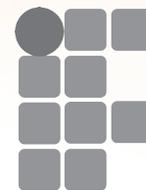




·rede
e-Tec
Brasil

Empreendedorismo

Zélia Halicki



**INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ**
Educação a Distância

**Curitiba-PR
2012**

Presidência da República Federativa do Brasil

Ministério da Educação

Secretaria de Educação a Distância

© INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA - PARANÁ -
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Este Caderno foi elaborado pelo Instituto Federal do Paraná para o Sistema Escola
Técnica Aberta do Brasil - e-Tec Brasil.

Prof. Irineu Mario Colombo
Reitor

Prof.^a Mara Christina Vilas Boas
Chefe de Gabinete

Prof. Ezequiel Westphal
Pró-Reitoria de Ensino – PROENS

Prof. Gilmar José Ferreira dos Santos
Pró-Reitoria de Administração – PROAD

Prof. Silvestre Labiak
**Pró-Reitoria de Extensão, Pesquisa e Inovação –
PROEPI**

Neide Alves
**Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas e Assuntos
Estudantis – PROGEPE**

Bruno Pereira Faraco
**Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento
Institucional – PROPLAN**

Prof. José Carlos Ciccarino
Diretor Geral do Câmpus EaD

Prof. Ricardo Herrera
**Diretor de Planejamento e Administração do
Câmpus EaD**

Prof.^a Mércia Freire Rocha Cordeiro Machado
**Diretora de Ensino, Pesquisa e Extensão –
DEPE/EaD**

Prof.^a Márcia Denise Gomes Machado Carlini
**Coordenadora de Ensino Médio e Técnico do
Câmpus EaD**

Prof. Roberto José Medeiros Junior
Coordenador do Curso

Prof.^a Ediane Santos Silva
Vice-coordenadora do Curso

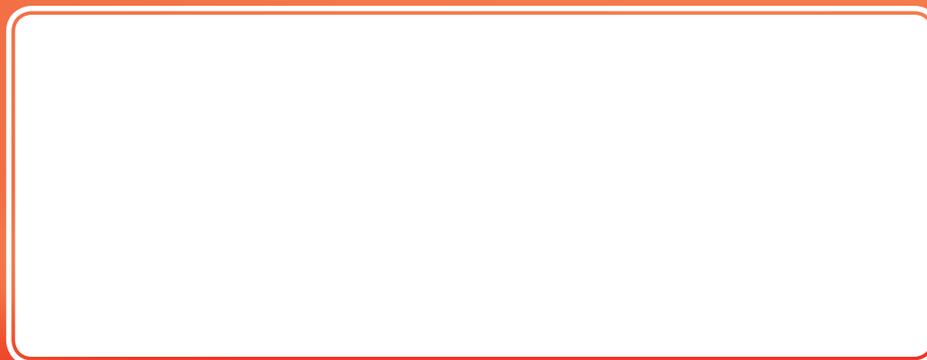
Adriana Valore de Sousa Bello
Cassiano Luiz Gonzaga da Silva
Jéssica Brisola Stori
Denise Glovaski Souto
Assistência Pedagógica

Prof.^a Ester dos Santos Oliveira
Prof.^a Sheila Cristina Mocellin
Idamara Lobo Dias
Prof.^a Maria Angela Motta
Revisão Editorial

Paula Bonardi
Diagramação

e-Tec/MEC
Projeto Gráfico

Catálogo na fonte pela Biblioteca do Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia - Paraná



Apresentação e-Tec Brasil

Prezado estudante,

Bem-vindo ao e-Tec Brasil!

Você faz parte de uma rede nacional pública de ensino, a Escola Técnica Aberta do Brasil, instituída pelo Decreto nº 6.301, de 12 de dezembro 2007, com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino técnico público, na modalidade a distância. O programa é resultado de uma parceria entre o Ministério da Educação, por meio das Secretarias de Educação a Distância (SEED) e de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), as universidades e escolas técnicas estaduais e federais.

A educação a distância no nosso país, de dimensões continentais e grande diversidade regional e cultural, longe de distanciar, aproxima as pessoas ao garantir acesso à educação de qualidade, e promover o fortalecimento da formação de jovens moradores de regiões distantes, geograficamente ou economicamente, dos grandes centros.

O e-Tec Brasil leva os cursos técnicos a locais distantes das instituições de ensino e para a periferia das grandes cidades, incentivando os jovens a concluir o ensino médio. Os cursos são ofertados pelas instituições públicas de ensino e o atendimento ao estudante é realizado em escolas-polo integrantes das redes públicas municipais e estaduais.

O Ministério da Educação, as instituições públicas de ensino técnico, seus servidores técnicos e professores acreditam que uma educação profissional qualificada – integradora do ensino médio e educação técnica, – é capaz de promover o cidadão com capacidades para produzir, mas também com autonomia diante das diferentes dimensões da realidade: cultural, social, familiar, esportiva, política e ética.

Nós acreditamos em você!

Desejamos sucesso na sua formação profissional!

Ministério da Educação
Janeiro de 2010

Nosso contato
etecbrasil@mec.gov.br



Indicação de ícones

Os ícones são elementos gráficos utilizados para ampliar as formas de linguagem e facilitar a organização e a leitura hipertextual.



Atenção: indica pontos de maior relevância no texto.



Saiba mais: oferece novas informações que enriquecem o assunto ou “curiosidades” e notícias recentes relacionadas ao tema estudado.



Glossário: indica a definição de um termo, palavra ou expressão utilizada no texto.



Mídias integradas: sempre que se desejar que os estudantes desenvolvam atividades empregando diferentes mídias: vídeos, filmes, jornais, ambiente AVEA e outras.



Atividades de aprendizagem: apresenta atividades em diferentes níveis de aprendizagem para que o estudante possa realizá-las e conferir o seu domínio do tema estudado.



Sumário

Palavra do professor-autor	9
Aula 1 – O contexto econômico e mercadológico antes de 1990	11
1.1 Introdução.....	11
1.2 Competitividade nas empresas: alguns aspectos relevantes.....	13
Aula 2 – As mudanças ocorridas com o processo de globalização	19
2.1 Introdução.....	19
2.2 O processo de globalização.....	19
Aula 3 – A economia dos anos 90 e a implantação do plano real: estabilização econômica e crescimento	25
3.1 Introdução.....	25
3.2 O plano real e a competitividade das organizações.....	26
Aula 4 – O surgimento do empreendedorismo no Brasil	31
4.1 Introdução.....	31
4.2 A importância do empreendedorismo.....	32
Aula 5 – O processo empreendedor	37
5.1 Introdução.....	37
5.2 Empreendedor e administrador: habilidades requeridas.....	38
Aula 6 – Definindo um empreendedor	41
6.1 Introdução.....	41
6.2 Definindo um empreendedor.....	42
Aula 7 – Perfil do empreendedor	47
7.1 Introdução.....	47
7.2 Perfil do empreendedor.....	47
Aula 8 – Características e tipos de empreendedores	51
8.1 Introdução.....	51
8.2 Tipos de empreendedores.....	51
8.3 Principais características dos empreendedores de sucesso	53
Aula 9 – A importância do empreendedorismo para a geração de negócios	57
9.1 Introdução.....	57
9.2 Empreendedorismo e geração de negócios.....	58
Aula 10 – Ideia e oportunidade: o estudo das oportunidades e a essência do trabalho do empreendedor	61
10.1 Introdução.....	61
10.2 Empreendedorismo: como identificar oportunidades.....	62

Aula 11 – Mitos e verdades sobre o empreendedor	65
11.1 Introdução.....	65
11.2 Mitos e verdades.....	65
Aula 12 – A importância das micro e pequenas empresas	71
12.1 Introdução.....	71
12.2 Empresas: uma breve caracterização.....	72
12.2 Representatividade no contexto econômico mundial.....	74
Aula 13 – A logística das MPEs - como acrescentar valor ao produto?	77
13.1 Introdução.....	77
13.2 A logística das micro e pequenas empresas.....	78
Aula 14 – Plano de negócios: conceitos e importância para a sobrevivência do empreendimento	81
14.1 Introdução.....	82
14.2 Por que fazer um Plano de Negócios – PN?.....	83
Aula 15 – Plano de Negócios: revisitando alguns aspectos relevantes	87
15.1 Introdução.....	87
15.2 Parcerias e assessoria.....	88
15.3 Por onde começar?.....	89
Aula 16 – Construção do Plano de Negócios	91
16.1 Introdução.....	91
16.2 Tópicos que podem ser inseridos em um Plano de Negócios.....	91
Aula 17 – Empreendedorismo e cooperatividade: geração Y, X e Z	99
17.1 Introdução.....	99
17.2 Geração X, Y e Z.....	100
Aula 18 – A busca de recursos para a implementação da empresa	105
18.1 Introdução.....	105
18.2 A importância do Plano de Negócios para a Consolidação de um projeto.....	105
Aula 19 – A consolidação da empresa	109
19.1 Introdução.....	109
19.2 Questões legais de constituição da empresa.....	109
Aula 20 – Empreendedorismo: perspectivas e tendências	115
20.1 Introdução.....	115
20.2 Perspectivas e tendências.....	115
Referências	119
Atividades autoinstrutivas	121
Currículo do professor-autor	151

Palavra do professor-autor

Caro aluno,

Nesta disciplina você irá conhecer um pouco sobre o tema “Empreendedorismo”, que vem ganhando espaço nos cursos das mais variadas áreas do conhecimento e também já vem fazendo parte das séries iniciais. Tais ações devem-se ao fato de que se percebeu a importância de despertar o espírito empreendedor nos mais diversos campos das atividades humanas.

Hoje as empresas buscam, para compor o quadro de funcionários, pessoas dispostas, com atitude, iniciativa, sobretudo empreendedoras, pois aquele estilo do empregado que fazia somente o que lhe era dito não se enquadra mais nas empresas do século XXI. Para isso, você precisa estar constantemente se atualizando, se empenhando para desenvolver com eficácia a sua atividade, quer seja ela de proprietário, de gerente, encarregado, vendedor, secretária, professor, enfim, as mais diversas profissões.

Sendo assim, espero que você aproveite bastante as nossas aulas, que busque também, na medida do possível aprofundar-se em alguns temas que lhe despertem maior interesse.

Desejo que você tenha sucesso em sua vida, como estudante, como profissional e também em todos os aspectos de sua vida. Pois se somos bem sucedidos, com certeza somos felizes, e não me refiro aqui somente ao dinheiro, mas principalmente ao realizar uma tarefa com e por amor. Esse é o “segredo do sucesso”.

Bons estudos!

Professora Zélia Halicki



Aula 1 – O contexto econômico e mercadológico antes de 1990

O objetivo desta primeira aula é abordarmos um pouco o cenário econômico do Brasil antes de 1990, década em que o país passou por inúmeras transformações que estruturaram a economia, e até hoje convivemos com tais mudanças. O objetivo desta primeira aula é falar um pouco do cenário econômico do Brasil antes de 1990, década em que o país passou por inúmeras transformações que estruturaram a economia que temos hoje. Ao final da aula você compreenderá como era o mercado e a influência do processo de globalização no empreendedorismo.



Figura 1.1: Contexto econômico e mercadológico
Fonte: © AirOne/Shutterstock

1.1 Introdução

Podemos considerar a década de 1990, como sendo um marco para o Brasil, por ter sido nessa época que se definiram algumas práticas econômicas que estruturaram o mercado brasileiro e se estendem até os dias de hoje. Assim, você deve estar se perguntando: mas o que houve de tão importante na década de 1990? Por que sempre ouvimos ou lemos abordagens que se referem a esse período?

Uma dessas características é a competitividade. Então, vamos começar descrevendo essa prática que vem se intensificando significativamente ao longo dos anos devido ao grande número de concorrentes inseridos no mercado, bem como às transformações que ocorrem rapidamente em todo mundo.

Desta forma, a partir da competitividade, ou concorrência, percebida no mercado, faz-se necessário que as empresas busquem alternativas de vantagem competitiva para se manter no mercado. Para você entender mais claramente, vantagem competitiva é o diferencial que uma empresa oferece no mercado em relação às suas concorrentes.



Para entender melhor o tema vantagem competitiva, leia o artigo disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/vantagem-competitiva-revisitando-as-ideias-de-michael-porter/36860/>.

A-Z

Cartéis

Organização de segmentos de mercado para manutenção de preços.

Sendo assim, é a partir da competitividade (característica de uma empresa em se manter no mercado onde ela está inserida) ou concorrência percebida no mercado, que se faz necessário que as empresas busquem alternativas para se manter no mercado. Um dos grandes escritores acerca da competitividade é Michael Porter.

Porter (1999) ressalta que em décadas anteriores aos anos de 1990/1980, a concorrência era praticamente inexistente em quase todo o mundo, pois existia grande proteção por parte dos governos às empresas e também, a formação de grandes **cartéis** colaborava para a quase inexistência de competitividade. No entanto, a partir do final da Segunda Guerra Mundial o acirramento da competitividade se desenvolveu em virtude do progresso econômico da Alemanha e Japão.

Você sabia?

A Segunda Guerra Mundial encerrou por volta de 1945 e, a partir desse período, o mundo sofreu grandes mudanças e, a chamada globalização começou a ser evidenciada com maior visibilidade nos países mais diretamente envolvidos com a guerra, principalmente a Alemanha, que começou a ficar mais fortemente participante no mercado mundial, e o Japão, que para ser reconstruído necessitou negociar muito com outros países. Os Estados Unidos tiveram uma participação, em termos de vendas, muito grande para as economias devassadas pela guerra. Portanto esse comércio nada mais foi que a representatividade da Globalização, que é a inter-relação entre os países.

Globalização? Mas o que isso tem a ver com a competitividade? Na próxima aula vamos aprofundar mais o conceito e as consequências desse processo, porém aqui, já vamos enfatizar que foi a abertura dos mercados ou para os mercados internacionais, o que representou uma quantidade maior de produtos adentrando ao mercado nacional e, conseqüentemente, trazendo a concorrência. Por isso, destaca-se a década de 1990 como sendo o marco para o acirramento da concorrência no Brasil, em virtude de que no final da década de 1980 a economia brasileira abriu-se mais fortemente aos mercados internacionais.



Figura 1.2: Globalização
Fonte: <http://jfls.org>

1.2 Competitividade nas empresas: alguns aspectos relevantes

Hoje, ser competitivo é fundamental para as organizações sobreviverem no mundo globalizado, onde qualquer país pode concorrer com produtos e serviços em qualquer parte do mundo, por terem sido as fronteiras derrubadas (ao nos referirmos às fronteiras, estamos aqui colocando que os limites para negociação entre os países foram extrapolados, os países possuem uma abrangência para negociar, além dos limites geográficos que seriam as fronteiras do país). Então, pense você que agora qualquer país pode vender ou comprar de outro país. Isso significa que existem muito mais concorrentes, pois ao contrário do que tínhamos em décadas anteriores, o concorrente se localizava somente em território nacional; a partir dessa abertura, o concorrente está em qualquer parte do mundo.

Importante aqui você atentar para o fato de que quando nos referimos ao *"país poder negociar com o mundo"*, estamos falando das empresas, dos consumidores, enfim, de todos os negociadores estabelecidos nos limites geográficos do país. Portanto, contando então com concorrentes de todas as nações, as organizações necessitam ser produtivas e competitivas para que possam permanecer nesse ambiente globalizado.

