



PERSPECTIVA EMPREENDEDORA DOS JOVENS ANGOLANOS NO BRASIL: PROCESSO EMPREENDEDOR INOVADOR

Hermenegildo Almeida Chingamba, e-mail: neemenerosa04@gmail.com

Associação Goiana de Administração / Comitê Científico / Goiânia/GO

Resumo: O empreendedorismo estabeleceu-se como uma área estratégica para alavancagem do desenvolvimento e crescimento socioeconômico e sustentável em nossas sociedades. O estudo tem como objetivo analisar a perspectiva empreendedora dos jovens angolanos, a partir dos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor. Para este fim foi usado à pesquisa exploratória e descritiva e quanto aos meios foi estudo de caso único com aplicação de questionário, realização de entrevista e pesquisa bibliográfica. Foi possível a partir da previsão do modelo, isto é, processo empreendedor inovador, ser testado e sustentado através da análise e interpretação dos dados, embora sofrendo ajustes de acordo com análise e interpretação dos dados.

Palavras-Chave:

Empreendedorismo, ferramentas de empreendedorismo, desenvolvimento socioeconômico.

1. Introdução

O tema empreendedorismo ganhou notoriedade em vários aspectos de uma sociedade relacionado ao desenvolvimento socioeconômico, educação empreendedora, universidade empreendedora, desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedora passíveis de serem aplicado não só em novos negócios como em qualquer atividade da vida social e tantos outros aspectos concerne ao ecossistema do empreendedorismo e inovação.

Nesta senda afirma Kuratko (2016), o empreendedorismo é um campo que vai além simplesmente da criação de novos negócios, não obstante a criação de novos negócios ser uma parte fundamental, mas não representa o panorama completo.



E a essência do empreendedorismo está quando acontece à interseção entre oportunidade valiosas e indivíduos empreendedores, esta oportunidade se dá quando os fatores econômicos, tecnológicos, sociais, estão em mudanças; mas nada acontece em relação a estas oportunidades até que um indivíduo determinado, motivado, capaz de reconhecê-los e seguir em frente para transformá-los em negócios viáveis e sustentáveis (BARON; SHANE, 2007).

Nesta interseção, buscamos responder à questão/problema, como a perspectiva empreendedora dos jovens Angolanos é impactada pelos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor?

Neste trabalho objetivamos, analisar a perspectiva empreendedora dos jovens Angolanos, a partir dos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor. Em seguida à proposição teórica: desta análise da perspectiva empreendedora dos jovens Angolanos em função dos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor é possível construir o processo empreendedor inovador (P.E.I.) previsto antes da análise e coleta dos dados de maneira que seja um diferencial em relação a outros processos empreendedores.

2. Revisão da literatura

2.1 Empreendedorismo

De acordo com Kuratko (2016) e Oliveira (2014), o reconhecimento dos empreendedores tem sido datado desde o século 18 na França pelo economista Richard Cantillon que condicionou atividade empreendedora ao risco dentro da economia e a revolução indústria que teve início na Inglaterra os empreendedores tiveram um papel preponderante no aspecto em assumir riscos com seus capitais.

Em 1814, o economista francês Jean-Baptiste Say (1767-1832), que entendeu o empreendedor como a pessoa que coloca seus recursos econômicos em algum setor da economia com maior produtividade tirado de outro setor com produtividade baixa; em 1871, Carl Menger, economista austríaco, conceituou o empreendedor como alguém que antecipa o futuro; e Friedrich von Hayek (1959), economista austríaco, ele associou o empreendedor não só ao risco como também capaz de conduzir a sondar oportunidades de mercados (CHIAVENATO, 2012).

O economista austríaco, Joseph Schumpeter (1950), para ele o empreendedor é o indivíduo com a capacidade de transformar uma ideia ou invenção em inovação de sucesso em função das oportunidades de mercado (CHIAVENATO, 2012).

Joseph Schumpeter batizou o termo *destruição criativa* referindo-se a introdução de novos produtos ou serviços; introdução de um novo método de produção; abertura de um novo



mercado; conquista de uma nova fonte de oferta de matérias primas ou de bens semimanufaturados; estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação ou destruição de um monopólio, na qual são responsáveis para o dinamismo da indústria e desenvolvimento econômico (ZUIN; QUEIROZ, 2015; CHIAVENATO, 2012; FAVA, 2016; BURGELMAN; CHRISTENSEN; WHEELWRIGHT, 2012).

Na perspectiva dos cientistas comportamentais particularmente na área de psicologia houve contribuições significativas. Na compreensão de Leite (2012), McClelland definiu o empreendedor como indivíduo que gera algum domínio sobre os meios de distribuição e tem maior produtividade afim de vendê-lo e obter rendimentos; e dentro do seu estudo percebeu nos indivíduos 3 necessidades básicas: necessidade de realização, necessidade de poder, necessidade de afiliação e que estas necessidades incorporam o comportamento empreendedor.

