

A ESSÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO NOS '90.

Por Lauren DeLong

Babson Entrepreneurial Review. February 1998, Volume 13: Issue 1

A essência do empreendedorismo cai na base criativa de cada um. Não é verdade que os empreendedores de sucesso se aproximam aos problemas de seus negócios criativamente? Eles ficam imersos, ainda obsessivos, expressando as suas visões internas. Sua aproximação a essa única expressão é similar a aquela do artista. Os artistas usam ferramentas como pintura, telas, escovas, e visão, empreendedores usam ferramentas como capital, gente, mercados, e idéias. Os empreendedores organizam essas ferramentas familiares em formas inovadoras que outorgam-lhe vantagens estratégicas no mundo dos negócios.

A Essência é explicada como a fonte elementar do empreendedorismo no livro de Ray e Myers, "Criatividade nos Negócios". Podemos perguntar, "O que é a essência e como podemos consegui-la?" Essência é o recurso criativo e a base do empreendedorismo. De acordo com Ray e Myers, essência consiste de as seguintes cinco qualidades:

- Intuição
- Vontade
- Satisfação
- Fortaleza
- Compaixão.

Essas cinco qualidades combinam-se para fazer a base criativa de um empreendedor. Com essa base, o empreendedor tem os recursos para aproximar-se a cada desafio nos negócios numa forma nova e produtiva.

Intuição é a habilidade de conhecer sem arazoamento consciente. A real intuição aumenta a habilidade do empreendedor de reagir criativamente às situações. Reagir rapidamente em todas as circunstâncias requer confiança na intuição própria. É o berço dos empreendedores de sucesso.

Vontade é a parte do empreendedor que assume responsabilidade. Uma eterna vontade é o que sustenta o empreendedor

e permite-lhe unificar sua organização com uma visão e missão singular.

Satisfação é a gasolina do empreendedor. Depois de atingir uma realmente criativa solução a um problema, um empreendedor fica cheio de um sentido satisfatório de satisfação. Os empreendedores amam não só o que eles fazem, também como eles fazem. Esta é a aproximação criativa que diferença as suas ações. Essa criatividade é o que dá sentido à jornada empreendedora.

Fortaleza é o que permite ver aos empreendedores os riscos não como algo a ser evitado, mas como uma oportunidade de exercitar a sua criatividade – criatividade que gera percepções para gerenciar apropriadamente o risco. Temor e criticismo podem dominar e paralisar a mente não criativa. Temor é superado pela fortaleza do empreendedor, permitindo-lhe solucionar desafios que parecem não ter solução para outros.

Compaixão é o que dá ao empreendedor a habilidade de bater a sua própria criatividade assim como a criatividade dos outros. Esta é a chave para sustentar um meio ambiente empreendedor. Os empreendedores não podem sustentar um negócio por si mesmo; eles devem usar compaixão para criar um meio ambiente que encoraje todas as pessoas para usar sua criatividade produtivamente.

Esses elementos formam a base a partir da qual os empreendedores prosperam no seu mundo dos negócios. Esta fundação é o que permite os empreendedores expressarem a sua criatividade. Todos possuem o potencial para esse gênio criativo, mas a maioria estão inibidos pelo temor. Os empreendedores mais bem sucedidos amam profundamente o que fazem. Os empreendedores mais bem sucedidos conhecem como alavancar a essência do empreendedorismo.

Como alavancar a essência do empreendedorismo nos '90.

Nos '90, com o incremento da biotecnologia e a inovação, os empreendedores têm a única grande oportunidade de organizar materiais familiares em forma no usuais no passado. O uso das ferramentas pelo empreendedor, tais como capital, gente, mercado, e idéias pode ser levado para um novo nível. A organização dessas ferramentas familiares dão para eles uma vantagem crítica no mundo dos negócios.

Por exemplo, a aparição dos escritórios virtuais proliferaram como negócios empreendedores artesãos que não precisam de espaço de escritório, estoques, ou grande quantidade de força de trabalho. Todos esses aspectos dos negócios podem ser terceirizados. A equipe de vendas podem dirigir seus negócios desde os seus notebooks, enquanto os produtos podem ser enviados diretamente ao consumidor final.

A redefinição das formas como os negócios são gerenciados mudou a estrutura de custos de muitos negócios. Precisa-se de menos capital inicial, e mercados adicionais podem ser penetrados mais amplamente. Na medida que os esforços de marketing estão sendo focados cada vez mais no marketing direto e nas comunicações integradas, as organizações conhecem mais sobre os seus clientes e como eles fazem suas decisões de compras. O aumento do conhecimento do consumidor combinado com a flexibilidade das empresas virtuais mudaram as regras do jogo.

Os empreendedores sabem como reconhecer tais oportunidades e aproveitar os recursos para capitaliza-las. A essência do empreendedorismo nos '90 será a habilidade dos empreendedores para alavancar a base de sua criatividade e a inovação tecnológica para aproximar-se a cada desafio de negócio numa forma nova e produtiva.