Cabe aqui destacar o significado da concorrência, que é uma prática relevante à produtividade e competitividade das empresas, fato que se acirrou principalmente após a década de 1990. A concorrência caracteriza-se pela disputa entre as empresas, e a competitividade é entendida como a capacidade de as empresas estabelecerem estratégias que compreendam tanto o ambiente externo (mercado e sistema econômico) como também o ambiente interno (a própria organização), para que possam assim manter ou superar a sua participação no mercado no processo de competição.

Desta forma, não existe competitividade sem concorrência, pois o próprio conceito de concorrência se traduz como competição ou disputa e, portanto, podemos afirmar que o ambiente empresarial é constituído na concorrência, em que se busca maior competitividade a fim de se obter vantagem sobre as demais empresas.

Pois bem, como você já deve ter percebido o principal fator que começou a preocupar as organizações a partir do período de 1990, que coincide com o início do processo de globalização, no Brasil, é a competitividade. Evidentemente que não se pode dizer que até esse período era inexistente, porém, dada à baixa oferta de produtos (bens e serviços), pode-se dizer que era bem menor que a enfrentada hoje pelas empresas.

Assim, vale destacar que atualmente as organizações, por estarem inseridas nesse mercado globalizado e altamente competitivo, necessitam desenvolver ações que as mantenham e, principalmente que possam desenvolvê-las em termos de participação de mercado. O ambiente com o qual as organizações se deparam não é mais local ou regional, mas sim mundial e, então, algumas variáveis devem ser observadas no sentido de que as estratégias que as mesmas venham a desenvolver, contemplam todo o cenário que as envolve.

Essas variáveis podem ser consideradas em várias dimensões ou aspectos que você pode observar na sequência:

- **Dimensão econômica:** ao se estruturar um negócio ou a fim de mantê-lo, faz-se necessário atentar para o aspecto econômico do local em que a organização está inserida, bem como também atentar para os fatores econômicos em níveis mundiais, pelo processo de globalização;
- **Dimensão cultural:** os fatores relacionados à cultura dos consumidores é uma preocupação por parte das organizações, o que as leva a manter atualizada a sua influência em termos de mercado. Sabe-se que fatores relacionados aos costumes, valores etc., têm relevância no processo de decisão do consumidor, pelo fato de que entender o contexto cultural em que uma empresa opera é importante para avaliar sua habilidade em gerar vantagens competitivas.
- **Dimensão política:** no que diz respeito aos aspectos relacionados ao fator política em que a organização está inserida, contextualiza um processo de permanente observação aos fatos, bem como às diretrizes que são estabelecidas para cada segmento de produção. Desta forma, importante se faz atentar para as condições relacionadas à política econômica, social, ambiental etc., do país sede da organização, bem como que a mesma possua interesses de negociação. É importante que você observe que, ao nos referirmos à política, estamos colocando-a num aspecto mais geral como sendo, um conjunto de medidas existentes no país, no estado ou no município onde uma empresa vai estar instalada. Seriam as regras que devem ser observadas para cada tipo de atividade. Aqui a abordagem não está direcionada àquilo que nós costumamos entender no dia a dia, de que política está sendo algo em torno dos “políticos ou partidos políticos”.

- **Dimensão social:** quando nos referimos ao social, estamos abordando a sociedade como um todo e, portanto, dada a importância representativa dos consumidores dos mais diversos níveis econômicos existentes hoje (o consumidor ganhou importância porque hoje está mais informado e também tem um leque muito maior de possibilidade para optar quando decide adquirir um produto). Importante atentar também para as mudanças no perfil de consumo das diversas classes sociais e suas capacidades financeiras, ocasionadas pela estabilidade econômica do Brasil, o que fez com que a “antiga classe C” passasse a ser consumidora em massa de bens e serviços, anteriormente não ao seu alcance.
- **Dimensão ambiental:** as exigências relacionadas à preservação do meio ambiente em níveis mundiais trazem para a realidade das organizações essa nova forma de gerenciar os meios de produção, atentando para a sustentabilidade ambiental, econômica e social.
- **Dimensão político-institucional:** Essa dimensão diz respeito às regras que conduzem a organização, apresentando os interesses e criando a identidade dessa empresa.
- **Dimensão tecnológica:** a necessidade de avaliar e atualizar a organização para acompanhar e aproveitar os progressos tecnológicos; a melhor organização não é aquela que detém a tecnologia mais avançada, mas aquela que sabe extrair o máximo proveito de suas tecnologias atuais. As tecnologias da informação vêm promovendo uma ampla mudança nas formas de organização da produção, constituindo um instrumento para o aumento da produtividade e da competitividade das empresas.



Para maior compreensão da importância da Classe C no consumo brasileiro hoje, leia a reportagem disponível em: http://www.istoe.com.br/reportagens/21835_C+DE+CO NSUMO?pathImagens=&path=&actualArea=internalPage.

Diante de tantas mudanças ocorridas e também das incertezas, já que não podemos prever o comportamento das diversas dimensões no contexto de mercado competitivo instaurado principalmente com a globalização da economia, as pessoas nas organizações vêm sendo geridas ao longo dos anos por diferentes mecanismos que têm deixado espaço para reflexão.

Resumo

Nessa aula você pôde compreender um pouco acerca da importância de se conhecer o ambiente onde a empresa atua, pois, na perspectiva da competitividade, as organizações, focadas no lucro, agem de forma a en-

quadrar-se nos padrões impostos através das exigências das grandes corporações (empresas de grande porte) que ditam as normas a fim de que o enquadramento seja feito de forma ética, respeitando valores e parâmetros estabelecidos.

Hoje sabemos que todos os setores dentro de uma empresa envolvem a qualidade, custos, prazos e ciclos dos serviços prestados no atendimento a clientes. Por exemplo, na logística estes fatores fazem com que a mesma esteja em constante evolução e revolução de conceitos e técnicas, integrados ao contexto como um todo e, assim, se destaca a necessidade do conhecimento que engloba o cenário econômico, mercadológico e político da sociedade para a eficácia no desenvolvimento da função do gestor responsável.



Aproveite, quando tiver uma folga, para ler o livro "Os segredos dos Campeões", de Roberto Shinyashiki, que traz bem aprofundada essa ideia bastante motivacional.

Administração e logística

A logística por ser uma atividade da administração responsável pelo planejamento, organização e controle de todo o fluxo de mercadorias e informação, desde a fonte fornecedora até o consumidor, demanda do responsável por essa área, o conhecimento do cenário mercadológico para entender o processo e a prática das funções e ações que devem ser desenvolvidas para o setor.

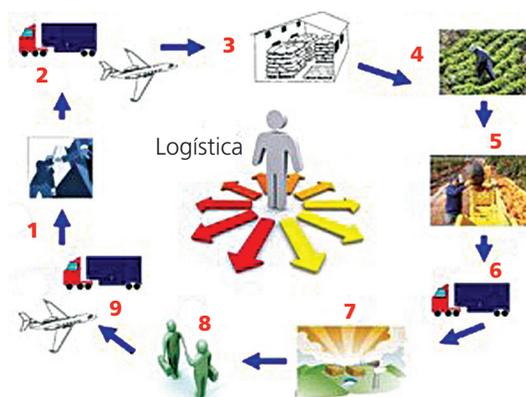


Figura 1.5: O profissional de logística

Fonte: <http://nuneslogistica2010.blogspot.com.br>

Não é o mais forte, nem o mais rápido que sobreviverá...
É o que melhor se adapta às mudanças... (Charles Darwin)

Atividades de aprendizagem



1. Pesquise informalmente, com seus pais ou avós, como era o mercado antes de 1980, 1990, e anote para então comparar com o que você vivencia hoje. Pergunte, por exemplo, se era fácil um trabalhador da classe média comprar um carro 0 km.

2. Escolha uma das dimensões abordadas e descreva de que forma podem impactar na logística de uma empresa (na sua empresa, se você trabalha).



Aula 2 – As mudanças ocorridas com o processo de globalização

Esta aula tem o objetivo de entender melhor o contexto mercadológico, vamos abordar o processo de globalização, enfatizando mais características desse fenômeno que contribuiu diretamente para aumentar a concorrência empresarial.

Aproveite essa aula para entender melhor esse processo que transformou a realidade brasileira e mundial: a globalização.

2.1 Introdução

O novo cenário de globalização e competição em mercados complexos exige mudança das organizações: mudança de objetivos, missão, valores e processos. Dada à competitividade estabelecida após a abertura para os mercados internacionais, promovida no Brasil na década de 1990, o consumidor depara-se com grande oferta de bens e serviços, devido à oferta de produtos estar além das fronteiras nacionais. Desta forma, consumidores têm cada vez mais poder sobre quem oferta, já que é o consumo que faz com que os negócios se realizem.

2.2 O processo de globalização

Para os gestores da atualidade é um desafio encontrar meios que satisfaçam as necessidades dos consumidores, então muitas técnicas surgem a todo o momento, mas nem sempre o resultado é percebido pelo cliente.



Figura 2.1: Consumidor

Fonte: <http://www.abccconsultores.com.br>

Agora você irá conhecer algumas variáveis que afetam o mercado, quer seja de forma direta ou indireta, e com as quais temos que estar sempre nos relacionando no mundo corporativo.

Ao se observar cada uma dessas variáveis que impactaram nesse processo de mudança de comportamento do gestor, pode-se destacar:

- **Globalização:** o processo de economia sofreu uma transformação que revolucionou, por um lado, as formas do comportamento do consumidor, já que o mesmo pode acessar um universo bem mais amplo de escolhas. Por outro lado, as organizações se sentiram mais pressionadas pela competitividade que a globalização trouxe, dado o fato de que, com esse processo, os concorrentes estão em todas as partes do mundo, e não somente em níveis locais e ou nacionais. Os agentes mais dinâmicos da globalização não são os governos que formaram mercados comuns em busca da integração econômica, mas os conglomerados e empresas transnacionais, que dominam a maior parte da produção, do comércio, da tecnologia e das finanças internacionais.

A globalização é um processo que envolve aspectos: econômicos, sociais, culturais e políticos através da redução dos meios de transporte e de comunicação entre os países do mundo, no fim do século XX e começo do século XXI.

- **Mudança tecnológica:** o próprio processo de globalização facilitou o acesso às novas tecnologias e assim colocou as organizações brasileiras em mesmo nível das demais organizações de países de primeiro mundo. Sendo assim, o fator competitividade estimulou a necessidade de se estar em igualdade de tecnologia, bem como de as mesmas oferecerem produtos e serviços ao consumidor local com a mesma qualidade e tecnologia que o mesmo pode obter em qualquer país do mundo. Com as fronteiras derrubadas, as facilidades de aquisição de produtos por parte das organizações tornaram-se mais acessíveis, e isso veio contribuir para o processo de melhoria da produtividade.
- **Desregulamentação:** é a remoção ou a simplificação das regras e regulamentações governamentais que restringem a operação das forças de mercado. Desregulamentação não significa a eliminação de leis contra fraude, mas eliminação ou redução do controle governamental, de como os negócios são conduzidos, caminhando em direção a um mercado mais livre. A partir da simplificação das regras governamentais, observa-se uma

situação em que o mercado passa ser o 'grande comandante' e, desta forma, as grandes organizações têm cada vez mais assumido o controle do mercado com poderes econômicos e políticos decisivos. Neste sentido o mercado mundial é tratado como um mecanismo global comum para a alocação da renda, da riqueza e de oportunidades.



Figura 2.2: Privatizações

Fonte: <http://geografiaescoluz.blogspot.com.br>

- **Privatização:** também pode-se dizer que o processo de privarização resultou da competitividade promovida pela globalização da economia, pela necessidade de se tornar mais eficaz a administração dos recursos, produtos e serviços públicos. Para que você compreenda melhor, destacamos que a privatização é:

Aquisição ou incorporação de uma companhia ou empresa pública por uma empresa privada. A privatização de uma empresa ocorre, na maioria das vezes: 1) quando ela passa a apresentar lucros a curto ou médio prazo, após a maturação do investimento pioneiro feito pelo Estado, tornando-se então um empreendimento atraente para a empresa privada; 2) depois de um trabalho saneador do Estado, quando se trata de empresa falida, absorvida pelo poder público. O termo entrou em voga no Brasil no início da década de 80, após a grande expansão da atividade empresarial do Estado ocorrida na década precedente. Com as dificuldades de financiamento de suas necessidades e o aumento da dívida interna e os sucessivos déficits públicos, foi criado durante o governo Collor, o Programa Nacional de desestatização, destinado a promover a privatização das empresas estatais. (SANDRONI, 2001, p. 495).

Desta forma, entende-se que em momentos de falta de capacidade de gerir um empreendimento ou da necessidade de se levantar recursos, o Estado privatiza e, desta forma, o mercado passa a administrar e regular a atividade como um todo, no sentido de ditar as regras de oferta e procura que regem os mercados.

Ainda no que diz respeito às consequências da globalização no cenário mercadológico, algumas variáveis merecem ser observadas para uma gestão eficaz que são:

- **Aumento do poder do cliente:** como consequência da maior disponibilidade de opções para o consumidor, devido à maior oferta de bens e serviços, este passa a ter maior poder sobre o mercado, no sentido de que as suas necessidades possuem um valor maior perante aos ofertantes, ou seja, o cliente agora tem poder de escolher e as empresas então estão mais atentas aos desejos do consumidor.
- **Customização:** a palavra customização é empregada no sentido de personalização, adaptação e, portanto, customizar é adaptar algo de acordo com o gosto ou necessidade de alguém. Customização pode ser entendida como sendo adequação ao gosto do cliente. Sendo assim, entende-se a direta relação com o aumento poder do cliente e, então as organizações passam a focar a sua produção no desejo do demandante (consumidor).
- **Convergência setorial:** as fronteiras entre as indústrias tornam-se cada vez mais difíceis de serem observadas separadamente, à medida que as empresas se dão conta de que há novas oportunidades no cruzamento de dois ou mais setores. Isso é chamado de convergência setorial e pode ser também considerado uma consequência do processo de globalização, do poder do cliente, da customização etc., enfim, a necessidade das organizações se manterem num mercado altamente competitivo.
- **Desintermediação:** basicamente, consiste em eliminar um ou mais elos da cadeia distributiva. O processo de globalização possibilitou o acesso direto dos consumidores aos produtos e serviços mais variados e nas mais diversas partes do mundo, eliminando em grande parte os intermediários.

Portanto, as empresas estão buscando maneiras de permanecer competitivas no mercado, e o preparo do gestor, quer seja no setor na logística ou em qualquer outra segmentação da empresa, é uma ferramenta a ser aproveitada como uma grande oportunidade competitiva, a partir do conhecimento pelo gestor de todo o processo que envolve a organização com o um todo e, principalmente, o cenário que em que a mesma encontra-se inserida.

Resumo

Nessa aula você pôde entender um pouco melhor algumas condições que se estabeleceram em consequência do processo de globalização. A partir das variáveis descritas que influenciam o processo gerencial de todas as empresas, é possível compreender a importância de se analisar o mercado para acompanhar as mudanças, e permanecer competitivo e atuante no contexto econômico atual.



Para entender melhor o processo de globalização, leia o livro: "O mundo é plano", de Thomaz Friedmann.