Na perspectiva da gestão do empreendedorismo, de acordo com Leite (2012), o empreendedor é a pessoa que está inserido em um negócio próprio que administra, corre riscos de gestão do empreendimento, organiza. E o conceito de intraempreendedor também já se faz presente no mundo corporativo como a pessoa com espírito empreendedor empreende dentro da organização.

Empreendedorismo é um processo dinâmico de visão, mudança e criação, que exige a aplicação de energia e paixão para a criação e implementação de ideias inovadoras e soluções criativas. Ingredientes essenciais ao empreendedorismo incluem disposição para assumir riscos calculados (em termos de tempo, capital ou carreira); capacidade de formar uma equipe empreendedora eficaz; habilidade criativa para mobilizar os recursos necessários; habilidade fundamental na construção de um sólido plano de negócios e, por fim, visão para reconhecer oportunidades onde outros veem caos, contradição e confusão (KURATKO, 2016, p. 5).

Na visão integrada e sistêmica, como mostra Kuratko acima, o empreendedor e empreendedorismo podemos destacar o aparecimento da *Yahoo*, do *Google* e do *Skype*, é exemplo desta visão integrada e sistêmica (Schumpeter, Drucker e McClelland), e traz uma roupagem contida a destruição criativa, gestão e necessidade de realização (LEITE, 2012).



| |
|---|
| Otimismo e visão de futuro |
| A capacidade de transformar crises em oportunidades |
| Influenciar pessoas, no sentido de guiá-las em direção às suas ideias |
| A habilidade para inovar criando algo 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 |
| O empreendedor desenvolve estratégias com persistência e determinação para transformar sua visão em realidade |
| Um empreendedor é geralmente um pensador positivo e um tomador de decisões |
| A um empreendedor são necessárias inspiração, motivação e sensibilidade |
| Os empreendedores assumem a responsabilidade inicial, a qual permite que sua visão venha a ser um sucesso |

Figura 1 – Características do empreendedor. Fonte: Adaptado de Affonso, Ruwer e Giacomelli 2018; Chiavenato, 2012.

2.2 Breve abordagem sobre modelo de negócios e plano de negócios

Para compreensão do foco do negócio os empreendedores fazem algumas perguntas importantíssimas que nortearão o negócio na qual o modelo de negócio é a ferramenta para ajudar a estruturar o negócio de uma maneira mais prática e criativa; o modelo de negócio é a definição de como o empreendimento vai criar, entregar, captar, valor ao cliente e a sociedade (KURATKO, 2016; GOMES; OKANO, 2019).

Kuratko (2016) e Bernardi (2019) mencionam os nove componentes do modelo de negócio Canvas.



Figura 2 – estrutura de modelo de negócio Canvas. Fonte: Sebrae nacional, 2019.



O plano de negócios, afirma Bizzotto (2008), é um documento que descreve os principais aspectos dos negócios e da empresa e deve ser entendido como um processo e não um produto, um caminho que levará a um determinado objetivo.

Nakagawa (2011) e Oliveira (2014) esclarecem das várias propostas de estrutura do plano de negócios de diferentes autores, tanto dos livros mais vendidos ou os mais utilizados e aceitos nas universidades. Segundo Nakagawa (2011), não podemos deixar de vista a principal função do plano de negócio em função da discussão das diferentes estruturas de plano de negócio, pois o plano de negócio é um documento de apresenta uma ou mais oportunidade de negócios e esclarece como será capturada.

737

| Livro mais vendido e mais utilizado nas universidades do Brasil | Segundo livro mais utilizado nas universidades do Brasil |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumário executivo 2. A empresa 3. Plano de marketing 4. Plano financeiro | <ol style="list-style-type: none"> 1. Capa 2. Sumário 3. Sumário executivo 4. Descrição da empresa 5. Produtos e serviços 6. Mercado e competidores 7. Marketing e vendas 8. Análise estratégica 9. Plano financeiro 10. Anexo |

Figura 3 – estrutura do plano de negócios. Fonte: adaptado de Dornelas, 2016.

A elaboração do plano de negócio pode levar semanas até mesmo meses e nem sempre ao terminar o negócio pode ser compatível a realidade do mercado devido a velocidade de mudanças que o mercado vem sofrendo, mas que o plano de negócio pode proporcionar orientação, norte, direção ao empreendedor, de forma que o empreendedor acompanha o crescimento do negócio (LENZI, 2009).

2.3 Breve abordagem sobre lean startup, mindset ágil

O ciclo do lean startup, mostra como a partir da ideia deve ser construído o produto ou o produto mínimo viável (MVP), que pode ser medido por testarmos as nossas hipóteses de negócios diretamente no mercado, em função disso coletar dados e gerar aprendizado e o processo continua (PEREIRA, 2019; RIES, 2019).

