entre outros.

- ✓ Riscos: a economia brasileira é uma montanha russa, o que faz com que o empreendedor assuma alguns riscos. Mas, a razão muitas vezes não é o fator economia para o fechamento de empresas. Muitas vezes a pessoa abre um negócio e é totalmente apaixonada pelo que faz, no entanto, falta um conhecimento essencial: o da gestão. Para diminuir os riscos é importante preparar-se adequadamente para abrir um negócio.

## 2.5 Inovação

Para falar sobre empreendedorismo, não podemos deixar de citar a inovação, pois ela é fundamental para a construção de um novo negócio “os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do empreendedor” (DRUCKER, 1987, p.39).

Sobre a palavra inovação:

“Inovação é uma palavra derivada do termo latino *in* e *novare*, e se refere a uma ideia, método ou objeto e que pouco parece com padrões anteriores.” (UNICAMP)

Para Drucker inovação é a habilidade de transformar algo já existente em um recurso que gere riqueza. “[...] Qualquer mudança no potencial produtor de riqueza de recursos já inexistentes constitui inovação...” (DRUCKER, 1987, p.40).

A inovação é importante para os negócios da empresa, pois ela pode mostrar o caminho que a empresa pode seguir, como por exemplo, a exploração de novas ideias e os investimentos em novos mercados. Portanto, inovar não é inventar, é saber transformar algum produto em algo novo.

Dessa maneira, a inovação dentro de uma empresa está relacionada em identificar as oportunidades. Quando observamos a situação atual do mercado, essa atividade se torna fundamental para avançar e reinventar o modelo de negócios, para reformular



processos internos, criar novas formas de melhorar o desempenho e reduzir custos de uma operação.

De acordo com Peter Drucker (1985):

A inovação é a ferramenta-chave dos gestores, o meio pelo qual exploram a mudança como oportunidade para um negócio ou serviço diferente. É passível de ser apresentada como uma disciplina, de ser ensinada e apreendida, de ser praticada.

Um dos mais importantes autores da área da teoria econômica foi Joseph Schumpeter, que escreveu muito sobre o assunto. O seu argumento era simples: “empreendedores irão utilizar a inovação tecnologia, ou seja, um novo produto/serviço ou um novo processo para fazer algo, a fim de obter vantagem estratégica.” (SCHUMPETER, 1942)

Porém, durante um tempo esse pode ser a única forma de exemplo de inovação, fazendo com que o empreendedor ganhe muito dinheiro, o que seria denominado por Schumpeter como “lucros de monopólio.” Dessa forma, a inovação entraria em um ciclo no qual um empreendedor inova e o outro copia e assim sucessivamente.

De acordo com Schumpeter (1942):

A abertura de novos mercados – estrangeiros ou domésticos – e o desenvolvimento organizacional, da oficina artesanal aos conglomerados, ilustram o mesmo processo de mutação industrial que incessantemente revoluciona a indústria econômica, a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando a nova. Esse processo de destruição criativa é o fato essencial acerca do capitalismo. (SCHUMPETER.J.A, 1942, CAPITALISMO, SOCIALISMO E DEMOCRACIA)

Assim sendo, Schumpeter conclui que as empresas precisam se desfazer do ultrapassado e estar cada vez mais atentas às suas estratégias.

Outro fator importante é a busca incessante pela inovação, pois as ideias raramente surgirão ao acaso. Drucker (1987) ainda afirma que a eficácia da inovação está ligada à

sua simplicidade e concentração caso contrário poderia ser confusa ou simplesmente não funcionar, o que a tornaria inútil.

Para compreender o que é a inovação sistemática, primeiro precisamos de maneira prática entender o que é uma atividade sistemática. A atividade sistemática possui um propósito determinado, ou seja, um objetivo, e que tenha um alto grau de previsibilidade dos resultados almejados e das possibilidades destes serem alcançados.

“A inovação sistemática, portanto, consiste na busca deliberada e organizada de mudanças, e na análise sistemática das oportunidades que tais mudanças podem oferecer para a inovação econômica e social.” (PETER F. Drucker, 1987, p.45).

Seguindo com a Inovação Sistemática, Drucker (1987) nos propicia com as sete fontes de oportunidades, no qual é dividida em dois grupos que permite ao empreendedor alcançar a oportunidade inovadora, o primeiro grupo, refere-se ao setores internos: o inesperado, a incongruência, a inovação baseada na necessidade de processo, mudanças na estrutura do setor industrial ou na estrutura do mercado.

No segundo grupo, encontram-se três fontes que consistem em mudanças fora da empresa: mudanças demográficas; mudanças de disposição, percepção e significado; conhecimento novo, podendo ser científico ou não científico.

Para isso, todos os possíveis riscos devem ser considerados e as setes fontes citadas acima precisam estar em constante avaliação, pois o conhecimento cria o ambiente ideal para o surgimento da inovação, por outro lado, as “ideias brilhantes” podem fracassar, portanto não são recomendáveis.

“O empreendedor faria bem, portanto, em renunciar a inovações baseadas em ideias brilhantes, por mais atraentes que sejam os casos de sucesso.” (DRUCKER, 1987, p.183).