Atividades de aprendizagem

1. Pergunte a três pessoas do seu círculo de convivência o que elas entendem por Globalização e anote as respostas para comparar com sua ideia após ter lido o texto:



2. No seu entendimento, o processo de globalização contribui para a valorização do papel do gestor no Brasil? De que forma?



Aula 3 – A economia dos anos 90 e a implantação do plano real: estabilização econômica e crescimento

Esta aula tem o objetivo de conduzir o seu pensamento mais voltado para a época em que foi criado no Brasil o Plano Real. Antes disso, o país passou por muitos planos econômicos que duraram pouco tempo e as medidas impostas pelos mesmos não obtiveram sucesso: não conseguiram controlar a inflação e nem a taxa de juros, que eram altíssimas até então. Vamos lembrar um pouco desse marco na história da economia do Brasil?

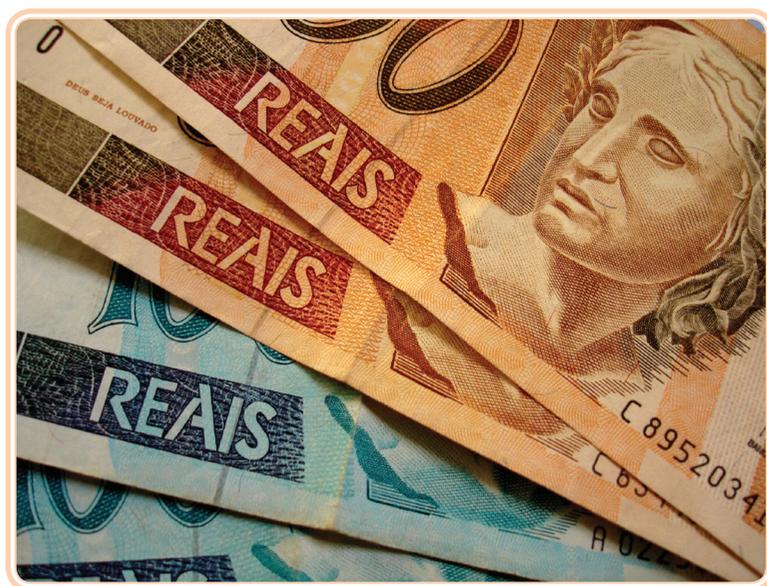


Figura 3.1: Plano Real

Fonte: <http://jc3.uol.com.br>

3.1 Introdução

A partir da implantação do Plano Real, que entrou em vigor em 01 de julho de 1994, o Brasil passou a ter uma estabilidade econômica, possibilitando maior facilidade de planejamento. Também a credibilidade na estabilidade econômica do país proporcionou melhores condições de negócios, por outro lado aumentou ainda mais a concorrência pelo fato da abertura dos mercados internacionais.

A economia brasileira no cenário dos anos 90 esteve fortemente assinalada pela inflação, fenômeno que se caracterizava como um dos principais problemas econômicos do país, principalmente ao descontrole dos preços e ao fracasso dos inúmeros planos e pacotes elaborados e implantados na tentativa



Aproveite para relembrar um pouco a história do Brasil, visitando o site: http://www.cofecon.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=1792&Itemid=105 para entender melhor esse processo.

de encontrar uma solução para tal. Contudo, a partir do ano de 1994, a economia brasileira passou a experimentar uma nova fase, que introduziu a tão esperada estabilidade dos preços: o Plano Real, sustentado na adoção de uma nova moeda. Porém, é imprescindível considerar que, a partir de então, a economia precisou contabilizar e canalizar o custo social do resultado da estabilização dos preços, o que acaba por gerar uma penalização para a sociedade.

3.2 O plano real e a competitividade das organizações

A condução do Plano Real e a estabilização das taxas inflacionárias podem ser encaradas como os principais eventos na economia dos anos 90. Isso ocorre em razão dos desdobramentos concebidos pelo projeto, tais como o aumento acelerado das importações de bens, serviços e capitais, além da prática de juros elevados, o que, por sua vez, leva a economia nacional a uma série de desequilíbrios em níveis gerais. A década de 1990 apresentava uma aceleração das taxas de inflação extremamente elevada, assim como necessidades de financiamento do setor público e taxa de câmbio desvalorizada, reflexo do crédito externo do país na década de 1980.

A-Z

Déficit

O que falta numa conta, numa receita, numa provisão etc. Saldo negativo. Contabilidade. O excesso da despesa em relação à receita: déficit orçamentário.

Superávit

Significa a diferença para mais entre uma despesa e uma receita. Saldo positivo entre operações. É o contrário de déficit.

PIB

Valor calculado para medir o desenvolvimento econômico de uma região, país etc., num determinado espaço de tempo. Todas as riquezas de um país.

Para tanto, as reformas promovidas pelo Estado, voltadas para a implementação de um controle da inflação, mantiveram-se baseadas no combate do saldo negativo, com prioridade para a redução da dívida pública e das despesas com juros. Assim, o ajuste fiscal proposto tinha como fundamento obter um superávit (saldo positivo entre operações) sobre o PIB (Produto Interno Bruto, que representa todas as riquezas de um país), por meio de esforços fiscais que se constituíam em medidas tributárias (redução dos prazos de recolhimento de impostos, ampliação da tributação, aumento das alíquotas, suspensão de alguns casos de incentivos regionais, cobrança de impostos sobre operações de bolsa, caderneta de poupança e títulos, entre outros), de reforma patrimonial (principalmente a privatização de empresas estatais) e de uma reforma administrativa (reorganização do Estado e minimização das despesas da máquina governamental).



Figura 3.2: Inflação

Fonte: <http://envolverde.com.br>

Visando compreender a dinâmica desse processo, é fundamental considerar as reformas promovidas pelo Estado a fim de minimizar a interferência estatal no mercado e alavancar a competitividade econômica, especialmente a partir de 1990. Aqui, as medidas adotadas davam conta de uma nova relação com os credores internacionais, que percebiam um excesso de liquidez originada de receitas de privatização e capitais especulativos (capitais aplicados somente com a intenção de se obter lucro no mercado financeiro), custeados, de certo modo, pelo desemprego e recessão no período pós-estabilização. Essa disponibilidade de financiamento da economia brasileira ocorria, principalmente, por meio de capitais de curto prazo a juros elevados, de investimentos diretos ou, pelos recursos destinados ao processo de privatização.

De certo modo, essa estabilização financeira cria uma situação no sentido de adiar as medidas mais firmes, que viriam a ser implementadas na década seguinte. No mesmo cenário, ocorre que o país permanece exposto às turbulências que conduzem o capital internacional, o que é fruto de um modelo de desenvolvimento sustentado no financiamento internacional e diretamente dependente disso.

As reformulações propostas pelo Estado conduzem à avaliação do próprio papel deste no desenvolvimento de medidas de estabilização econômica nacional que, na perspectiva de Franco (1999, p. 62), “não terá muita capacidade de originar investimentos como teve nos anos anteriores a 1983. A responsabilidade pelo crescimento nos anos a seguir deverá recair predominantemente sobre o setor privado”.

Entretanto, é importante destacar que a inexistência de postura do setor público, observada claramente no abandono dos investimentos estatais em prol da iniciativa privada, coloca a economia na dependência dos investimentos privados, o que não é favorável para o desenvolvimento econômico do país.

Analise você que sob essa situação o Estado estaria simplesmente subordinado aos interesses das empresas e, conseqüentemente, aos objetivos do sistema financeiro internacional, o que necessitava de urgente discussão, no sentido de recuperar os investimentos públicos.

Nesse sentido, lembre-se de considerar que a abertura econômica dos mercados assinala com maior clareza o fato de que, em favor de reduzir ou eliminar as dívidas de empresas estatais, por meio de sua transferência para o setor privado, geram-se receitas do processo de privatização que podem

financiar essa defasagem pública, sem recorrer à emissão de dívida ou moeda. É, portanto, assim que a privatização ganha destaque como um dos pilares para a política econômica no período da estabilização.

Verifica-se, já a partir da década de 1980, a ocorrência de uma aceleração das inovações tecnológicas, sobretudo nos países desenvolvidos, o que vem impactar as estruturas industriais e provocar reflexos na economia dos anos 90. Sendo assim, a cooperação entre os países visando a retomada do crescimento e a estabilização econômica criou condições para um novo ciclo de investimento, capaz de alavancar o cenário sócio-econômico, na medida em que as empresas passaram a liderar um processo de reestruturação da produção, determinando novos padrões para a concorrência no mercado internacional.

Assim, passada a euforia da estabilização dos primeiros anos da década de 1990, revela-se que a política econômica do período que abrange os anos de 1994 a 1999 (primeira fase do Real) provocou uma série de desequilíbrios na economia como um todo.

É importante que você saiba que entre os anos de 1994 e 1998 identifica-se claramente que o objetivo principal da política governamental foi a estabilização dos preços, frente à inflação que devastava a economia, que passou então a ser reduzida.

Resumo

Apesar das idas e vindas da economia, assinalada por um cenário interno e externo de oscilações, com a tentativa de regularizar a política econômica, o governo alcançou a estabilização dos preços, mantendo e implementando medidas como, por exemplo, as privatizações. No entanto, para assegurar uma estabilidade da economia como um todo, ainda existe a necessidade de uma reforma fiscal, acompanhada de uma reestruturação previdenciária e administrativa, capazes de trazer soluções para o desemprego e o crescimento econômico.

Então, a partir desse cenário que caracterizamos nessas primeiras aulas é que você poderá compreender melhor o surgimento com mais ênfase do Empreendedorismo no Brasil, da necessidade de se evidenciar características empreendedoras nos indivíduos de todos os âmbitos da sociedade, família, governo, empresas privadas, profissionais liberais, e os fundadores de pequenos empreendimentos. Portanto, a próxima aula tratará do surgimento do Empreendedorismo no Brasil.

Atividades de aprendizagem



1. Aproveite e pesquise com seus familiares como era o seu cotidiano antes do Plano Real, principalmente nos anos que o antecederam. Os preços subiam diariamente. Investigue qual era a prática de compras no supermercado por sua família.

2. Pesquise qual era a taxa de inflação nos seguintes anos:

1989: _____

1990: _____

1992: _____

1993: _____

Atual: _____

3. Você acha que temos uma estabilidade de preços hoje, após essa sua pesquisa?



Aula 4 – O surgimento do empreendedorismo no Brasil

Neste capítulo vamos abordar o tema Empreendedorismo para que você entenda a importância de estudar o mesmo. Toda a abordagem feita anteriormente foi com o intuito de demonstrar como era o cenário econômico e assim justificar o surgimento desse termo. A partir da estabilidade econômica do Brasil após o Plano Real, e principalmente com a abertura do mercado promovida pelo processo de globalização, as empresas tiveram que rever suas formas de gerenciar a administração, focando principalmente na redução dos custos.



Figura 4.1: Empreendedorismo

Fonte: <http://topicos.estadao.com.br>

4.1 Introdução

O aumento da concorrência, que se caracterizou pela grande quantidade de produtos importados que entraram no país, fez com que a indústria brasileira como um todo começasse a rever seus padrões de produção.

Você mesmo pode parar e pensar quais são as opções de compra que hoje consulta ao decidir adquirir algum produto. Com certeza irá se recordar de diversos meios. Hoje temos a internet à nossa disposição, não somente para consulta, mas também para aquisição de qualquer produto. Tal prática evidentemente contribui para aumentar a concorrência no mercado. As empresas precisam produzir com mais qualidade e oferecer bons preços para atrair o cliente.

Mas você deve estar se perguntando: o que tem a ver a concorrência com o Empreendedorismo? Acompanhe atentamente os tópicos dessa aula para compreender essa relação direta.

4.2 A importância do empreendedorismo

Antes de iniciarmos a abordagem sobre o surgimento do termo no Brasil, vamos aqui defini-lo para que você já possa fazer a leitura com a ideia formada do que é ser um empreendedor.

Podemos dizer que o empreendedor é aquele que desenvolve a arte de empreender, de mudar, conquistar e, portanto, colocar em prática aquilo que você na realidade sempre foi e será. É muito comum as pessoas confundirem empreendedor com o indivíduo que abre um negócio. Com certeza estes são empreendedores, mas não somente quem abre um negócio, mas também o indivíduo que está em uma empresa, em uma escola, em um projeto de ação social, na família, enfim, nos mais diversos segmentos do cotidiano diário, pode ser considerado um empreendedor.



Figura 4.2: Empreendedor
Fonte: <http://cdn.mundodastribos.com>

Nessa linha de pensamento, o empreendedor é a pessoa que faz algo diferente, que inova, que é criativo, que não se acomoda, ou não se conforma com uma situação. Está sempre buscando melhorar tudo à sua volta.

Segundo Dolabela (2008), no Brasil o empreendedorismo está começando a se destacar, passando a receber melhor atenção, tanto no setor público quanto nas empresas privadas. Foi na década de 1990 que o empreendedorismo ganhou força e se popularizou, quando foram criadas instituições como Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Tais instituições auxiliaram os empreendedores a montar seus negócios, dando suporte e consultoria para resolver problemas em andamento e assim contribuir para o desenvolvimento do país.

O Brasil vem desenvolvendo um intensivo programa de ensino de empreendedorismo, que está destacando o país perante o mundo, conforme você pode verificar nos tópicos abaixo descritos por Dornelas (2001, p. 25-26):

1. Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviço), que apóiam atividades de empreendedorismo em software, estimulando o ensino da disciplina em universidades e a geração de novas empresas de software (*start-ups*).

2. Ações voltadas à capacitação do empreendedor, como os programas EM-PRETEC e Jovem Empreendedor do Sebrae, e ainda o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de um milhão de empreendedores em todo país, destinando recursos financeiros a esses empreendedores, totalizando um investimento de oito bilhões de reais.
3. Diversos cursos e programas sendo criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. É o caso de Santa Catarina, com o programa Engenheiro Empreendedor, que capacita alunos de graduação em engenharia de todo o país. Destaca-se também o programa REUNE, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras.
4. A recente explosão do movimento de criação de empresas de Internet no país, motivando o surgimento de entidades como o Instituto E-cobra, de apoio aos empreendedores das ponto.com (empresas baseadas em Internet), com cursos, palestras e até prêmios aos melhores planos de negócios de empresas *start-ups* de Internet, desenvolvidos por jovens empreendedores.
5. Finalmente, mas não menos importante, o enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil. Dados da ANPROTEC (Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas) mostram que em 2000 havia mais de 135 incubadoras de empresas no país, sem considerar as incubadoras de empresas de Internet, totalizando mais de 1100 empresas incubadoras, que geram mais de 5200 empregos diretos.

Essas iniciativas são de grande importância para o envolvimento de universidades na criação de novas empresas tecnológicas que vêm crescendo, fato que vem mostrando solução para auxiliar na redução do fechamento de novas empresas, e ressalta que além de sobreviverem mais tempo as empresas ampliam o faturamento e o volume de clientes. Nota-se que através de parceiros como instituição de ensino e pesquisa obtêm-se várias vantagens.

Sendo assim, você pode fazer a relação da importância de se empreender em períodos de concorrência acirrada. É claro que se a situação é confortável, se o mercado estiver totalmente “calmo”, sem concorrência, não haverá motivos para buscar novas oportunidades e, portanto, aí é que se entende que ser empreendedor é o diferencial para permanecer no mercado competitivo. Aliás, muitos dos negócios de sucesso surgem em períodos de crise, onde indivíduos empreendedores, que não se acomodam ou se conformam com a situação, buscam fazer algo diferente para melhorar a sua situação e acabam alcançando o sucesso.