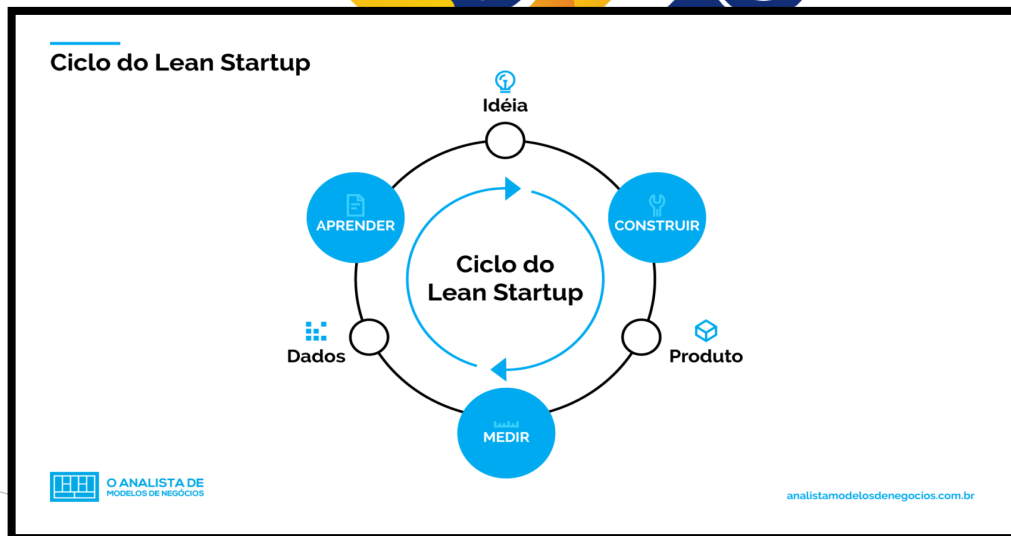


Figura 4 – Metodologia lean startup. Fonte: adaptado Pereira, 2019; Ries, 2019.

Não é nosso objetivo aprofundar a respeito desta metodologia, mas para melhor compreensão por causa do processo empreendedor inovador, é necessário fazermos uma breve abordagem a respeito.

Mindset ágil, significa o modelo mental usado para lidarmos com este novo contexto de mudança, onde precisamos reconfigurar constantemente a nossa forma de pensar e enxergarmos o mundo. Muito mais do que aplicação das técnicas ágeis é preciso desenvolver um novo mindset desenvolvido de acordo com os valores e princípios ágeis (IEEP, 2019).

3. Metodologia

De acordo com Vergara (2016), as pesquisas podem ser caracterizadas de duas maneiras quanto aos fins e meios. Concerne-te aos fins a pesquisa foi exploratória e descritiva e em relação aos meios, foi estudo de caso único.

De acordo com Martins (2008) e Gil (2009), o estudo de caso exploratório lança fundamentos para pesquisas posteriores onde o pesquisador não espera obter resultado ou respostas conclusivas para o problema estudado.

Martins (2008) e Gil (2009) debruçam-se sobre estudo de caso descritivo, na qual o propósito é possibilitar e ampliar a descrição do fenômeno em relação ao seu contexto.

Pesquisa de estudo de caso, é uma investigação empírica que pesquisa fenômenos dentro de seu contexto real, na qual o pesquisador não tem controle sobre as variáveis e eventos, o pesquisador busca entender e interpretar a complexidade de um caso concreto; ela permite a utilização de métodos diferentes de coleta de dados podendo ser realizado no campo ou não, e fica limitado a uma ou poucas unidades percebidas estas como pessoas, família, produtos,

órgãos públicos, comunidades ou mesmo país (MARTINS; THEOPHILO, 2016; MARTINS, 2008; GIL, 2009).

