

A equipe da Baita descreveu as pré condições atuais para o aumento do empreendedorismo, que são a vontade de empreender (desejo de realização pessoal, alternativa aos empregos tradicionais em queda, anseio por ganhar dinheiro e ser reconhecido), ter capacidade para empreender (educação formal e informal, acesso fácil e barato ao aprendizado, acesso rápido a tudo que está acontecendo no planeta) e ter condições para empreender (orientação de aceleradoras para empreender, financiamento mais fácil para boas idéias, simplificação das exigências para iniciar novos negócios) bem como a crescente importância econômica dos novos negócios em relação aos mais antigos e tradicionais.

Também chamaram atenção para o fato dos novos negócios de sucesso terem propósitos e/ou "Propostas de Valor" que exploram necessidades cada vez mais altas na pirâmide de Maslow em comparação com os negócios mais antigos. Exemplos do foco de necessidades da "Pirâmide de Maslow" atendidas como foco principal por diferentes tipos de negócios (de baixo para cima com vários dos exemplos escolhidos por mim, com base no que entendi, já que não fizeram esta associação direta na apresentação):

- | | |
|--|--|
| 1. Fisiologia (comida, água, abrigo, sono): | agronegócios, comércio de alimentos
roupas, utilidades |
| 2. Segurança (da família, corpo e propriedades): | condomínios, seguros, armas
serviços de vigilância |
| 3. Social (amor, amizade, família, comunidade): | redes sociais e marcas
Facebook, Igrejas, Fãs de algo ou alguém |
| 4. Estima (reconhecimento, status, auto estima): | serviços personalizados VIP
Uber, Aibnb, Apple, Amazon, Microsoft |
| 5. Realizações Pessoais (criatividade, talento): | empreendedorismo, causas nobres
Aceleradoras, Veganos, Ambientalistas |

Finalmente ressaltaram a importância dos novos empreendimentos, do ponto de vista organizacional, adotarem uma atitude para inovação sistemática aberta (para ideias e contribuições), terem processo decisório simples e rápido, manterem o foco no aprendizado contínuo e serem tolerantes a erros e, do ponto de vista do posicionamento de mercado, terem um propósito explícito que seja reconhecido e valorizado pelo público alvo (Proposta de Valor) que melhore a qualidade de vida e/ou que promova o certo em relação ao errado e/ou que previna que algo bom acabe ...

O HIDS precisa levar em conta estas tendências na escolha de seu formato de gestão não somente incorporando as contribuições de "start-ups" mas fazendo uso/promovendo plataformas colaborativas para idéias/soluções/trabalho voluntário/financiamento e tudo o mais que as causas nobres que defenderá permitirem.