Resumo

Nessa aula você pode entender um pouco mais acerca do surgimento do empreendedorismo no Brasil e também da importância dos empreendedores para contribuir com o mercado competitivo, ou seja, de mostrar ou trazer ideias inovadoras, capazes de promover mudanças em um determinado período e local.

Lembre-se sempre que pessoas que pensam de forma empreendedora estão sempre tentando melhorar o ambiente onde estão inseridas, e assim proporcionam oportunidades econômicas, quer seja para si ou para a organização na qual encontram-se ligados. Mais uma vez ressaltamos aqui que ser empreendedor não é somente abrir um negócio, mas sim fazer algo diferente, inovador, criativo, enfim, uma ideia que possa proporcionar melhorias, tanto em termos econômicos quanto sociais.



Atividades de aprendizagem

1. Visite uma agência do Sebrae de sua cidade ou acesse o site e pesquise sobre uma história de um empreendedor de sucesso. Constate se na história que você leu o empreendedor iniciou o negócio partindo de uma crise ou se o mesmo aproveitou uma oportunidade. Registre aqui a história e, se achar interessante, compartilhe com os colegas no chat ou fórum da aula.

2. Nessa aula citamos como forma de auxílio ao empreendedorismo no Brasil, as incubadoras. Como forma de aprofundamento do tema, pesquise o que são incubadoras e sua importância para que as micro e pequenas empresas não fechem suas portas precocemente.

Anotações



Aula 5 – O processo empreendedor

Nesta aula você vai observar as habilidades essenciais de um empreendedor e de um administrador. É comum confundir as características de um administrador com as de um empreendedor. Aproveite para identificar se você é mais administrador ou empreendedor. Boa leitura!

5.1 Introdução

No Brasil, o Sebrae tem sido considerado o órgão responsável por implantar a cultura do empreendedorismo, quer seja nas universidades ou no mercado como um todo, com o intuito de orientar os pequenos empresários no momento da abertura de seus negócios, bem como no desempenho de suas atividades.

Na visão de Dornelas (2008, p. 11), o Brasil entra nesse milênio com potencial para desenvolver “um dos maiores programas de empreendedorismo de todo o mundo, comparável apenas aos Estados Unidos, onde mais de 2.000 escolas ensinam empreendedorismo”. Como já percebemos através das diversas explicações conceituais sobre empreendedorismo no Brasil, constata-se que realmente o Brasil é um país de indivíduos que empreendem, porém o que ainda não é o suficiente é o apoio que merecem no momento de colocarem suas ideias em prática.

Muito ainda se confunde inclusive, as características de um empreendedor com as de um administrador. Evidentemente que muitas vezes tais condições até se confundem, porém é necessário que sejam evidenciadas no sentido de compreender e principalmente de se focar e direcionar ações direcionadas especificamente a cada um.

Observe inclusive que até mesmo o ensino hoje está mais voltado para formar empreendedores que somente administradores.

5.2 Empreendedor e administrador: habilidades requeridas

Conforme já acontecia nos séculos XIX e XX, é muito comum a confusão entre os termos administrador e empreendedor. Numa conceituação bem objetiva, podemos dizer que um empreendedor normalmente se torna um administrador, já o administrador nem sempre é ou foi um empreendedor. Uma das principais características do empreendedor é que este direciona suas ações para o aspecto relacionado ao campo estratégico nas organizações, ao passo que o administrador fica mais limitado às suas atividades do dia a dia.

Dornelas (2008 p. 18-19) ressalta que “as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio: orientação estratégica, análise das oportunidades, comprometimento dos recursos, controle dos recursos e estrutura gerencial”.



Figura 5.1: Administrador

Fonte: <http://cipaunoesc.blogspot.com.br>

Para Dolabela (2008, p. 43), o termo empreendedorismo é um “neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação”.

O economista Schumpeter, em 1950, descreveu este termo como sendo uma pessoa que tem a capacidade e a criatividade de fazer sucesso utilizando inovações.

Sendo assim, podemos observar que ao nos referirmos ao termo empreendedorismo não estamos somente referenciando aqueles que abrem um negócio, como é comum ouvirmos no nosso cotidiano.

Para Dornelas (2008, p. 22), empreendedorismo é o “envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. O empreendedorismo refere-se às atividades de quem se dedica a gerar riquezas nas mais diversas áreas como, produção, marketing, organização etc.

Era comum a ideia de que o indivíduo já nascia com espírito empreendedor e que se não tivesse a sorte de nascer assim, jamais poderia se transformar ou ser um empreendedor. Esta questão vem sendo debatida por vários autores,

porém sem se chegar a uma definição conclusiva acerca do tema. Como podemos perceber através das características citadas para o empreendedor, percebemos que nem sempre uma pessoa nasce com a predisposição para se um empreendedor, mas que muitas vezes ela pode sim se tornar um empreendedor de sucesso.

Para Fillion (1999) o treinamento para a atividade empreendedora deve capacitar o empreendedor para imaginar e identificar visões, bem como, desenvolver habilidades para sonhos realistas, enquanto o treinamento para gerentes enfatiza as habilidades analíticas.

Observe que realmente ensinar uma pessoa a ser empreendedora talvez não seja possível, mas sim fazê-la enxergar suas disposições para tornar-se um empreendedor. Como ressaltado por Fillion, o ensino do empreendedorismo deve possibilitar o indivíduo identificar visões diferentes, e o processo de ensino ao administrador deve enfatizar as habilidades de fazer análises.

Neste sentido, percebe-se que se faz necessário um processo de mudança nas formas de se conduzir o processo de ensino, ou seja, desenvolver habilidades nos professores a fim de conseguirem adaptar-se a essa nova realidade com foco diferente do tradicionalmente utilizado.

Dolabela (2008), inclusive relata que a inspiração para escrever seu livro O segredo de Luísa deu-se em partes de experiências de sala de aula, trazidas por empreendedores e, desta forma, podemos perceber que a prática motiva bastante o aluno.

O autor também observa que o ensino do empreendedorismo pode variar de instituição para instituição, conforme já destacamos acima e, principalmente, de professor para professor. Porém, enfatiza a importância de que os cursos deveriam se focar em identificar, bem como entender, as habilidades do empreendedor e a forma de identificar as oportunidades. Outro fator de relevância a ser ressaltado no aspecto do ensino diz respeito à necessidade de identificação dos processos de inovação e empreendedor, além da sua importância para o fomento econômico na gestão de uma empresa e também do país como um todo.

Dornelas (2008) classifica em três áreas as habilidades requeridas de um empreendedor como sendo fundamentais para formar a base de um curso de empreendedorismo:

- **Técnicas:** envolvem saber escrever, ouvir as pessoas, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe e possuir *know how* técnico de sua área;
- **Gerenciais:** envolvem as áreas de criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador).
- **Características pessoais:** envolvem características como ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, orientado a mudanças, persistente e ser um líder visionário.

Desta forma, uma característica de suma importância é a implantação do ensino de empreendedorismo nas instituições, quer seja de ensino básico, técnico, superior e de pós-graduação.

Resumo

Você percebeu como é importante que o empreendedor tenha suas habilidades desenvolvidas para poder contribuir com o seu ambiente ou até mesmo gerenciar a atividade própria em caso de um negócio colocado em prática?

Até mesmo o ensino hoje já está mais focado em desenvolver o indivíduo, motivar para a criatividade, estimular a produzir ideias inovadoras. Tal mudança é resultado da percepção da importância do empreendedor para a geração de riqueza em um país.



Atividades de aprendizagem

1. Pesquise na internet sobre o GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*. Explique o que é e quantos países compõem o grupo de pesquisas.

2. Aproveite para fazer um levantamento das taxas de empreendedores no Brasil, nos anos de 2008, 2009 e 2010, divulgadas pelo GEM e compare com as taxas dos EUA. Anote aqui e comente com os colegas no chat e fóruns.

BRASIL EUA

2008 _____

2010 _____

Aula 6 – Definindo um empreendedor

O empreendedor é o indivíduo que encontra uma oportunidade e cria um negócio a fim de torná-lo lucrativo assumindo os riscos. Dornelas (2008) ressalta que são três as características de um bom empreendedor:

1. Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utilização dos recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Assume os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

Nesta aula o nosso objetivo é buscar uma definição para o tema empreendedor com base nos estudos desenvolvidos por autores que abordam o tema.

Aproveite para aprofundar a sua ideia sobre como definir um empreendedor.

6.1 Introdução

A ideia de empreender tornou-se presente nos discursos ao longo dos últimos anos, contribuindo para a necessidade de que o indivíduo alcance o sucesso mediante o seu empenho para o crescimento da empresa, do seu grupo de colaboradores, e da economia de forma geral.

Você já deve ter percebido que o caminho do empreendedorismo no Brasil está se acentuando e ocupando um espaço cada vez mais significativo entre os profissionais e as organizações, apresentando um cenário no qual se destacam a inovação e o empenho.

Portanto, o empreendedor é o indivíduo que tem a capacidade de enxergar esse caminho, que conseqüentemente leva e continuará levando ao desenvolvimento econômico, quer seja individual ou do país como um todo.

6.2 Definindo um empreendedor

Antes de mais nada, é relevante atentarmos para o fato de que o empreendedorismo tornou-se a chave de sucesso para as empresas, enquanto fonte de desenvolvimento econômico e social.

Para tanto, um empreendedor está diretamente condicionado a uma gestão capaz de priorizar o desenvolvimento dos indivíduos, alertando para as expectativas de desempenho e os desafios profissionais a que deve se propor para alcançar o sucesso. O empreendedor deve se antecipar às mudanças, criar diferenciais, agregar valor ao produto a ser ofertado ao cliente de modo que este perceba isso, além de buscar conduzir os negócios em perfeita harmonia com as tendências do mercado.

Assim, embora seja difícil encontrar uma definição exata para um empreendedor, ou seja, o profissional que sustenta o empreendedorismo, este se caracteriza como um sujeito criativo, ousado, persistente, inovador e atento às informações atuais, em constante busca por caminhos e soluções que superem os obstáculos apresentados, sempre amparados na identificação das necessidades dos indivíduos envolvidos, de modo a gerar empregos, valor e contribuir para o crescimento econômico e social.

Na definição oferecida por Dolabela (2008), o empreendedor é, antes de tudo, aquele profissional que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando informações em produtos ou serviços nas mais diversas áreas. Empreender está diretamente relacionado com a ideia de fazer algo diferenciado, antecipar-se aos fatos e às ações da concorrência, testar e implementar ideias, descobrir oportunidades, definir valores, gerar empregos e colaborar para o desenvolvimento de todos, desde a empresa, os colaboradores até o cenário de mercado.

Segundo Dornelas (2005), empreender é sinônimo de envolver pessoas e processos que, em conjunto, conduzem à transformação de ideias em oportunidades, de maneira que a implementação adequada e coerente dessas oportunidades permite a criação de negócios de sucesso.

Lembre-se que por trás das transformações existem pessoas ou equipes visionárias capazes de questionar, arriscar, buscar o diferencial, fazer acontecer e empreender. O empreendedor possui uma motivação especial e, justamente por isso, deseja o reconhecimento do seu empenho e do seu trabalho.

Atente para o fato de que um empreendedor é aquele indivíduo capaz de surpreender, desde a sua equipe até a empresa de modo geral, mantendo-se constantemente pronto para gerir novas ideias e produtos, ou então transformar tudo o que já existe. Trata-se de um otimista que vive no futuro, enxergando em meio às crises as oportunidades e exercendo influência sobre as pessoas com vistas a guiá-las na direção de seus projetos. É, sem dúvida, alguém que cria algo novo, que inova o que já existe e que está sempre em busca de aprimoramento, tanto profissional quanto pessoal e empresarial, atentando para a melhoria dos produtos e serviços ofertados. De forma simples, as ações de um empreendedor estão sustentadas nas necessidades do mercado (FELIPPE, 2006).

A partir do acima exposto, você deve estar entendendo que os empreendedores são pessoas essenciais para a sociedade de modo geral, não é mesmo? E são mesmo, na medida em que são responsáveis pelo desenvolvimento das empresas, dos profissionais que atuam no mercado econômico e de trabalho, bem como pelo crescimento das cidades e regiões, com responsabilidade e comprometimento. O avanço da economia depende, cada vez mais, das pequenas empresas, dos negócios que respondem por uma fatia considerável em relação à geração de empregos, riquezas e inovações tecnológicas e, conseqüentemente, as pessoas certas nesses ambientes favorecem o crescimento socioeconômico de toda a nação.

Entretanto, a existência de alguns fatores acabam por inibir o despertar de um empreendedor, sobretudo considerando-se a estabilidade das empresas, em contraponto à realidade a que um empreendedor precisa estar disposto, ou seja, desenvolver, ele próprio, as atividades da empresa e estimular, na sua equipe, o desejo de crescer com qualidade e esforço. Outro fator relevante é a disposição para assumir riscos e conviver com a característica da mudança, a presença de tais riscos e a sobrevivência a eles. Os riscos são inseparáveis de qualquer atividade, porém, é preciso aprender a administrá-los e superá-los.

Até pouco tempo atrás, acreditava-se que o empreendedor já nascia com o potencial para liderar. Contudo, essa visão foi substituída pela crença de que o sucesso é decorrente de vários fatores, tanto internos quanto externos ao negócio proposto pela empresa, de modo que o sucesso de um empreendedor passa a estar condicionado à sua capacidade de administrar as dificuldades encontradas no dia a dia. Evidentemente, empreendedores natos continuam existindo, pois sem dúvidas há líderes por natureza, no entanto, o

empreendedorismo pode ser também ensinado, de maneira a auxiliar na formação de empresários e profissionais competentes, empenhados na maior geração de riqueza e valor (DORNELAS, 2005).

Um empreendedor geralmente apresenta um senso de liderança incomum, destacando sua capacidade de formar equipes profissionais competentes e envolvidas em um projeto, com vistas a obter êxito e sucesso.

Considerando o fato de que vivemos na era da inteligência e da diversidade, a criatividade é fator essencial para uma empresa ou um profissional que deseja manter-se no mercado. Nesse sentido, indivíduos criativos enxergam as oportunidades e trabalham com elas, portanto, vislumbram um processo de desenvolvimento econômico, social e cultural, calcado da realidade na cooperação de equipes, de sujeitos empreendedores, com objetivos determinados (DE MASI, 1999).

Um profissional capaz de estabelecer as condições para empreender saberá também aprender aquilo que for necessário para desenvolver e realizar os seus projetos.