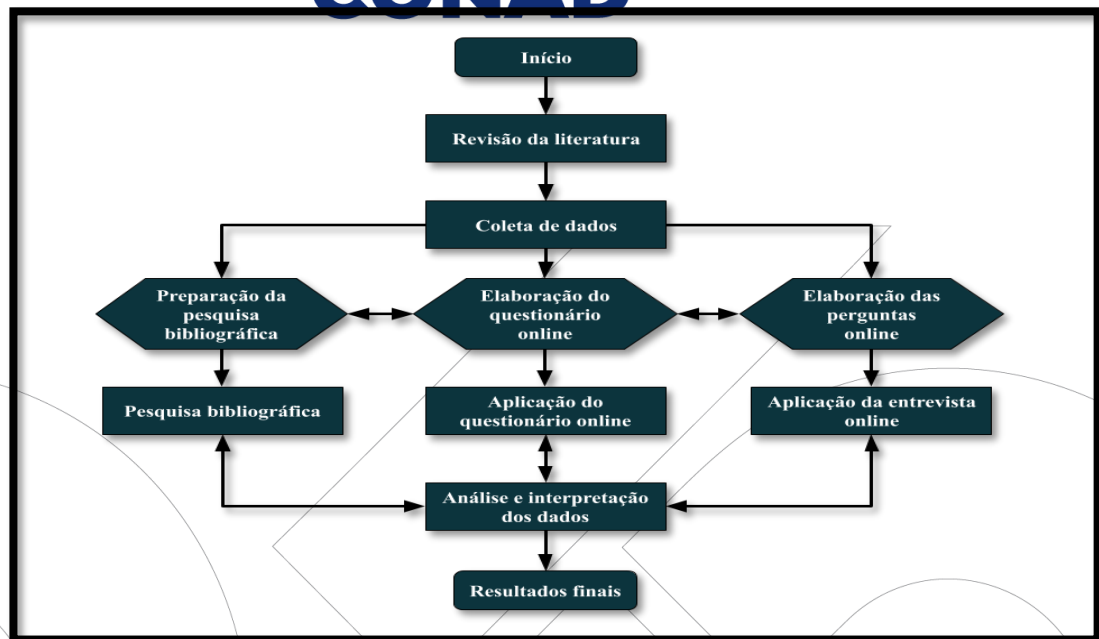


Figura 5 – Procedimentos metodológicos. Fonte: Elaborado pelo autor, 2020.

Na primeira etapa foi feita revisão da literatura em livros e artigos científicos, que abordam sobre empreendedorismo e metodologias relacionada ao empreendedorismo.

Em seguida fez-se a coleta de dados primários e secundários por meio das seguintes técnicas:

- Aplicação do questionário online: a elaboração do questionário foi construída a partir dos fatores que influenciam o processo empreendedor de Moore, 1986; e dos fatores críticos para o desenvolvimento econômico de Smilor e Gill, 1986; e do processo empreendedor de Hisrich, 1998 (DORNELAS, 2018). Foi usado a plataforma tecnológica Survey Monkey para aplicação do questionário (28/08/2019 à 12/09/2019), 32 jovens Angolanos responderam ao questionário e participaram aqueles que tinham pelo menos 5 meses de vivência no Brasil;
- Pesquisa bibliográfica: possibilita análise sistemática em diversas fontes tanto primária e secundária, como revistas, meios de comunicação, livros, meios eletrônicos, boletins, materiais cartográficos, tese, monografia disponível em público em geral;
- Aplicação da entrevista online: ao longo do trabalho de pesquisa houve necessidade de realizarmos entrevista com alguns Jovens Angolanos residentes em Angola que não tiveram a experiência de 5 meses de vivência no Brasil (foi realizado e gravado com a permissão dos participantes no dia 11/07/2020 à 02/08/2020), foi usado a plataforma



tecnológica ZOOM e foram usadas a mesmas perguntas usadas no questionário online. Participaram da entrevista semiestruturada[®] online 3 jovens Angolanos: um empreendedor empresário (ramo da educação) e mentor de empreendedorismo; outro empreendedor empresário (ramo de construção cível, comércio e prestação de serviço); Por último um mentor de empreendedorismo que teve falência de um empreendimento e está na fase de levantar recursos para começar outro empreendimento.

Terceira etapa análise e interpretação de dados. De acordo com Yin (2015) ele descreve 4 estratégias analíticas gerais e 5 técnicas específicas para análise e interpretação de dados em um estudo de caso. Em nosso caso usamos a estratégia analítica chamada Análise fundamentada teoricamente, que é um procedimento analítico com base em proposições teóricas, pois a lógica da comparação dos resultados obtidos empiricamente com os que são obtidos dedutivamente de construções teóricas (YIN, 2015; GIL, 2009). Quanto a técnica específica usamos o modelo lógico, um modelo lógico pode ser definido ou previsto antes da coleta de dados e depois ser testado e ver a sustentabilidade dos dados (YIN, 2015).

Como técnica analítica, o uso dos modelos lógicos consiste em combinar eventos empiricamente observados com eventos teoricamente previstos. Conceitualmente, pode-se considerar, portanto, a técnica do modelo lógico como outra forma de combinação de padrão. Devido aos estágios sequenciais, no entanto, os modelos lógicos merecem ser diferenciados como uma técnica analítica distinta da combinação de padrão (YIN, 2015, p. 160).

E por último resultados. A pesquisa teve início no dia 15/08/2019 e terminou no dia 08/08/2020.

4. Análise e interpretação dos dados

A partir da triangulação dos dados do questionário, entrevista e da pesquisa bibliográfica, com o propósito de dar sustentabilidade e verificação empírica ao processo empreendedor inovador.

Os participantes da entrevista não serão identificados, atribuiremos nomes fictícios. Segue a análise e interpretação da primeira pergunta, já que foram as mesmas perguntas tanto para o questionário e entrevista semiestrutura.

