





Preencha a **ficha de cadastro** no final deste livro e receba gratuitamente informações sobre os lançamentos e as promoções da Editora Campus/Elsevier.

Consulte também nosso catálogo completo e últimos lançamentos em **www.campus.com.br**





*Aos que têm iniciativa,
são atentos às oportunidades,
aceitam desafios,
administram a mudança
e criam as organizações de amanhã.*



AGRADECIMENTOS

O PROJETO DESTA LIVRO COMEÇOU A TOMAR FORMA QUANDO DE MINHA estada no Babson College. Lá pude aprimorar meus conhecimentos a respeito do assunto e notar que, apesar de não ser algo recente, a ênfase no empreendedorismo corporativo era cada vez maior nos meios acadêmico e empresarial nos Estados Unidos. Particpei de várias conversas, reuniões e debates sobre o assunto, os quais foram valiosos e serviram de base para a maioria do conteúdo aqui apresentado, o qual foi revisado e atualizado para esta segunda edição. Sinto-me no dever de agradecer a algumas pessoas, professores e executivos, que contribuíram com sugestões ou mesmo por apresentarem sua visão sobre o tema: Tom McDermott, Ed Cale, Jose Soza, William Bygrave, Julian Lange, Joel Shulman, Stephen Flavin, Scott Tiffin, John Newman, Jeff Ellis, Edward Marram, Andrew Zacharakis, Joe Hadzima (MIT), Stephen Spinelli, John Bourne, Carlos Rufin, David Wylie, Ana Petermann e Marc Fogassa. Não posso me esquecer ainda de três assistentes que sempre foram prestativas na busca e obtenção de informações, artigos e livros: Marcia Cole, Georgia Papavasiliou e Rosângela Santos.

No Brasil, muitas outras pessoas foram prestativas e entusiastas da idéia deste livro sobre o empreendedorismo nas organizações já estabelecidas. Agradeço especialmente aos que contribuíram com os estudos de casos desta nova edição: Carlos Balote e Carlos Villa (Solvi), e ao Floriano (Algar). E, ainda, aos que contribuíram

desde a primeira edição: Marcos Spinardi, Luciana Hochheimer, Letícia Teixeira e Maria Vicentini (Nestlé), ao Paulo de Castro (Gold Nutrition), ao Elso Raimondi, e ao Julio Cardozo. Finalmente, não poderia deixar de agradecer àqueles que sempre me apóiam nas iniciativas empreendedoras e nos novos projetos: à Mãe e aos meus pais, todo meu carinho, amor e admiração.

O AUTOR

JOSÉ CARLOS ASSIS DORNELAS é um dos maiores especialistas nacionais em empreendedorismo e plano de negócios e um dos mais requisitados conferencistas sobre o tema no país. Leciona em cursos de MBA na FIA/USP e como professor convidado em diversos programas no país e no exterior. Realizou seu pós-doutoramento nos Estados Unidos e foi o primeiro e único professor brasileiro como *Visiting Scholar* no Centro de Empreendedorismo do Babson College – considerada a melhor escola de negócios com foco em ensino de empreendedorismo no mundo. É engenheiro pela USP São Carlos, com mestrado e doutorado também pela USP, especialização em marketing pela ESPM e cursos de extensão em Harvard e no MIT.

É autor de diversos livros, com destaque para: *Como conseguir investimentos para o seu negócio*, *Planos de negócios que dão certo*, *Empreendedorismo na prática*, o *best-seller* nacional *Empreendedorismo, transformando idéias em negócios*, além de *Planejando incubadoras de empresas* e *Empreendedorismo corporativo*, tendo sido este último finalista do Prêmio Jabuti. Tem também publicado e apresentado dezenas de artigos premiados em congressos, seminários e revistas especializadas, nacional e internacionalmente.

Dr. Dornelas tem assessorado diversas empresas nacionais e multinacionais com treinamentos, palestras e consultorias em empreendedorismo corporativo e plano de negócios, com destaque para ABN-Amro, Adobe, Alcatel, Alcoa, Ambev,

Blockbuster, Bradesco, Cargill, Embratel, Gerdau, Grupo Abril, Grupo Ultra, HP, IBM, Jacto, Microsiga, Microsoft, Nestlé, OESP, Oracle, Pernambucanas, Porto Seguro Seguros, Roche, Sebrae, SENAC, Senior Sistemas, Solvi, Telefônica, Unibanco, entre outras. É ainda constantemente requisitado a proferir palestras, treinamentos, além de atuar em projetos de consultoria em empreendedorismo de *start-up* (criação de empresas) e desenvolvimento de planos de negócios. Dr. Dornelas tem assessorado também mais de 60 incubadoras de empresas e centenas de empreendedores de diversos estados brasileiros. Criou o *site* www.planodenegocios.com.br, uma referência no país no suporte aos interessados em empreendedorismo e plano de negócios.

Dr. Dornelas fundou e preside a Empreende – empresa especializada em consultorias e treinamentos, é sócio-fundador e *chairman* da Insolita Studios – empresa desenvolvedora de jogos digitais, *chairman* da BABO (Babson Alumni Brazilian Organization) e idealizador da InvestInova – iniciativa para promover negócios entre empreendedores e investidores.

Contato: www.josedornelas.com

SUMÁRIO

Capítulo 1	Introdução	1
Capítulo 2	Empreendedorismo e desenvolvimento econômico	5
	Nota	9
Capítulo 3	Necessidade do comportamento empreendedor nas organizações	11
	Notas	16
Capítulo 4	Inovação: um imperativo organizacional	17
	Tipos de inovação	23
	Adequando as possibilidades de inovação à organização	26
	Notas	34
Capítulo 5	A prática do empreendedorismo corporativo	35
	Definindo e entendendo o conceito	35
	O processo do empreendedorismo corporativo	42
	Diferenças e semelhanças entre o empreendedorismo corporativo e o empreendedorismo de <i>start-up</i>	51
	Passos para se implementar o empreendedorismo nas organizações	52
	Notas	60

Capítulo 6	Quem é o empreendedor corporativo	61
	Antecedentes: entendendo o papel dos empreendedores	61
	Diferenças e semelhanças entre o administrador, o empreendedor de <i>start-up</i> e o empreendedor corporativo	64
	Diferentes categorias e papéis dos empreendedores	73
	Alguns mitos sobre os empreendedores corporativos	77
	A criatividade a serviço do empreendedor corporativo	78
	Desenvolva seu plano empreendedor pessoal	81
	Os dez mandamentos do empreendedor corporativo	82
	Notas	83
Capítulo 7	Identificando, avaliando e implementando novas oportunidades de negócios	85
	Idéias <i>versus</i> oportunidades	85
	Avaliando uma oportunidade	88
	Selecionando as melhores oportunidades	93
	Desenvolvendo um banco de oportunidades	96
	Notas	99
Capítulo 8	O plano de negócios	101
	O que é o plano de negócios?	102
	Por que você deveria escrever um plano de negócios?	103
	A quem se destina o plano de negócios?	104
	Estrutura do plano de negócios	105
	O tamanho do plano de negócios	111
	O plano de negócios como ferramenta de venda	113
	O plano de negócios como ferramenta de gerenciamento	117
	Dicas na elaboração do plano de negócios	118
	Notas	121
Capítulo 9	Mantendo um ambiente de suporte ao empreendedorismo corporativo	123
	Criando mecanismos para manter a filosofia empreendedora na organização	124
	Superando barreiras organizacionais	127
	Notas	129
Capítulo 10	O futuro da corporação empreendedora	131
Apêndices	Testes de perfil empreendedor	135
	Índice	163