A literatura atual confere ao empreendedor a definição de que o sucesso de um perfil de profissionais de resultados, abrange algumas características essenciais, tais como:



Figura 6.1: Criatividade

Fonte: <http://blog.grupofoco.com.br>

- O empreendedor é um profissional visionário, disposto a trabalhar com os próprios recursos, nas condições reais que se apresentam para a concretização de um projeto, bem como nas possibilidades existentes e não apenas na idealização;
- Um empreendedor é um profissional dedicado e que gosta daquilo que faz, trabalhando de maneira exemplar; também são sujeitos determinados, dinâmicos e otimistas, implementando suas ações com comprometimento, ultrapassando obstáculos e adversidades - em lugar de imaginar o fracasso, enxergam o sucesso;
- Buscam explorar ao máximo as oportunidades, pois as boas ideias nascem daquilo que todos são capazes de ver, ao passo que a identificação de algo que possa transformá-las em oportunidades é que constitui-se como a chave do crescimento;

- O empreendedor é um líder comprometido, formador de equipe, na medida em que organiza, direciona esforços e mantém seu grupo motivado, estabelecendo uma filosofia de trabalho, com objetivos e métodos claramente definidos;
- O empreendedor planeja as ações, cada passo de seu negócio, sem dar chance à improvisação, na mesma medida em que encaram o erro ou a adversidade como parte integrante do processo de conquista;
- É um profissional que agrega valor para a sociedade, pois representa um fator de inovação e crescimento econômico, visto que sua criatividade está voltada a encontrar soluções que proporcionam melhora na qualidade das atividades de uma empresa ou de um grupo de profissionais.

Resumo

Após as exposições acerca do empreendedor, ressalta-se que o sucesso de um empreendimento depende, além dos fatores externos favoráveis, de um profissional [empreendedor] com potencial para analisar, planejar, executar as suas ações e, acima de tudo, dispor de criatividade em resposta às transformações que assinalam o mercado interativo e globalizado contemporâneo, identificando ameaças e buscando amenizar os seus impactos dentro do contexto organizacional. Assim, os profissionais de sucesso são aqueles que, dentro de um processo de gestão, detectam oportunidades de negócio, assumindo riscos calculados e trabalhando em equipe. Possuem a iniciativa para utilizar os recursos disponíveis de forma criativa e sustentável, transformando o ambiente socioeconômico em que as empresas e os profissionais estão inseridos.

Atividades de aprendizagem

O filme **'Bee Movie'** é um desenho animado que conta a história das abelhas desde seu nascimento até a morte. Barry é uma abelha recém-formada que não se conforma em seguir os mesmos padrões seguidos por todas as gerações e decide tentar fazer algo que, aos olhos dos outros, para ele seria impossível.



Figura 6.2: Bee Movie: o filme da abelha

Fonte: <http://hipersessao.blogspot.com.br>

Barry consegue superar os obstáculos enfrentados e extrapola os limites estabelecidos pela colmeia, chegando a apaixonar-se por uma humana, a quem era proibido dirigir a palavra.



Aproveite o entusiasmo despertado a partir dessa aula e assista ao filme BEE MOVIE. (Direção: Steve Hickner e Simon J. Smith. Estados Unidos: Paramount, 2007. 90 min). Depois de ver o filme retome as atividades sobre o mesmo para testar seu aprendizado.



Na história podemos aprender inúmeras lições de empreendedorismo, como aprender que mais importante do que conseguir carreira de sucesso é o sentido que damos à nossa vida, é a predisposição em arrojarmos, em empreender; em descobrir aquilo que nos dá prazer, mesmo que no meio do caminho tenhamos que mudar o rumo da nossa vida ou carreira, porque o mais importante é gostar daquilo que se faz e, acima de tudo, fazer a diferença naquilo que se propõe e trazer contribuição efetiva ao mundo dos negócios, do qual se faz parte integrante.

1. Após a leitura do texto, identifique e explique com suas palavras, três características de um empreendedor de sucesso.

a) _____

b) _____

c) _____

2. Complete a frase:

O espírito do empreendedor está associado à _____, na medida em que a essência do empreendedorismo está na _____ e aproveitamento das novas _____ no âmbito dos negócios.

Anotações

Aula 7 – Perfil do empreendedor

Os empreendedores são pessoas com diferencial, possuem motivação singular, empenham-se nas atividades que desenvolvem. Nesta aula, o objetivo é que você conheça o perfil do empreendedor para melhor identificar as características necessárias para se tornar um profissional assim.

7.1 Introdução

A abertura econômica e as transformações que marcam as relações de trabalho fazem com que indivíduos sintam a necessidade de preparação constante para manter a capacidade competitiva. Esse contexto, denominado cenário empreendedor, pode ser encarado como um conjunto de hábitos e características pessoais e profissionais que têm como sustentação a captação de ideias e iniciativas, transformando-as em oportunidades de negócio (FILION, 1999).

Muitas empresas enfrentam o fracasso logo nos primeiros anos de existência, e tal fato deve-se, entre outros fatores, à falta de recursos próprios e giro de capital, entrada acirrada de novos concorrentes e alterações políticas governamentais. Porém, um fator que contribui desfavoravelmente para o crescimento das empresas é a falta de habilidade administrativa, financeira, tecnológica e mercadológica. Em outras palavras, ou os empreendedores que se propõe ao negócio não estão preparados ou então lhes falta o algo mais capaz de impulsionar os seus projetos.

7.2 Perfil do empreendedor

Assim, para compreender o empreendedorismo, é essencial avaliar o ser humano a partir de seu potencial e sua habilidade para desenvolver e executar ideias e projetos. Dessa forma, a importância do profissional capacitado e o estímulo à sua criatividade são fundamentais para destacar um empreendedor.

Segundo Drucker (2002), os empreendedores estão dispostos a encontrar as oportunidades e fazer acontecer, lutando por seus objetivos, para colocar em prática as ideias, gerar valor, alavancar o negócio, além de constituírem-se como essenciais ao mercado, na medida em que são considerados agentes de inovação e criatividade.

É, portanto, a partir de um comportamento diferenciado e uma percepção abrangente da realidade que torna-se possível afirmar que o conhecimento oferece a capacidade de identificar as oportunidades e o empreendedorismo busca colocá-las em prática.

Conforme definido pelo Sebrae, o empreendedorismo é a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar qualquer projeto pessoal ou organizacional em desafio permanente às oportunidades e riscos. Trata-se, pois, de assumir um comportamento pró-ativo diante de questões que devem ser solucionadas. O ato de empreender desperta no indivíduo a capacidade de aproveitamento de suas potencialidades, na mesma medida em que leva a um processo de aprendizado contínuo, em atitude de abertura para novas experiências.

O empreendedorismo caracteriza-se pela busca de inovação enquanto diferencial competitivo, a partir da identificação de oportunidades de negócio, bem como pela gestão de processos capazes de utilizar recursos visando resultados positivos.

Sendo assim, é conveniente traçar um perfil do empreendedor nesse cenário de mercado atual, tendo em vista as diversas percepções existentes e a necessidade de se aprender a empreender, em um momento que requer uma postura dinâmica e criativa para enfrentar os riscos ofertados pelo mercado global.

As organizações possuem cada vez mais a necessidade de desenvolver profissionais com perfil empreendedor, pois estes são os responsáveis pelas transformações, criações e pela visão inovadora atribuída aos processos, principalmente pela obtenção de diferenciação frente à concorrência.

Essa situação deve-se ao fato de que os empreendedores são visionários, dotados de ideias realistas e inovadoras, que planejam as circunstâncias de crescimento e intervêm com vistas a propor mudanças. Perceba que o empreendedor, para obter êxito em suas atividades, deve dispor de um perfil de liderança, pois como é o grande responsável por colocar em prática as inovações e procedimentos e coordenar o grupo ou a equipe de trabalho, deve ter a potencialidade para estimular os envolvidos na realização das tarefas, de modo a alcançar as metas traçadas.

Observe as características que assinalam o perfil empreendedor, em comparação a um gerente tradicional, os pontos positivos do primeiro em relação à metodologia do segundo grupo de profissionais.

Tabela 7.1: Características do Gerente tradicional X Empreendedor

Característica	Gerente tradicional	Empreendedor
Motivação Principal	– promoção e outras recompensas tradicionais da corporação;	– independência, oportunidade para criar algo novo;
Referência de Tempo	– curto prazo, gerenciamento de orçamentos semanais, mensais e com horizonte de planejamento anual;	– sobrevivência e alcance de crescimento do negócio;
Atividade	– delega e supervisiona;	– envolve-se diretamente;
Status	– preocupa-se com sua posição na empresa;	– não se preocupa com status;
Com Encara o Risco	– cauteloso;	– assume riscos calculados;
Falhas e Erros	– evita ao máximo os erros e surpresas;	– aprende com as falhas;
Decisões	– concorda com os superiores;	– busca tomar decisões pautadas na realidade;
A Quem Serve	– aos superiores;	– aos clientes;
Relacionamentos	– hierárquico.	– baseados em diálogo e troca de informações e experiências.

Fonte: Adaptado de Arantes & Halicki (2011).

Resumo

De forma simplificada, nessa aula você pôde identificar uma pessoa empreendedora pelas características que compõem o seu perfil, a saber:

- **autoconfiança:** sente-se seguro em relação aos seus propósitos e projeto; age com firmeza e determinação para atingir os objetivos estabelecidos;
- **automotivação:** carrega dentro de si a força para encarar os desafios e transformá-los em oportunidades;
- **criatividade:** tem a capacidade de encontrar soluções para os problemas que se apresentam, bem como busca desenvolver novos produtos ou serviços; da mesma forma, seu potencial permite encontrar novos caminhos e processos além de propor sugestões para melhorar as situações;
- **flexibilidade:** essa característica habilita o profissional a rever posições, assumir o novo, enfrentar o risco, ceder quando é preciso, ouvir sugestões, trocar informações, ideias e aceitá-las quando é o caso, ainda que essa atitude signifique uma grande alteração nos projetos; avalia as possibilidades coerentemente e com confiança;
- **iniciativa:** o empreendedor tem potencial para agir oportuna e adequadamente com foco na realidade, apresentando soluções, propostas, alternativas, influenciando as situações e se antecipando à elas;
- **perseverança:** mantém-se firme e constante em seus propósitos, sem, contudo, perder a objetividade e a clareza frente às situações; percebe os limites.

Além de todos esses fatores, um empreendedor resiste à frustração, sem deixar abater-se quando os projetos não atingem o máximo do que era esperado. É fundamental ter em mente que o recomeço é o principal motivador para seguir em frente. Também a disposição para assumir riscos traduz-se como uma característica valiosa, pois a superação dos mesmos traz ao empreendedor garra e confiança para trabalhar nos projetos, tornando-se um profissional que auxilia no desenvolvimento socioeconômico de toda uma nação.



Atividades de aprendizagem

1. No texto foram destacadas algumas definições de empreendedorismo. Descreva aqui a definição dada pelo Sebrae.



Assista ao filme: MAUÁ – O Imperador e o Rei. Direção: Sérgio Resende. Brasil, Columbia TriStar do Brasil, 1999. 132 min. O filme retrata a trajetória de um destacado empresário, Irineu Evangelista de Sousa, o qual era barão e, posteriormente, tornou-se visconde de Mauá. Mauá pode ser para nós um exemplo de um indivíduo que pode realizar os próprios sonhos quando ele se determina a enfrentar os obstáculos e decide ultrapassar as barreiras impostas. Mesmo com tantas diversidades, com o desestímulo dos governantes do país, Mauá ousou e fez a diferença frente a tantos que tentaram impedir que ele realizasse os próprios sonhos.

2. Escolha 02 características elencadas no quadro sobre gerentes tradicionais e empreendedores, explique-as e tente apontar um exemplo para cada uma delas.

Aula 8 – Características e tipos de empreendedores

Diferentemente do que habitualmente se tem ideia, empreendedor não é somente o indivíduo que abre um negócio, pois não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo-padrão que possa ser identificado, apesar de várias pesquisas existentes sobre o tema terem como objetivo de encontrar um **estereótipo** universal.

Agora você vai conhecer os principais tipos de empreendedores descritos pelos autores que abordam o tema. Aproveite para lembrar-se de pessoas conhecidas que se enquadram em cada um dos tipos aqui descritos.

8.1 Introdução

Como você já observou nos capítulos anteriores que a palavra ‘empreendedor’ tem vários significados, descritos por vários autores, dependendo da época e do ano em que o termo foi abordado. De forma geral, o empreendedor está ligado à geração de riqueza. Muitos desses autores unem a ideia de empreendedor à de um agente de mudanças, tanto na questão da economia quanto ao aproveitamento de oportunidades. Mas muitos desses agentes de mudanças conseguiram brilhar sem produzir algo novo.

É bastante comum haver variações nas características dos empreendedores, sendo assim, nessa aula vamos abordar os diversos tipos de empreendedores, conceituados e enquadrados de acordo com os seus perfis.

8.2 Tipos de empreendedores

Segundo Dornelas (2007), existem oito tipos de empreendedores a destacar:

- **O empreendedor nato:** Alguns muitas vezes começaram do zero e suas histórias são fascinantes. Por começar a trabalhar muito cedo, na adolescência adquirem várias habilidades, porém são muito otimistas e enxergam longe, dedicam 100% do seu tempo para realizar o seu sonho. Têm como referência valores familiares e religiosos.

A-Z

Estereótipo

Pode-se definir como sendo generalizações, ou pressupostos, que as pessoas fazem sobre as características ou comportamentos de grupos sociais específicos ou tipos de indivíduos. O estereótipo é geralmente imposto, segundo as características externas, tais como a aparência (cabelos, olhos, pele), roupas, condição financeira, comportamentos, cultura, sexualidade, sendo estas classificações (rotulagens) nem sempre positivas que podem, muitas vezes, causar certos impactos negativos nas pessoas.

- **O empreendedor que aprende:** É alguém que nunca pensou em ser empreendedor. Normalmente quando menos acreditava apareceu uma oportunidade que iria mudar sua vida, dedicando-se a um negócio próprio. Esse tipo de acontecimento ocorre quando ele é convidado para ser sócio de outro ou ainda tem uma ideia de abrir um novo negócio. É um pouco lento em relação a tomar decisões e não acredita que pode assumir riscos. Contudo, lidar com situações inesperadas faz parte de um empreendedor.
- **O empreendedor serial:** Esse tipo de empreendedor é bastante agitado, adora novos desafios, assumir uma atitude de executivo não é muito o seu forte. Presta atenção em tudo o que ocorre ao seu redor, é muito comunicativo e participativo. A maior habilidade desse tipo de empreendedor é o trabalho em equipe, mas também acredita nas oportunidades e não fica sossegado enquanto não vê-las concluídas.
- **O empreendedor corporativo:** É o típico executivo, muito competente no que faz, sua visão é voltada para os resultados. São ambiciosos, estrategistas, têm o poder de convencimento. Sabe reconhecer os esforços de cada membro da sua equipe em um trabalho de grupo. Se sair da empresa em que atua para montar seu próprio negócio, pode não se sair bem.
- **O empreendedor social:** Sua missão de vida envolve questões humanitárias, ou seja, ajudar a construir um mundo melhor para as pessoas. Suas características são parecidas com as dos outros empreendedores, mas com um diferencial: sente-se realizado quando seu projeto traz resultados para os outros. É o único que não liga para o valor financeiro, mas em contribuir para o desenvolvimento das pessoas.
- **O empreendedor por necessidade:** Por não ter outra alternativa, acaba tendo que abrir seu próprio negócio. Muitos não têm acesso ao mercado de trabalho, seu negócio é simples e informal, tendo pouco retorno financeiro. Além disso, não contribuem com impostos e taxas.
- **O empreendedor herdeiro:** Geralmente é a pessoa que está encarregada de passar adiante o nome da família. É encontrado em empresas que passam de geração para geração e tem o desafio de multiplicar o respectivo patrimônio. Muitos seguem o exemplo de seus familiares, outros preferem fazer alguma especialização, e alguns têm a responsabilidade de estar à frente dos negócios, muito cedo.