Primeira pergunta: quais dos fatores pessoais tem influenciado sua perspectiva empreendedora?



| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Realização pessoal | 59,38% | 19 |
| Visão | 37,50% | 12 |
| Valores pessoais | 21,88% | 7 |
| Educação | 18,75% | 6 |
| Experiência profissional | 18,75% | 6 |
| Insatisfação com o trabalho | 18,75% | 6 |
| Assumir riscos | 9,38% | 3 |
| Líder | 6,25% | 2 |
| Gerente | 3,13% | 1 |
| Nenhuma das opções | 0,00% | 0 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

741

Tabela 1 – Fatores pessoais que influenciam a perspectiva empreendedora. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para Entrevistado A: realização pessoal, visão, valores pessoais e todos os outros itens; entrevistado B: outro (especifique) vocação; entrevistado C: realização pessoal, educação, valores pessoais.

Ainda sim afirmou o Entrevistado C: umas das coisas que muitos jovens me consultam e perguntam: qual é a ideia que merece ser investimento para empreender.

Segunda pergunta: quais dos fatores sociológicos tem influenciado sua perspectiva empreendedora?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Networking - Rede de contatos | 46,88% | 15 |
| Modelos (pessoas de sucesso) | 40,63% | 13 |
| Família | 34,38% | 11 |
| Influência dos Pais | 21,88% | 7 |
| Equipes | 12,50% | 4 |
| Nenhuma das opções | 3,13% | 1 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

Tabela 2 – Fatores sociológicos que influenciam a perspectiva empreendedora. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para entrevistado A: outro (especifique), o estado do país que não oferecia melhores condições de vida no tempo pós guerra; entrevistado B: networking - rede de contatos; entrevistado C: modelo de pessoas de sucesso, influência dos pais.



Terceira pergunta: quais dos fatores organizacionais tem influenciado sua perspectiva empreendedora?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Equipe | 31,25% | 10 |
| Estratégia | 56,25% | 18 |
| Estrutura | 15,63% | 5 |
| Cultura organizacional | 40,63% | 13 |
| Produtos/serviços | 53,13% | 17 |
| Nenhuma das opções | 0,00% | 0 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

742

Tabela 3 – Fatores organizacionais que influenciam a perspectiva empreendedora. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para Entrevistado A: equipe; entrevistado B: cultura organizacional, equipe; entrevistado C: estratégia, equipe, cultura organizacional.

Acrescentou o Entrevistado B: a empresa em que trabalho tem uma cultura diferenciada em relação a outras empresas. Reafirmou Entrevistado A: sincronizar o pessoal para alcançar resultados.

Quarta pergunta: quais dos fatores ambientais (ambiente organizacional) tem influenciado sua perspectiva empreendedora?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Oportunidade | 46,88% | 15 |
| Criatividade | 50,00% | 16 |
| Modelos (pessoas de sucesso) | 18,75% | 6 |
| Competição | 12,50% | 4 |
| Recursos | 15,63% | 5 |
| Incubadora de empresa | 0,00% | 0 |
| Políticas públicas | 21,88% | 7 |
| Clientes | 28,13% | 9 |
| Fornecedores | 12,50% | 4 |
| Investidores | 9,38% | 3 |
| Nenhuma das opções | 0,00% | 0 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

Tabela 4 – Fatores ambientais que influenciam a perspectiva empreendedora. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.



Para Entrevistado A: criatividade; Entrevistado B: investidores anjos e criatividade; Entrevistado C: criatividade, oportunidade.

Entrevistado A: quando perguntado qual é a maior dificuldade para empreender em Angola? R: falta de cultura de negócios e empreendedorismo; facilidade para conseguir dinheiro quando o governo é o único cliente; conforto na função pública; ganho fácil; dificuldade para empreender quando não é do partido no poder.

Quinta pergunta: em relação ao processo empreendedor em que etapa se encontra?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|---|-----------|-----------|
| Identificar a oportunidade | 31,25% | 10 |
| Identificar e mobilizar os recursos necessários para empreender | 53,13% | 17 |
| Implementação do empreendimento | 12,50% | 4 |
| Gerenciamento do empreendimento | 21,88% | 7 |
| Nenhuma das opções | 9,38% | 3 |
| Total de respondentes: | | 32 |

743

Tabela 5 – Etapas do processo empreendedor. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para entrevistado A: gerenciamento do empreendimento, implementação do empreendimento; entrevistado B: identificar e mobilizar os recursos necessários para empreender; entrevistado C: gerenciamento do empreendimento, implementação do empreendimento.

Sexta pergunta: na etapa identificar e avaliar a oportunidade quais dos itens foi usado?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|--|-----------|-----------|
| Oportunidade versus Habilidades e metas pessoais | 40,63% | 13 |
| Criação e abrangência da oportunidade | 34,38% | 11 |
| Valores percebidos e reais da oportunidade | 28,13% | 9 |
| Riscos e retornos da oportunidade | 28,13% | 9 |
| Nenhuma das opções | 18,75% | 6 |
| Situação dos competidores | 12,50% | 4 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

Tabela 6 – Etapa identificar e avaliar a oportunidade. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para entrevistado A: oportunidades versus habilidades e metas pessoais, criação e abrangência da oportunidade; entrevistado B: oportunidades versus habilidades e metas pessoais; entrevistado C: oportunidades versus habilidades e metas pessoais.