## 2.6 Gestão da Inovação

Gestão de inovação é a estruturação de um processo sólido e contínuo de inovação, que estabelece meios e métodos para gerar valor, concretizando ideias. Por isso, gerar inovação não é algo tão simples. Deve envolver toda a cultura organizacional da empresa e estar alinhado com o modelo de negócio.

Segundo Bessant e Tidd (2019), pesquisas repetidamente sugerem que, se quisermos obter sucesso na gestão da inovação, temos de:

- Explorar os modos como podemos mudar as coisas;
- Como gerenciar a inovação enquanto processo;
- Desenvolver capacidades;
- Estratégia de inovação;
- Capacidade de descansar e adaptar as abordagens perante um ambiente em modificação.

Então gerenciar a inovação não pode basear-se em apenas uma ideia boa, é preciso ser perspicaz e estar preparado estrategicamente e aprender com o processo todo.

De acordo com Bessant e Tidd (2019):

“A inovação pode assumir diferentes formas, mas podemos reduzi-la a quatro direções de mudança: -Inovação de produto, mudanças nas coisas (produtos/serviços) que uma organização oferece. - Inovação de processo: mudanças nas formas em que são criadas e disponibilizadas. - Inovação de posição: mudanças no contexto em que produtos/serviços são introduzidos.- Inovação de paradigma: mudanças nos modelos mentais subjacentes que orientam o que a organização realiza.” (BESSANT e TIDD, 2019, p.38-39).

Cabe salientar que pode haver muita dificuldade em diferenciar esses tipos de inovação, pelo fato de serem parecidas em alguns casos e se aplicarem a mais de um tipo ao mesmo tempo. “Às vezes, a linha divisória entre os tipos de inovação é bastante imprecisa – uma nova balsa a motor, por exemplo, é tanto uma inovação de produto quanto de processo.” (BESSANT e TIDD, 2009).

Além disso, é importante para o conhecimento da inovação o grau de novidade que apresenta, a partir daí Bessant e Tidd (2019) argumentam sobre a diferença entre inovação incremental e inovação radical. “Dentro de qualquer uma dessas dimensões, as inovações podem estar situadas em um espectro que varia de “incremental” (do tipo “fazer o que já fazemos, só que melhor”) até “radical” (do tipo “fazer algo completamente diferente”).” (BESSANT e TIDD, 2019, p.39). E essas mudanças podem não trazer uma revolução no mercado como a forma que esta inovação influencia o mundo, como por exemplo, a energia a vapor durante a Revolução Industrial, e a forma como são vistos/produzidos.

### **3 Conclusão**

O artigo tem por objetivo analisar o empreendedorismo e a inovação, dando ênfase em como o empreendedor pode usar a inovação em seu negócio. Também, buscou conceituar a inovação, mostrar em como ela pode ser fundamental no avanço e reinvenção da empresa. Além, de compreender objetivamente sobre gestão da inovação, em como ela é importante para toda a cultura organizacional da empresa e deve estar alinhado com o modelo de negócio.

Além disso, procurou definir, conceituar e entender o empreendedorismo, desde as características do empreendedor, como surgiu o empreendedorismo no Brasil e quais os desafios e vantagens de empreender no país. Também, buscou entender em como o empreendedorismo tem papel fundamental na sociedade, como é importante para geração de renda da comunidade e da economia do país.

Portanto, conclui-se que o empreendedorismo é importante para a comunidade e economia do país, pois dependendo do local e forma como é feito o negócio pode gerar um grande impacto na vida de milhares de pessoas, como por exemplo aumento de vagas de empregos. Por outro lado, é fundamental que o empreendedor esteja preparado para todos os tipos de contratemplos que possam ocorrer ao longo do caminho, conhecendo sempre o mercado em que atua.

#### 4 Referências

SCHUMPETER, Joseph Alois (1942). Capitalismo, Socialismo e Democracia. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

Hisrich, R. D., & Peter, M. P. (2004). Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman.

Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020. SEBRAE. São Paulo, 10 de jun. de 2020. Disponível em:

<<http://www.agenciasebrae.com.br/sites//asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=E+m%202019%2C%20a%20GEM%20apontou,da%20s%C3%A9rie%20hist%C3%B3rica%20desta%20vari%C3%A1vel>>. Acesso em: 10 de jun. de 2020.

Bessant, John; Tidd, Joe. Inovação e Empreendedorismo. 3ª Edição. Porto Alegre: Bookman, 2019.

Affonso, LGM; Ruwer, LME; Giancomelli, Giancarlo. Empreendedorismo. Porto Alegre, SAGAH, 2018.

O que é ser empreendedor. SEBRAE. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empreendedor.ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

Roque, Evandro. Gestão da Inovação: tudo o que você precisa saber!. Publicado em 15 de jan. de 2019. Disponível

em: <https://blog.aevo.com.br/gestao-da-inovacao-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>.

Rezende, André. As 7 fontes de oportunidade para inovar. Publicado em: 19 de maio de 2014. Disponível em:

<https://administradores.com.br/artigos/as-7-fontes-de-oportunidade-para-inovar>.