- **O empreendedor normal:** O empreendedor normal, ou planejado, é aquele que tem visão de futuro, busca a minimização dos riscos e trabalha com o objetivo de atingir suas metas.

8.3 Principais características dos empreendedores de sucesso

Pesquisas feitas para o estudo das principais características dos empreendedores são bastante voltadas para comportamento humano, e o indivíduo que apresenta essas características saberá observar e absorver todas as ferramentas necessárias para a concretização de tudo aquilo que ele tem em vista.

Dolabela (2007, p. 71) descreve algumas características encontradas nos empreendedores que são:

- **Perseverança:** significa você não desistir diante dos obstáculos, ou seja, persistir diante das dificuldades. Ser perseverante é uma característica essencial para indivíduos empreendedores;
- **Iniciativa:** o indivíduo que se caracteriza como um empreendedor não espera que as coisas aconteçam, muito menos que outros as façam, mas tem iniciativa, atitude. É uma pessoa proativa, que está sempre dando o primeiro passo em qualquer atividade.
- **Criatividade:** Muito embora seja comum imaginarmos que as pessoas somente são criativas se assim nascerem, isso pode não ser verdade, pois se podemos nos tornar empreendedores, podemos também desenvolver a nossa criatividade. Portanto, ser criativo não significa somente ser um gênio das invenções, mas criar formas diferentes de desenvolver as tarefas mais simples do nosso cotidiano.
- **Protagonismo:** significa também não ficar esperando que alguém faça a nossa tarefa, ou que resolva os nossos problemas, mas ter atitude e ser o “protagonista da história”, a pessoa que faz o que deve ser feito.
- **Energia:** esta característica está diretamente relacionada a estarmos sempre empenhados, motivados, com pensamentos positivos, ou seja, sempre dispostos a desenvolver as nossas tarefas.

- **Rebeldia a padrões impostos:** o empreendedor não aceita as coisas sem entender o porquê, o que não significa ser um revoltado, mas sim um questionador das coisas. Se perceber que algo não está certo, não irá fazê-lo como “sempre foi feito”, vai tentar mostrar que “se feito de outra forma”, o resultado pode ser melhor.
- **Capacidade de diferenciar-se:** relaciona-se ao indivíduo que faz sua tarefa da melhor forma, buscando sempre atingir um melhor resultado.
- **Comprometimento:** tal característica significa “vestir a camisa” da empresa, ou do projeto, ou da nossa tarefa, ou seja, daquilo que nos dispomos a fazer.
- **Orientação para o futuro:** qualquer tarefa a ser feita deve ser desenvolvida com vistas ao que pode gerar na sequência. Sendo assim, o indivíduo que tem a característica de visão, pensa sempre em como um passo dado hoje pode impactar no dia de amanhã.
- **Imaginação e proatividade:** define o que deve aprender a partir do que deseja fazer, ter uma visão além do que está imediatamente sendo feito e, ter iniciativa para fazer algo que venha a trazer mudança e melhoria no que está sendo feito.
- **Tolerância a riscos moderados:** significa não desistir porque algo não deu certo ou então, saber que pode perder, que existe o risco na sua atividade, tarefa ou projeto, mas mesmo assim desenvolver o proposto com confiança, sempre buscando o melhor resultado.

Mas não é impossível que uma pessoa possa desenvolver um comportamento empreendedor para melhorar seu desempenho profissional. Existem treinamentos, principalmente por meio de seminários como os aplicados pelo Sebrae, por universidades e outras instituições, que têm como objetivo principal, moldar ou treinar tais comportamentos.

Filion (2000, p. 3) também enumerou as características de empreendedores bem-sucedidos, com certa semelhança em relação aos apontados pelos outros, que são esses descritos abaixo:

- Valores e cultura de empreendedorismo adquiridos por meio de contato com pelo menos um modelo empreendedor no período de juventude;

- Experiência em negócio;
- Diferenciação;
- Intuição;
- Envolvimento;
- Trabalhadores incansáveis;
- Sonhadores realistas (visionários);
- Líderes;
- Têm o próprio sistema de relações com os empregados;
- Controladores do comportamento das pessoas ao seu redor;
- Aprendizagem com os próprios erros.

Muitos empreendedores começam um negócio porque passam por uma necessidade, seja por falta de dinheiro ou por estar passando por um momento de crise e, acabam agindo impulsivamente, sem fazer um planejamento adequado. É por um desses motivos que a taxa de 'mortalidade' das empresas aumenta. Também, às vezes aparecem oportunidades valiosas que, dependendo do modo que ela for vista, pode ser um sucesso se bem administrada e conduzida ou, pelo contrário, vai se tornar um fracasso.

Resumo

Nessa aula você conheceu um pouco acerca das características mais comuns do empreendedor. Assim como já enfatizamos em tópicos anteriores, um indivíduo não necessariamente nasce um empreendedor, mas ele também pode se tornar um a partir da sua vontade, bem como da busca de instrução. Com certeza até você deve estar se identificando como sendo um empreendedor, a partir do reconhecimento de algumas características explicitadas que o formam.

Também aqui foram elencados alguns tipos de empreendedores e mais uma vez você percebeu que empreender não significa somente abrir um negócio, ser o dono de uma empresa, mas também trabalhar em um projeto social,

por exemplo. Sendo assim, você pode identificar inúmeros empreendedores à sua volta. Basta parar e observar.

No próximo tópico vamos focar a importância do empreendedor para a geração de negócios. Comece já a imaginar qual a sua importância para o negócio da sua empresa, ou para o seu projeto ou para a sua atividade. Reflita, observe e depois resolva as questões a seguir.



Atividades de aprendizagem

1. Agora que você já conheceu algumas características de um empreendedor, volte ao texto e tente identificar três características que você possui. Relacione-as e descreva por que você acredita ser possuidor de cada uma delas. Tente colocar uma ação que você tenha desenvolvido que evidencie tal característica, depois comente com seus colegas sobre sua pesquisa.

- a) _____:
- b) _____:
- c) _____:

2. Considere que você, sendo uma pessoa extremamente dedicada em seus estudos ou nas atividades na empresa, ao ser submetido a uma prova na escola ou teste na empresa, constatou que errou uma questão. Qual é a sua reação?

- a) Simplesmente ignora a questão, afinal você conseguiu mesmo assim obter a média?
- b) Busca descobrir a resposta certa, pois não se conforma de ter estudado e não ter acertado a questão?
- c) Se revolta por ter caído justamente a matéria que você não tinha dado muita atenção ao estudar?

Feedback: Se você marcou a alternativa b, pode se considerar um empreendedor, pois aprendeu com o erro e uma forte característica do empreendedor, porém se marcou as demais alternativas é melhor você rever seu comportamento, se pre-

tende se tornar um empreendedor.

Aula 9 – A importância do empreendedorismo para a geração de negócios

O objetivo desta aula é destacar a importância do empreendedorismo para a geração de negócios. Já estudamos, em aulas anteriores, o quanto ele contribui para a geração de riqueza do país e o quanto o espírito empreendedor é necessário em todos os segmentos do mercado.

Procure, na leitura a seguir, relembrar os temas já estudados anteriormente para que a ideia da importância do empreendedor aqui enfatizada esteja ainda mais clara em sua mente. Caso tenha dúvidas, volte aos primeiros capítulos para rever os temas relacionados à globalização e à competitividade de mercado.

9.1 Introdução

Em um mundo de economia globalizada, de abertura das fronteiras e de constantes e intensas transformações e inovações tecnológicas, o aumento da concorrência no mercado de trabalho tem aumentado consideravelmente. Desta forma aumentou também o interesse dos mais diversos profissionais para o fenômeno do empreendedorismo, com destaque para a criatividade e o empenho no desenvolvimento de novas situações e projetos, além do impulso ao surgimento de novos negócios. Porém, é inevitável que a velocidade das mudanças, a concorrência e a falta de planejamento têm deixado muitos dos pequenos empresários com sérias dificuldades, resultando até mesmo no fracasso de seus empreendimentos.

A partir disso, compreende-se que o empreendedorismo é hoje um fenômeno global, relacionado ao crescimento e desenvolvimento econômico de todas as regiões. Os resultados desse processo manifestam-se pela inovação nos mais diversos setores socioeconômicos, pelo desenvolvimento tecnológico e na geração de empregos, riquezas e valor.

9.2 Empreendedorismo e geração de negócios

As transformações provocadas pelos avanços tecnológicos e a globalização das atividades socioeconômicas, bem como a terceirização, o crescimento no setor de serviços e o alto índice de desemprego, impulsionam o surgimento de novos negócios.

Assim, pode-se dizer que a força empreendedora desperta o nascimento de inúmeras novas empresas e, com elas, novos empregos. Nesse ciclo, o desenvolvimento econômico é marcado pela renovação tecnológica, pelos novos investimentos na economia e pela inovação no mercado.

Diante desse cenário, o principal agente desse processo de transformação é a figura do empreendedor, que com sua personalidade, seus valores e capacidade de utilizar os recursos disponíveis para atuar em meio a ambientes diversos, visualizam a geração de oportunidades em todas as esferas socioeconômicas. Trata-se, de um círculo de trabalho, na medida em que a ação positiva dos empreendedores impulsiona a oferta de novos produtos e serviços, estimulando a concorrência e os hábitos do mercado consumidor.

O profissional empreendedor é o responsável pela identificação das oportunidades, ameaças, riscos e possibilidades, bem como pela introdução inovadora de tecnologias de ponta, realizando o papel de agente de transformação. De forma simples, o empreendedor interfere no desenvolvimento do espaço em que está inserido, com qualidade, ética, responsabilidade e conhecimento.

Pode-se considerar que o contexto no qual as organizações encontram-se inseridas exige destas uma atitude flexível para responder às demandas do mercado, principalmente em relação ao traçar estratégias inovadoras e inteligentes, capazes de elevar a organização à frente da concorrência. Assim, o empreendedor tem um papel crucial no sentido de despertar o nascimento de um negócio. É inegável que as características e o perfil empreendedor exercem impacto positivo na geração de estratégias de negócios e na condução adequada das mesmas, trazendo vantagem competitiva para a organização, que mantém em sua estrutura esse inovador potencial de mercado profissional.

O ambiente de negócios vem sofrendo modificações nos últimos anos o mercado globalizado exige das empresas um ajuste e investimento sério e consciente em inovação, desde os processos, produtos ou serviços e estratégias econômicas.

A identificação de novas oportunidades também é fator preponderante para alavancar o posicionamento de novos negócios na economia.

Chagas e Freitas (2001, p.2) alertam que “a empresa que não se adaptar ao novo modelo empresarial, em que a competição tende a ser cada vez maior, está com sua sobrevivência ameaçada”. Destacam ainda que “o empreendedorismo é uma estratégia chave para o sucesso de uma empresa, e envolve a capacidade de mudar e inovar rapidamente”.

A estratégia constitui-se, para uma organização, como um direcionador de suas ações no mercado de atuação, englobando os objetivos, metas e políticas socioeconômicas e sustentáveis.

Resumo

A geração de novas empresas e, conseqüentemente, a maximização do número de empregos, é fator decisivo para representar a relevância do empreendedorismo e do profissional que possui características dessa natureza.

A viabilização de estratégias, projetos e ideias inovadoras, a motivação do grupo de trabalho e a eficiência das ações empenhadas no alcance das metas propostas é, sem sombra de dúvida, o **aporte** essencial para favorecer o desenvolvimento dos negócios no cenário de mercado, alavancados pela roupagem do empreendedorismo.

Nessa aula você pôde perceber que o papel do empreendedor é de grande importância para a manutenção das empresas no mercado, bem como para a geração de novos empregos.

Atividades de aprendizagem

1. A estratégia constitui-se, para uma organização, como um direcionador de suas ações no mercado de atuação, englobando os objetivos, metas e políticas socioeconômicas e sustentáveis. Aproveite para aprofundar o seu conhecimento: pesquise uma definição para estratégia e comente com os colegas no chat.



Aporte

Contribuição financeira, subsídio.



Aula 10 – Ideia e oportunidade: o estudo das oportunidades e a essência do trabalho do empreendedor

É importante salientar que no dia a dia e a cada instante podemos nos deparar com verdadeiros empreendedores, pessoas que nas suas mais diversas profissões desempenham suas funções de forma a caracterizarem-se como empreendedores de sucesso.

Nos tópicos desta aula estudaremos as inúmeras características dos empreendedores, os diversos tipos de empreendedores, bem como algumas maneiras de se identificar oportunidades conhecendo as diferenças entre ter uma ideia e aproveitar uma oportunidade.

Também poderão ser comparadas as diversas abordagens feitas por autores, nas últimas décadas, para caracterizar um empreendedor.

10.1 Introdução

Embora nós já tenhamos enfatizado em tópicos anteriores as características de um empreendedor, você irá novamente, aqui nessa aula, se deparar com mais algumas especificações acerca do tema, pois quando nos referimos à identificação de oportunidades, precisamos sempre ressaltar as qualidades de um indivíduo que são definidas como características do empreendedor.

É muito comum ouvirmos histórias contadas no nosso dia a dia, sobre pessoas que venceram na vida como, por exemplo: Fulano teve muita sorte, na época em que ele abriu a empresa as coisas eram mais fáceis; Beltrano teve sorte, pois depois que ele começou no negócio o ramo “estourou”, e assim por diante. Acredito que você se lembrou de vários comentários nesse sentido.

Mas será que realmente o Fulano e o Beltrano tiveram sorte ou eles souberam identificar uma oportunidade? Talvez possamos até ter sorte, mas se ficarmos esperando as coisas acontecerem, nada irá acontecer. Então, a oportunidade “pode bater à sua porta” como dizem, mas se você não estiver preparado, não irá aproveitá-la.

Leia com atenção os tópicos a seguir para compreender melhor o empreendedorismo e sua relação com a identificação das oportunidades.

10.2 Empreendedorismo: como identificar oportunidades

Muito se ouve falar que a oportunidade não bate à porta, que devemos correr atrás dela. Portanto, como viemos colocando nos tópicos anteriores, um empreendedor é aquele indivíduo que tem visão, que cria ideias, porém vale aqui destacar que uma ideia por si só não basta, é preciso procurar as oportunidades. Neste sentido, o empreendedor é aquele que tem a ideia e consegue colocá-la em prática.

Um dos obstáculos comuns que enfrentamos para identificar empreendedores diz respeito à ideia de que suas características são inatas, mas, como verificamos anteriormente, existem várias formas de se distinguir um empreendedor, haja vista qualquer indivíduo estar apto a tornar-se um empreendedor.

Outro fator de relevância a ser focado é a questão errônea de que uma ideia deve ser única, porém isto não importa (ser ou não ser única), mas sim de que forma o empreendedor a utilizará. Oportunidades podem ser únicas e, portanto, não devem ser desperdiçadas. Dornelas (2008, p. 37) é enfático ao colocar que “uma ideia sozinha não vale nada; em empreendedorismo, elas surgem diariamente. O que importa é saber desenvolvê-las, implementá-las e construir um negócio de sucesso”.