Declarou Entrevistado A: o ambiente de negócios não é favorável.



Sétima pergunta: na etapa identificar e mobilizar recursos para empreender qual dos itens foi usado?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|------------------------------------|-----------|-----------|
| Recursos pessoais | 70,97% | 22 |
| Recursos de amigos e parentes | 16,13% | 5 |
| Recursos do Governo | 3,23% | 1 |
| Recursos de incubadora de empresas | 0,00% | 0 |
| Recursos de Investidores anjos | 6,45% | 2 |
| Recursos do Banco | 6,45% | 2 |
| Recursos de capitalistas de riscos | 0,00% | 0 |
| Nenhuma das opções | 9,68% | 3 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 31 |

744

Tabela 7 – Etapa identificar e mobilizar recursos. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para entrevistado A: nenhuma das opções; entrevistado B: recursos pessoais; entrevistado C: recurso pessoais e recursos bancário.

Oitava pergunta: na etapa implementação do empreendimento qual das opções foi difícil encontrar?

| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|-------------------------------|-----------|-----------|
| Talento - Pessoas | 9,38% | 3 |
| Tecnologias - Ideias | 18,75% | 6 |
| Capital - Recursos | 71,88% | 23 |
| know how - Conhecimento | 12,50% | 4 |
| Todas as opções | 9,38% | 3 |
| Nenhuma das opções | 3,13% | 1 |
| Total de respondentes: | | 32 |

Tabela 8 – Etapa implementação do empreendimento. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para entrevistado A: know how - conhecimento; entrevistado B: capital - recursos; entrevistado C: talento - pessoas, capital - recursos.

Nona pergunta: na etapa gerencia do empreendimento qual das opções intencionas usar para melhorar?



| OPÇÕES DE RESPOSTA | RESPOSTAS | NÚMEROS |
|---|-----------|-----------|
| Mudar estilo de liderança | 18,75% | 6 |
| Mudar o estilo de gestão | 25,00% | 8 |
| Identificar problemas atuais e potenciais | 68,75% | 22 |
| Entrar em novos mercados | 31,25% | 10 |
| Fatores críticos de sucesso | 21,88% | 7 |
| Nenhuma das opções | 3,13% | 1 |
| Outro (especifique) | 0,00% | 0 |
| Total de respondentes: | | 32 |

Tabela 9 – Etapa gerenciamento do empreendimento. Fonte: Resultado da pesquisa, 2020.

Para Entrevistado A: entrar em novos mercados; Entrevistado B: mudar o modelo de liderança; Entrevistado C: mudar o estilo de gestão.

Afirmaram Entrevistado B e C: compreender o novo contexto de mundo, devido as mudanças rápidas.

Portanto, cada pergunta respondida no questionário, entrevistados, argumentação dos entrevistados e ainda a pesquisa bibliográfica possibilitou testar e ajustar o modelo previsto, isto é, processo empreendedor inovador, de forma que resultou no processo empreendedor inovador apresentado a seguir.

4.1 Processo empreendedor inovador (P.E.I.)

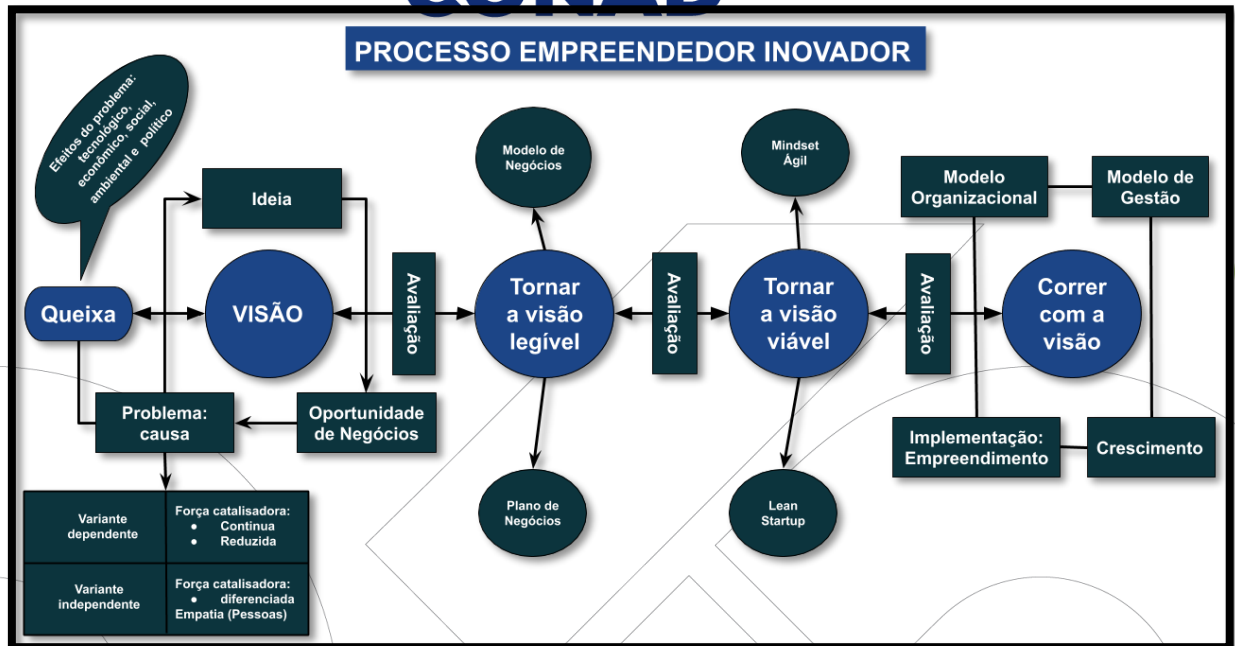
Processo pode ser entendido como conjuntos de operações, fluxos, atividade, grupo de atividades, relacionados e interdependentes que transformam uma ou mais entradas em uma ou mais saídas, através da agregação de valor à entrada (CARPINETTI, 2016; LOZADA, 2016).

