

## **ERASMUS +**

KA2 - Cooperation for Innovation and the Exchange of Good Practices

KA203 - Strategic Partnerships for higher education

# **Geomarketing as an Entrepreneurship Tool**

2017-1-IT02-KA203-036955 – CUP I82F17000390006

---

## **O1: Pesquisa sobre Empreendedorismo**

---

**Autor:**

**Tradução: Márcia Silva (AidLearn)**

**Bárbara Lopes (AidLearn)**

**Sérgio Prazeres (AidLearn)**

## **Resumo Executivo**

Projeto cofinanciado com o apoio do Programa Europeu Erasmus+. A informação contida nesta publicação (comunicação) vincula exclusivamente o autor, não sendo a Comissão Europeia responsável pela utilização que dela possa ser feita.

Este resumo executivo é a síntese do Produto Intelectual 1 (IO1) – Pesquisa sobre Empreendedorismo realizado no âmbito do projeto *Geomarketing as an Entrepreneurship Tool*/GET UP. Baseia-se numa pesquisa bibliográfica aprofundada, numa descrição detalhada das principais competências de gestão necessárias aos empreendedores e nos resultados obtidos num inquérito aos participantes no projecto.

A publicação considera as atuais necessidades em termos de promover competências empresariais eficazes e atualizadas para jovens com menos de 25 anos, com habilitações de nível do secundário ou ensino superior, desempregados, à procura do 1º emprego ou empresários recém-formados, sobre como ser empreendedor, implementar as suas ideias de negócio, capacitá-los com o conhecimento e mecanismos para conceber modelos empresariais adequados.

Consiste de uma introdução, 4 capítulos, conclusões, referências e um glossário.

O primeiro capítulo analisa o tema do Empreendedorismo, explicando vários aspectos ligados às características do empreendedorismo e do seu papel, características de sucesso e insucesso, os principais atributos pessoais, como tornar-se um empreendedor eficaz e gerir uma empresa familiar, como analisar e resolver alguns problemas do empreendedorismo. Ser empreendedor decididamente permite um grau de independência profissional e um elevado grau de satisfação pessoal, mas o sucesso de um negócio têm de ser gerido em conjunto com outros aspectos, tais como os fracassos, assim como os sentimentos de frustração e responsabilidade, que nem mesmo os gestores profissionais são sempre capazes de suportar. Um dos aspectos mais importantes a considerar são as competências de gestão e a capacidade de partilhar os sucessos de um negócio e suportar os seus fracassos. Ter a capacidade de atingir os seus objetivos e partilhar o sucesso ou sentir-se responsável por um fracasso, seguramente não é uma competência comum. Ao mesmo tempo, ser capaz de desempenhar um papel na melhor maneira possível, certamente requer um alto grau de conhecimento de gestão.

O segundo capítulo, de acordo com os objetivos do projeto, considera os principais aspetos relacionados com a temática do Desenvolvimento de um Negócio. Analisa em detalhe o papel do empreendedor, a importância da experiência empreendedora, o impacto do empreendedorismo nas decisões, o papel do plano de negócios e de uma análise de mercado, os aspectos financeiros e os resultados organizacionais resultantes das ações empreendedoras. O empreendedor deve adoptar abordagens inovadoras, bem como, a atitude de um líder de forma a ser seguido pela sua equipa na sua missão e, em seguida, apoiar e direccionar os seus recursos a fim de atingir o resultado esperado. Fortes competências técnicas e pessoais, em conjunto com a capacidade de adaptar-se a diferentes funções e papéis, estes são os principais factores de sucesso para um empreendedor, tendo em conta o contexto de mercado envolvente.

O terceiro capítulo analisa o tema da Gestão e os seus princípios para a administração de uma empresa. Examina em detalhe, os componentes básicos de uma organização, o papel da coordenação e motivação, os riscos inerentes a um negócio assim como falhas de negócios, como reconhecer oportunidades, as abordagens de tomada de decisão,

como melhorar as aptidões sociais e de estruturação para um ambiente empresarial. Qualquer questão de gestão numa empresa pode tornar-se muito complexa e a sua resolução requer informações, experiências e aptidões que raramente são intrínsecas a um só indivíduo. Daí surge a necessidade de organizar um sistema de pessoas especializadas em diferentes campos, certificando-se de que os mesmos podem fornecer uma grande variedade de informações e conhecimentos em termos de resolução de problemas. O conhecimento necessário para uma realização eficaz da atividade empresarial, por vezes, não está concentrado no topo da estrutura organizacional; em vez disso, este espalha-se através dos inúmeros centros funcionais localizados em vários níveis, que dentro da sua competência são capazes de fazer escolhas e tomar decisões. Isso torna as estruturas pessoais mais flexíveis, podendo assim aumentar a qualidade das decisões e a produtividade dos funcionários.

O quarto capítulo aborda os principais aspectos relacionados com o tema da Estratégia Empresarial. Analisa detalhadamente, como adotar uma estratégia de negócio, os princípios organizacionais em ação e a orientação para o mercado, como construir redes, alianças estratégicas e estratégias inovadoras para o crescimento empresarial e, por fim, aborda as principais práticas de gestão para desenvolver novos produtos e serviços. A essência da estratégia empresarial está nas ações concretas de mercado que visam melhorar o desempenho financeiro da empresa, fortalecer a posição competitiva de longo prazo e ganhar vantagem competitiva sobre os concorrentes. Uma estratégia de negócio eficaz é o recurso mais confiável para alcançar um lucro acima da média. Além disso, o conhecimento do negócio e competências operacionais específicas podem melhorar a qualidade dos produtos, canais de distribuição, capacidade de produção e atendimento ao cliente. Assim, o objectivo é obter mais vantagens, em comparação com as que poderiam ser alcançadas individualmente, trabalhando em conjunto para partilhar conhecimentos, recursos e riscos.