Desta forma, destaca-se a importância de se estar atento às oportunidades e não ficar à espera de uma ideia revolucionária, pois como se sabe pela história, estas são raras. Muitas vezes a ideia pode já existir, o que um empreendedor faz é enxergar uma necessidade e adaptar o produto (da ideia) a ela. Sendo assim, Dornelas (2008, p. 38) esclarece que, para ser considerado um empreendedor, “o que conta não é ser o primeiro a pensar e ter uma ideia revolucionária, mas sim o primeiro a identificar uma necessidade de mercado e saber como atendê-la, antes que outros o façam”.

Atente para o fato de não ser unicamente necessária a ideia brilhante para se caracterizar um empreendedor, isso não significa que um indivíduo que a tenha não venha a se tornar um empreendedor de sucesso. Para tal, é necessário que este possua algumas características anteriormente já enfocadas, como ter visão do negócio, ser organizado, identificar suas deficiências etc.

Pimentel (2008, p. 34) destaca que diariamente temos inúmeros pensamentos e que estes podem ou não gerar ideias. Explica o autor que “uma ideia representa apenas 5% do potencial de sucesso, os outros 95% estão localizados na identificação de oportunidades com relação à ideia, sua aplicação prática, se existe mercado para ela e se há condições de implantá-la”.

Então, qual a diferença entre uma ideia e uma oportunidade, no contexto de empreendedorismo?

A partir da colocação de Dornelas (2008, p. 39) fica clara a possibilidade de entendermos o que é ideia e o que é oportunidade. O autor alerta para atentarmos para algumas perguntas básicas que, se respondidas com exatidão, o negócio pode se transformar em sucesso:

- Quais são os clientes que comprarão o produto ou o serviço de sua empresa?
- Qual o tamanho atual do mercado em reais e em número de clientes?
- O mercado está em crescimento, estável ou estagnando?
- Quem atende esses clientes atualmente, ou seja, quem são os seus concorrentes?

Portanto, se todas essas questões não forem respondidas com dados concretos, tem-se apenas uma ideia e não uma oportunidade de mercado. Na tabela 10.1 estão descritas algumas formas de se identificar uma oportunidade, bem como destacadas algumas tendências que se tornam oportunidades.

Tabela 10.1: Identificando oportunidades

O QUE É UMA OPORTUNIDADE?	Para qualificar-se como uma oportunidade, é preciso que o mercado se convença dos benefícios dos produtos e serviços a serem oferecidos pela empresa; O mercado determina as possibilidades de uma ideia tornar-se uma oportunidade de investimento; Transformar uma ideia em oportunidade requer tempo e esforço; Uma oportunidade deve estar ancorada nas necessidades dos consumidores e numa situação de mercado favorável; Alguns modismos representam riscos, pois são oportunidades passageiras.
O MUNDO GIRA E OS NEGÓCIOS MUDAM	A globalização, a tecnologia e a valorização do conhecimento trazem mudanças que se refletem nos negócios; É necessário acompanhar as novas tendências, desenvolvendo negócios alinhados às necessidades dos clientes.
TENDÊNCIAS QUE GERAM OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS	Desenvolvimento de parcerias com os clientes; Globalização econômica: tendência à unificação de mercados; Valorização do conhecimento; Reconhecimento da importância do consumidor; Desenvolvimento de alianças estratégicas com fornecedores e parceiros; Adoção de estratégias de inovação, padronização e adaptação aos clientes; Empreendimentos concorrentes com formatos diversos; Valorização do capital intelectual; Diferenciação pelo serviço prestado ao cliente.

Fonte: IPGN Sebrae (p. 25).

Pimentel (2008, p. 34) destaca que antes de se tentar colocar uma ideia em prática é preciso atentar para os seguintes fatores:

1. Estratégia: é o chamado planejamento estratégico.
2. Técnica: é sobre como, quando, onde e o que fazer.
3. Ferramenta: use sempre os utensílios que facilitem a realização de tarefas diversas. A maior ferramenta que possuímos é o nosso cérebro.

O autor chama atenção para o fato de que uma ideia pode estar sendo desenvolvida por várias pessoas, ou seja, assim como você, outras pessoas em outros lugares podem também estar imaginando algo como você e, neste caso, “será vitorioso quem implementar mais rapidamente e de forma que atenda às necessidades do mercado”. (PIMENTEL, 2008, p. 34).

Resumo

Nessa aula você pôde diferenciar uma ideia de uma oportunidade. No estudo do empreendedorismo, esse é um fator importante, pois o que mais interessa na realidade é aproveitar a oportunidade.



Atividades de aprendizagem

- Pimentel (2008) destaca que antes de se tentar colocar uma ideia em prática é preciso atentar para alguns fatores. Cite e explique quais são eles:

Aula 11 – Mitos e verdades sobre o empreendedor

Normalmente ouvimos dizer que as pessoas já nascem empreendedoras, ou então, “têm dom para o negócio”, porém hoje sabemos que podemos desenvolver o espírito empreendedor. Assim como essa fala não é uma verdade absoluta, muitas outras acerca do empreendedor também são consideradas mitos. Nesta aula vamos fazer uma abordagem enfatizando outros mitos e sua relação com a realidade.

11.1 Introdução

Ser empreendedor não significa ser um empresário, nem tampouco uma pessoa autossuficiente, mas simplesmente não se contentar com a inalterabilidade, tentar fazer o melhor, buscar superar as expectativas, enfim, vislumbrar sempre o horizonte.

11.2 Mitos e verdades

Importante aqui você observar que mitos são as crenças das pessoas, sem um fundamento científico, é aquilo que se acredita ser uma verdade, porém, sem nenhuma comprovação.

Baseando-se em concepções errôneas comumente deparadas em nosso cotidiano, Dornelas (2008) buscou desenvolver algumas ideias colhidas em suas pesquisas, que pudessem distinguir o que é mito e o que é verdade, constatadas junto aos empreendedores. Um dos critérios utilizados pelo autor foi identificar se o “empreendedor à frente do negócio aparentava ter características de um líder empreendedor ou apenas estava administrando sua empresa sem se preocupar em fazê-la crescer”. Ou seja, se existia nele a vontade, o interesse de expandir seu negócio ou se conformava somente com a sobrevivência. O autor usou também o mesmo critério para avaliar os empreendedores corporativos.

A pesquisa focou igualmente nos empreendedores que eram sócios ou responsáveis pela gestão do negócio há pelo menos cinco anos. Tal período foi observado devido ao fato de que as pesquisas demonstram que a grande maioria dos pequenos empreendimentos não sobrevive a este período (cinco anos).

A-Z**Networking**

Significa a união dos termos em inglês "Net", que significa "Rede"; e "Working", que é "Trabalhando". O termo, em sua forma resumida, significa que quanto maior for a rede de contatos de uma pessoa, maior será a possibilidade de essa pessoa conseguir uma boa colocação profissional.

Vários aspectos foram analisados, como escolaridade, conhecimento, setor de atuação, **networking**, planejamento, risco, fatores de influência para motivação, dedicação, fontes de recursos, modelos de referência, necessidade de sócios, visão, liderança e equipe, entre outros. As conclusões demonstraram que muitos mitos eram feitos acerca do empreendedor e que nem sempre estes existiam.

Um dos fatores de importância a ser ressaltado refere-se ao nível de escolaridade, por ser uma característica apontada também por outras pesquisas, como o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, que é realizado em vários países do mundo, como aspecto relevante para o sucesso do negócio. Na pesquisa desenvolvida por Dornelas, o percentual de universitários foi de 69%, um índice bastante representativo.

Outro fator bastante destacado pelo autor diz respeito à importância do planejamento e, sendo assim, cai o mito de que a intuição nos negócios é mais importante que o planejamento. Mesmo tendo grande parte dos empreendedores ainda desconhecendo os modelos formais de planejamento, principalmente os referentes à elaboração do plano de negócios, a constatação é de que o plano, muitas vezes, é realizado informalmente, mas não nos formatos padrões, que também não deixaram de contribuir para o sucesso dos empreendimentos.

Outra questão bastante comum refere-se "[à] sorte que algumas pessoas têm na vida". Este mito é confundido com o "saber aproveitar as oportunidades", pois, como o autor destacou, "a percepção e o aproveitamento de oportunidades são características marcantes do empreendedor de sucesso" (DORNELAS, 2007, p. 26).

Um fator que já destacamos como característica do empreendedor diz respeito ao fato de este "correr riscos", porém devemos lembrar que os riscos devem ser sempre calculados e não sendo assumidos deliberadamente. Também como já focado anteriormente, a principal motivação para o empreendedor nem sempre é o dinheiro, mas a realização de seus sonhos, a vontade de ter um próprio negócio, de ser o dono, enfim, de tornar sua ideia um negócio de sucesso.

Conhecer a respeito da atividade que se pretende implantar também é um fator importante para o sucesso de um empreendimento, pois aventurar-se em um setor que não se tem experiência torna ainda mais arriscado o negócio.

No quadro abaixo estão destacados alguns mitos que se consolidaram e que não refletem “as questões reais vividas pelo empreendedor”.

Tabela 11.1: Mitos e realidade sobre empreendedores

MITO	REALIDADE
Empreendedores não são feitos, nascem.	A capacidade criativa de identificar e aproveitar oportunidades vem depois de 10 anos de experiência, que conduz a um reconhecimento de padrões. O empreendedor é feito pela acumulação das habilidades, <i>know-how</i> , experiência e contatos em um período de tempo. Logo, empreendedores acumulam experiência e se preparam para o salto empreendedor.
Qualquer um pode começar um negócio.	Os empreendedores reconhecem a diferença entre ideias e oportunidade e pensam grande o suficiente para ter maiores chances de sucesso. A parte mais fácil é começar. Difícil é sobreviver. Talvez somente uma entre 10 a 20 novas empresas que sobrevivem cinco anos ou mais consiga obter ganho de capital.
Empreendedores são jogadores.	Empreendedores de sucesso assumem riscos calculados, minimizam riscos e tentam influenciar a sorte.
Empreendedores querem o espetáculo só para si.	O empreendedor individual geralmente ganha a vida. É difícil ter um negócio de alto potencial sozinho. Os empreendedores de sucesso constroem uma equipe. Achem que 100% de nada é nada. Eles trabalham para aumentar o bolo, em vez de tirar a maior parte dele.
Empreendedores são os seus próprios chefes e completamente independentes.	Está longe de ser independente e serve a muitos senhores (sócios, investidores, clientes, fornecedores, empregados, credores, família etc.).
Empreendedores trabalham mais tempo e mais duro do que gerentes em grandes empresas.	Não há evidências nas pesquisas: os resultados às vezes dizem que sim, às vezes que não.
Empreendedores experimentam grande estresse e pagam alto preço.	É verdade, mas não mais que em outras profissões, entretanto eles acham o seu trabalho mais gratificante. São mais ricos e não querem se aposentar.
Começar um negócio é arriscado e frequentemente acaba em falência.	Os empreendedores talentosos e experientes (que sabem identificar e agarrar oportunidades e atrair os recursos financeiros e outros) frequentemente alcançam o sucesso. Além disso, a empresa entra em falência, mas o empreendedor não. A falência é, muitas vezes, o fogo que tempera o aço da experiência de aprendizado do empreendedor.
Dinheiro é o mais importante ingrediente para se começar o negócio.	Se as outras partes e talentos existirem, o dinheiro virá. Não quer dizer que, se o empreendedor tem dinheiro, terá sucesso. O dinheiro é um dos ingredientes menos importantes. É, para o empreendedor, o que o pincel e a tinta são para o pintor: ferramenta inerte que, nas mãos certas, pode criar maravilhas. Mesmo depois de ter feito alguns milhões de dólares, um empreendedor irá trabalhar incessantemente numa nova visão para construir outra empresa.
Empreendedores devem ser novos e com energia.	Idade não é barreira. A idade média de empreendedores de sucesso (<i>Higher potential business</i>) é próxima aos 35 anos, mas há inúmeros exemplos de empreendedores de 60 anos de idade. O que é importante: <i>know-how</i> , experiência de rede de relacionamentos.
Empreendedores são motivados pela busca do todo poderoso dólar.	Empreendedores de sucesso buscam construir empresas nas quais possam realizar ganhos de capital em longo prazo. Não procuram satisfação imediata de grandes salários e aparência. Buscam realização pessoal, controle dos seus próprios destinos e realização dos seus sonhos. O dinheiro é visto como uma ferramenta.
Empreendedores buscam poder e controle sobre terceiros.	O poder é antes um subproduto do que uma força motivadora. O empreendedor busca responsabilidade, realização e resultados.
Se o empreendedor é talentoso, o sucesso vai acontecer em um ou dois anos.	Raramente um negócio tem solidez em menos de três ou quatro anos. Máxima entre os capitalistas de risco: “O limão amadurece em dois anos e meio, mas as pérolas levam sete ou oito.”
Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital.	Nos Estados Unidos, somente um a três em cada 100 conseguem capital.
Se um empreendedor tem capital inicial suficiente, não pode perder a chance.	O oposto é frequentemente verdade, isto é, muito dinheiro no princípio cria euforia e a “síndrome de criança estragada”.

Fonte: Adaptado de Salim *et al.* (2004, p. 7-8).

Na **tabela 11.1**, ficam claras as principais falas encontradas no cotidiano das pessoas e organizações acerca das características de um empreendedor. Leia com atenção, e se for preciso releia-as, pois são importantes para o seu aprendizado.

Vamos tomar um dos tópicos, o de que “Qualquer empreendedor com uma boa ideia pode levantar capital”. Perceba que essa realidade é totalmente distorcida pelos fatos, pois como no próprio quadro podemos observar, nos Estados Unidos, somente um a três em cada 100 conseguem capital. Desta forma, podemos perceber que não adianta somente termos a ideia, como inicialmente se acreditava, se não soubermos aproveitar a oportunidade, ou então não termos o conhecimento necessário para conseguirmos os recursos para colocarmos a ideia em prática.



Se você quiser aprofundar o conhecimento sobre o tema abordado nesse capítulo não deixe de ler “Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso”, de J. C. A. DORNELAS. O livro foi publicado pela Elsevier, no Rio de Janeiro, em 2007.

Resumo

Nessa aula a ideia foi demonstrar a inversão de valores e fatos que comumente acontece no dia a dia das pessoas acerca do empreendedor.

A partir daí você já pode retomar alguns conceitos e tentar aplicá-los na sua visão sobre a implantação de um negócio, bem como no desenvolvimento de sua atividade.



Atividades de aprendizagem

1. Identifique um proprietário de uma empresa de pequeno porte, de preferência acima dos 50 anos, e questione-o sobre suas características para constatar se o mito aqui descrito se verifica na prática: “O empreendedor precisa ser novo e com energia”. Observe a energia, a motivação com que o mesmo irá descrever a sua atividade. Anote suas observações e comente com seus colegas no chat.

2. Se na empresa onde você identificou o empreendedor acima dos 50 anos tiver um funcionário jovem, converse com o mesmo e constate as diferenças no entusiasmo sobre um assunto, por exemplo, a situação econômica do país ou o valor do salário mínimo atual. Registre aqui a sua percepção e depois comente com os colegas no chat.

Anotações



Aula 12 – A importância das micro e pequenas empresas

As micro e pequenas empresas são, na maioria das vezes, resultados de ações de empreendedores que decidiram colocar suas ideias em prática.

Nesta aula vamos abordar um pouco acerca de empresas em geral e, principalmente enfatizar a importância das micro e pequenas empresas para a economia de um país.