O entendimento de que o empreendedorismo, deve ser abordado com um processo em vez de um único evento, não é novo. E há crescente consenso quanto abordagem processual do empreendedorismo, que se desenvolve ao longo do tempo e se move por meio de fases distintas, mas intimamente relacionadas (BARON; SHANE, 2007).

O processo de transformar ideias criativas em negócios comercialmente viáveis continua sendo uma força maior na economia mundial de hoje. O empreendedorismo bem-sucedido requer mais do que apenas sorte e dinheiro. É um processo coerente de criatividade, tomada de risco e planejamento. Os alunos de hoje precisam de cursos e programas que definam uma estrutura básica para entender o processo do empreendedorismo (KURATKO, 2016, p. V).

Constata-se uma concordância geral no que diz respeito as fases distintas ou estrutura básica que representam o processo empreendedor, apesar de alguma forma apresentar terminologia diferente: reconhecimento de uma oportunidade, identificar e mobilizar recursos necessários para empreender, implementação do empreendimento, gerenciamento do empreendimento (CHIAVENATO, 2012; BARON; SHANE, 2007; KURATKO, 2016).

Em seguida mostraremos o processo empreendedor inovador, como resultado da previsão do modelo (processo), sustentado e testado pela análise e interpretação dos dados.



746

Figura 6 – Processo empreendedor inovador (P.E.I.). Fonte: Elaborado pelo autor, 2020.

Este processo empreendedor é inovador pelo fato dele possuir uma estrutura básica ou fixa e outra flexível, adaptável em função da necessidade do empreendedor e do negócio. No entanto, esta estrutura básica ou fixa: 1ª Queixa (efeito do problema); 2ª Visão (ideia, oportunidade de negócios); 3ª Tornar a visão legível; 4ª Tornar a visão viável; 5ª Correr com a visão (implementação do empreendimento, modelo organizacional, modelo de gestão, crescimento). Já a estrutura flexível e adaptável pode ser usadas outras existentes, ou que viriam existir, desde que seja alcançado o resultado proposto, descreveremos mais adiante a respeito da estrutura flexível e adaptável.

4.1.1 Queixa (efeito do problema)

A primeira fase do P.E.I., começa quando o empreendedor tem a percepção dos efeitos do problema, em seguintes áreas: tecnológica, econômica, ambiental, social, política. Os empreendedores são queixosos – inconformados.

4.1.2 Visão

A visão ela é composta por: problema/causa; ideia; e oportunidade de negócios.

Depois da queixa vem a análise da causa do problema, que é o quadro da análise apresenta a esquerda: a variante dependente, que significa aquilo que realmente está originar o problema; e a variante independente, que significa aquilo que está atrelado a variante dependente e que de certa maneira podem ser considerado como os efeitos do problema.



A força catalizadora continua e reduzida, significa aquilo que foi encontrado no problema e pode continuar e outro lado reduzido, porque catalisa na resolução do problema; a força catalizadora diferenciada, aquilo que foi encontrado no problema e que torna a resolução do problema, ideia, oportunidade um grande diferencial; empatia, que significa que o problema precisa ser resolvido pelas lentes do cliente ou usuário.

4.1.3 Tornar a visão legível

Tornar a visão legível, significa usar o modelo de negócios ou o plano de negócios, ou ainda usar os dois ao mesmo tempo, em função da necessidade do empreendedor e do negócio para dar legibilidade no funcionamento da lógica do negócio.

4.1.4 Tornar a visão viável

Tornar a visão viável, significa validar as hipóteses do negócio, por meio do produto mínimo viável (MVP), usando a metodologia lean startup; como também pode usar outras metodologias. Neste processo é fundamental que o empreendedor haja com um mindset ágil, isto é, um modelo mental de agilidade, entendendo os valores e princípios do manifesto ágil.

4.1.5 Correr com a visão

Correr com a visão, significa que as hipóteses para validar o negócio estão confirmados e chegou o momento da implementação do empreendimento; escolher o modelo organizacional; modelo de gestão; e criar estratégias de crescimento para o negócio.

5. Considerações finais

O empreendedorismo no século XXI, está no centro do desenvolvimento econômico e social de qualquer sociedade e o processo empreendedor inovador mostra-se relevante para este contexto, embora seja uma temática ainda a ser explorada.

Quanto ao objetivo do trabalho: analisar a perspectiva empreendedora dos jovens Angolanos, a partir dos fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor, percebeu-se de maneira clara dentre os fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais, quais dos elementos que os compõe mais influenciam o processo empreendedor dos Jovens Angolanos no Brasil e o objetivo foi alcançado.

Portanto à proposição teórica, ficou confirmada. Foi possível a partir da previsão do modelo, isto é, processo empreendedor inovador, ser testado e sustentado através da análise e interpretação dos dados, embora sofrendo ajustes de acordo com análise e interpretação dos dados.



6. Referências

- AFFONSO, Lígia Maria Fonseca, RUWER, Lígia Maria Erlich, MACOMELLI, Giancarlo. Empreendedorismo. Porto Alegre: SAGAH, 2018.
- BARON, Robert A., SHANE, Scott A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning, 2007.
- BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de plano de negócios: fundamentos, processos e estruturação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- BURGELMAN, Robert A., CHRISTENSEN, Clayton M., WHEELWRIGHT, Steven C. Gestão estratégica da tecnologia e da inovação: conceitos e soluções. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012.
- BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. Plano de negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.
- CARPINETTI, Luiz Cesar Ribeiro. Gestão da qualidade: conceitos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.
- DORNELAS, José. Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. 7. ed. São Paulo: Empreende, 2018.
- _____. Plano de negócios: seu guia definitivo: o passo a passo para você planejar e criar um negócio de sucesso. 2. ed. São Paulo: Empreende, 2016.
- FAVA, Rui. Educação para o século XXI: a era do indivíduo digital. São Paulo: Saraiva, 2016.
- GIL, Antônio Carlos. Estudo de caso: fundamentação científica - subsídios para coleta e análise de dados - como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.
- GOMES, Jaqueline Geisa Cunha; OKANO, Marcelo T. PLATAFORMAS DIGITAIS COMO MODELOS DE NEGÓCIO: UMA PESQUISA EXPLORATÓRIA. *South American Development Society Journal*, v. 5, n. 13, p. 232, 2019.
- IEEP - Instituto de Educação por Experiência e Prática. Mindset ágil: mais importante que as metodologias é a mentalidade. 28 de agosto de 2019. Disponível em: < <https://www.ieepeducacao.com.br/mindset-agil/#:~:text=Os%20métodos%20ágeis%20demandam%20uma,aqui%20chamamos%20de%20Mindset%20ágil>>. Acesso em: 14/08/2020.
- LOZADA, Gisele (Org). Administração da produção e operações. Porto Alegre: SAGAH, 2016.
- LENZI, Fernando César. A Nova Geração de Empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.
- LEITE, Emanuel. O fenômeno do empreendedorismo. São Paulo: Saraiva, 2012.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARTINS, Gilberto de Andrade, THEÓPHILO, Carlos Renato. Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- NAKAGAWA, Marcelo. Plano de negócio: teoria geral. Barueri, SP: Manole, 2011.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas para o plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2014.
- PEREIRA, Daniel. O que é lean startup. O analista de modelos de negócios. 31 de março de 2019. Disponível em: < <https://analistamodelosdenegocios.com.br/lean-startup/>>. Acesso em: 14/08/2020.
- RIES, Eric (2019-11-10T22:58:59). A startup enxuta. Sextante. Edição do Kindle.
- SEBRAE, nacional. Aprenda a criar um quadro de modelo de negócios para renovar sua empresa. 27 de setembro de 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/quadro-de-modelo-de-negocios-para-criar-recriar-e-inovar,a6df0cc7f4217410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em: 20/08/2020.
- KURATKO, Donald F. Empreendedorismo: teoria, processo, prática. 10. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.
- VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2016.

25º Edição - Ano 2020



ZUIN, Luís Fernando Soares, QUEIROZ, Timóteo Ramos. Agronegócios: Gestão, Inovação e Sustentabilidade. São Paulo: Saraiva, 2015.

CONAD[®]

ISBN nº 978-65-993495-0-8

749