12.1 Introdução

A maioria das pessoas tem a ideia de que são as grandes empresas que mais oferecem empregos, que mais geram renda para o país, enfim, que elas é que realmente contribuem para o crescimento de um país. Evidentemente que estas têm grande representatividade, pelo volume de capital que geram e, sendo assim recolhem mais imposto, etc. Porém, as micro e pequenas empresas têm uma participação muito maior em âmbitos gerais, pois geram mais empregos por serem em quantidades muito maiores, portanto representam economicamente mais para um país. Desta forma é que se percebe a grande preocupação em fomentar o empreendedorismo para o surgimento de novos empreendimentos de pequeno e médio porte para o desenvolvimento econômico do país.

Você pode estar se perguntando por que vamos estudar a respeito das pequenas e médias empresas, já que o nosso assunto é sobre empreendedorismo. Pois bem, a grande maioria dos empreendedores está ligada às micro, pequenas e médias empresas, exceto aqueles que abordamos anteriormente, que são os empreendedores corporativos, e normalmente se destacam nas grandes corporações. As pequenas empresas têm grande importância para cenário econômico brasileiro, pelo fato de serem responsáveis por grande parte dos empregos gerados, além de terem enorme representatividade no Produto Interno Bruto – PIB (riqueza do país).

Curiosidade

Informações sobre Produto Interno Bruto – PIB

PIB (Produto Interno Bruto) é a soma de todos os serviços e bens produzidos num período (mês, semestre, ano) numa determinada região (país, estado, cidade, continente). O PIB é expresso em valores monetários (no caso do Brasil em Reais). Ele é um importante indicador da atividade econômica de uma região, representando o crescimento econômico. Vale dizer que no cálculo do PIB não são considerados os insumos de produção (matérias-primas, mão de obra, impostos e energia).

A Fórmula para o cálculo do PIB de uma região é a seguinte: $PIB = C + I + G + X - M$. Onde, C (consumo privado), I (investimentos totais feitos na região), G (gastos dos governos), X (exportações) e M (importações).

O PIB per capita (por pessoa), também conhecido como renda per capita, é obtido ao pegarmos o PIB de uma região e o dividirmos pelo número de habitantes desta região.

O PIB do Brasil, no ano de 2010, em valores correntes, foi de R\$3,675 trilhões (crescimento de 7,5 % sobre o ano de 2009).

Fonte: http://www.suapesquisa.com/o_que_e/pib.htm

Em relação às micro e pequenas empresas, é oportuno estudarmos o tema, principalmente porque para elas é de suma importância que sejam desenvolvidos os Planos de Negócios – assunto que abordaremos nos capítulos seguintes.

O ambiente dos negócios apresenta-se competitivo e, portanto, é necessário estar atento às mudanças a fim de que a empresa se mantenha nesse mercado. Para tal, torna-se essencial analisar e discutir as possibilidades e tendências para as pequenas e médias empresas tornarem-se competitivas e manterem-se neste mercado ora apresentado.

12.2 Empresas: uma breve caracterização

Empresa é uma atividade particular, pública ou de economia mista, que tem a finalidade de produzir e oferecer bens ou serviços, com o objetivo de atender às necessidades humanas. Para Sandroni (2002, p. 203), “empresa é uma organização destinada à produção e/ou comercialização de bens e serviços, tendo como objetivo o lucro”.

Podemos dizer que empresas são instituições que existem a fim de satisfazer as necessidades humanas, pois todos nós necessitamos, de moradia, alimentação, educação, etc. e, para tal, é que elas foram criadas.

Neste sentido, Stadler (2004, p. 10) descreve que: “uma empresa pode ser definida como sendo uma organização intencionalmente constituída de pessoas e recursos tecnológicos, com o intuito de produzir e vender bens e serviços, a fim de satisfazer as necessidades e expectativas do seu público alvo”.

As empresas podem ser individuais e coletivas e, quanto ao ramo de atividades, são classificadas em:

- Empresas Industriais;
- Empresas Comerciais;
- Empresas de Prestação de Serviços.

No que se refere às categorias de empresas, podem ser classificadas pelo setor econômico (primário, secundário e terciário), pelo número de proprietários (se é individual, de responsabilidade limitada ou sociedade anônima), pelo tamanho (micro, pequena, média ou grande empresa) e também pelo fim (fins lucrativos ou não lucrativos).

Na maioria dos casos, a sobrevivência das micro e pequenas empresas depende de uma única pessoa, o proprietário. Desta forma, podemos deduzir que a empresa funciona como uma extensão da personalidade da pessoa que a coloca em funcionamento.

Em relação ao aspecto legal de constituição da empresa, o enquadramento é feito de acordo com o faturamento.

A Lei nº 9.841/1999 instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, dispondo sobre o tratamento diferenciado previsto nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal do Brasil.

No Brasil, há diversas definições de micro e pequena empresa (MPE). O Estatuto da Micro e Pequena Empresa (Lei nº 9.841, de 5 de outubro de 1999) considera microempresa aquela com faturamento bruto anual de até R\$433.755,14 e pequena com faturamento bruto anual de até R\$2.133.222,00. Para o regime tributário especial (Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996 – Simples), a microempresa tem faturamento até R\$120 mil e a pequena até R\$1,2 milhão. Esses valores foram revistos pela

Lei nº 11.196/2005 para, respectivamente, R\$240 mil e R\$2,4 milhões. Para efeitos tributários, existem diferentes definições empregadas por cada um dos Estados em seus programas de apoio à micro e pequena empresa – Simples Estaduais. Assim, uma pequena empresa para o governo federal pode não ser uma pequena empresa para o governo estadual e vice-versa. (SEBRAE, 2006, p. 23).

12.2 Representatividade no contexto econômico mundial

Segundo informações disponibilizadas pelo Sebrae (2006, p. 23), as MPEs:

respondem por mais de 90% das empresas industriais brasileiras e por menos de 15% da produção industrial, segundo o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Elas se encontram, sobretudo, nos setores de Vestuário, Alimentos, Minerais não metálicos, Produtos de Metal, Madeira, Móveis e Edição e Impressão.

É importante destacar que as MPEs dedicam-se quase que exclusivamente ao mercado doméstico (dentro do país). Apenas 8,6% das microempresas e 27,4% das pequenas exportam.

Já no que diz respeito aos fatores que contribuem para as altas taxas de mortalidade das MPEs, estudos apontam que se referem ao despreparo administrativo dos gestores, bem como também por questões estruturais, como a política, a economia etc.

Bensadon (2001, p. 19) descreve alguns fatores tidos como responsáveis pelo fracasso dos empreendimentos de pequeno porte, como:

- Má administração, com destaque para a falta de planejamento e a falta de competência gerencial e de conhecimento prático no ramo escolhido;
- Planos econômicos/economia mutante;
- Concorrência;
- Desinformação, falta de conhecimento ou de atualização;
- Acesso restrito às fontes de informações;
- Falta de dedicação total ao negócio;

- Industrialização tardia;
- Dificuldade de acesso ao crédito e baixos investimentos;
- Elevadas obrigações tributárias e jurídicas;
- Falta de qualificação de mão de obra;

Podemos perceber que existe a necessidade de desenvolver iniciativas no sentido de capacitar o pequeno empresário, porém enfatizando principalmente as questões que dizem respeito ao tratamento tributário, para assim estimular este segmento da economia (as micro e pequenas empresas) a fomentar o desenvolvimento econômico do país.

Resumo

Nessa aula você pode acompanhar um pouco sobre a importância das micro e pequenas empresas que são o grande motor do desenvolvimento econômico no Brasil. É importante lembrar que quando estamos estudando o empreendedor, a figura do mesmo é essencial na sobrevivência dessas empresas, bem como para mantê-las no mercado.

Atividades de aprendizagem

1. Aproveite para aprofundar um pouco o que sabe sobre os tipos de empresas citados nessa aula. Coloque a definição e um exemplo de cada um deles:

- a) Empresas Industriais:

- b) Empresas Comerciais:

- c) Empresas de Prestação de Serviços:



No livro "O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócio – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa", de F. Dolabela, publicado no Rio de Janeiro, pela Sextante, em 2008. O autor mostra a história de uma empreendedora em busca da realização de seu sonho. A leitura é interessante devido à forma como Dolabela expõe o tema, permeando teoria com acontecimentos da rotina de Luísa e dos demais participantes da história. Esse romance envolve a vida sentimental da personagem principal Luísa, com a concretização da sua ideia de ter o seu próprio empreendimento, ou seja, seu próprio negócio. Vale à pena ler o livro na íntegra e aproveitar os ensinamentos que o autor dá como forma de consultoria às dúvidas da empreendedora Luísa acerca do seu desejado negócio.





Aula 13 – A logística das MPEs - como acrescentar valor ao produto?

A logística nas micro e pequenas empresas agrega valor aos seus produtos e serviços, pois consegue-se, através dessa ferramenta, alcançar o consumidor com base em um diferencial significativo, por estar sendo apontada como um dos principais instrumentos para o aumento da competitividade em empresas dos mais diversos setores.

Porém, muitos pequenos empreendedores questionam-se sobre a viabilidade da logística em seus negócios, considerando-se que, até certo tempo atrás, essa ferramenta estava voltada para as grandes corporações.

A partir dessa ideia, nesta aula vamos enfatizar a importância da logística para a gestão das empresas, bem como para o bom desempenho profissional do empreendedor.

13.1 Introdução

O cenário favorável ao surgimento e desenvolvimento de novos negócios no mercado socioeconômico da atualidade destaca que micros e pequenas empresas (MPEs) tornaram-se, nos últimos tempos, as maiores fontes geradoras de emprego e renda, contribuindo para o crescimento de inúmeras regiões, principalmente, aquelas com menor grau de desenvolvimento, esclarecendo, a sua importância no contexto econômico e social de todo o país.

Dada à importância que as MPEs vêm ganhando no atual cenário econômico, nessa aula você irá se deparar com alguns aspectos relevantes sobre a importância do empreendedorismo no desenvolvimento econômico dos países. Relembramos que o empreendedor é um profissional visionário, com iniciativa e capacidade de criação de desenvolvimento de coisas novas, o que provoca forte impacto na economia e, desta forma, gera valor ao produto que objetiva inserir no mercado.

13.2 A logística das micro e pequenas empresas

Para dar início a um empreendimento, é necessário transformar uma ideia inicial, que é abstrata, em algo concreto, de tal forma que seja possível apontar suas forças, fraquezas, identificando suas oportunidades e ameaças, o que permite uma análise acerca das oportunidades de negócio, tendo em vista que é fundamental compreender as ações que devem ser consideradas para cada um dos objetivos que se pretende atingir.

As micro e pequenas empresas do cenário econômico brasileiro podem ser classificadas de acordo com critérios quantitativos (número de colaboradores, valor do faturamento bruto anual, capital etc.) que são essencialmente econômicos, e critérios qualitativos, abrangendo informações a respeito da sociedade (trabalho familiar), minimização de incorporação de processo técnico às atividades cotidianas, inexpressivo poder de barganha nas negociações, entre outros fatores, que demonstram a estrutura e a forma de gestão da organização.

O contexto econômico brasileiro revela que as micro e pequenas empresas são significativamente relevantes para o desenvolvimento do país, visto que representam para a sociedade, de um modo geral, um excelente agente de crescimento socioeconômico, na medida em que contribuem para a geração de emprego, renda e valor, distribuição de riquezas, criação de condições de expansão e desenvolvimento de regiões ignoradas por políticas governamentais.

Entretanto, apesar da indiscutível importância, as pequenas empresas enfrentam uma série de dificuldades decorrentes da falta de conhecimento sobre o gerenciamento do empreendimento, da inexistência de um planejamento prévio do negócio, de um estudo do mercado e da concorrência, enfim, de várias características essenciais para impulsionar uma empresa no cenário econômico.

Assim, o surgimento de uma ideia é sustentado pela força empreendedora, de modo que cabe ao profissional com esse perfil confiar no seu potencial e empenhar seu trabalho, preparando sua equipe para executar um projeto com determinação, criatividade e objetividade, observando as tendências do mercado em tempo hábil, para que a oportunidade não seja perdida.

Sendo assim, o planejamento concreto e eficaz representa fator determinante para a sobrevivência e desenvolvimento de pequenas empresas, pois constitui-se em um processo dinâmico e flexível, capaz de incorporar as

possíveis mudanças do ambiente socioeconômico, que devem ser consideradas. O planejamento em um pequeno empreendimento pode prevenir riscos e ameaças, oferecendo condições para enfrentá-los e possibilitando as melhores soluções.

Da mesma maneira, a definição de um negócio, a estrutura do empreendimento, a procura pelos produtos ou serviços ofertados, a concorrência, são fatores que ponderam para a possibilidade de alcance de vantagem competitiva, com o propósito de estabelecer mecanismos capazes de impulsionar a organização no mercado.

A logística voltada à gestão dos negócios tem atividades que “são realizadas pelas organizações desde o início da produção em massa e incluem o planejamento e controle das atividades de suprimentos, produção e distribuição física” (CORDEIRO, 2004, p. 32).

O autor ainda argumenta que:

A grande mudança proporcionada pela logística é a integração dessas atividades no âmbito da empresa, seus fornecedores e seus canais de distribuição, incluindo os fluxos de materiais, informações e seus impactos nos fluxos financeiros. Portanto, a logística trata de atividades existentes em qualquer empresa e, por isso, pode ajudá-la a melhorar seus resultados. (CORDEIRO, 2004, p.32).

Diante disso, há que se considerar que os clientes, em qualquer ramo de negócio ou independente do porte da empresa que oferta o produto ou serviço, tendem a escolher aquilo que maximiza o valor líquido, ou seja, a obtenção de valor ou benefício percebido pelo consumidor na aquisição da mercadoria.

Portanto, a adoção de medidas simples por parte das pequenas empresas pode contribuir para o aumento expressivo do seu desempenho no mercado, em termos de nível de serviço e custos logísticos, proporcionando a maximização do valor líquido oferecido ao cliente e do valor agregado pela empresa.

Desta forma destaca-se a importância da estratégia de uma empresa, pois esta é uma proposta de valor aos seus clientes, ou seja, a maneira pela qual tentará entregar aos seus consumidores um valor líquido superior ao dos concorrentes.

Portanto, dentro do contexto estratégico, o papel da logística, especialmente em micro e pequenas empresas, revela sua contribuição em termos de proporcionar ao empreendimento a máxima satisfação por parte dos seus clientes sobre seus produtos e serviços.

Diante disso, as pequenas empresas devem investir em agilidade e competitividade, traduzidas por um esquema eficiente de desempenho logístico, integrando suas atividades com vistas a alavancar seu potencial no mercado e acompanhar as tendências inovadoras face à conquista e fidelização do cliente, em um cenário de competitividade acirrada.

Resumo

Entre as principais medidas que podem ser adotadas pelas pequenas empresas com vistas a contribuir para o aumento do desempenho em termos de nível de serviço e custos logísticos, o que vem a proporcionar maximização do valor líquido ofertado ao cliente e do valor agregado pela empresa, pode-se citar: a seleção de estratégias logísticas em função das propostas de valor escolhidas; a escolha de fornecedores e canais de distribuição com base em custos logísticos totais; a utilização de um sistema de informação comum para as atividades de compras de insumos, planejamento e programação da produção e da distribuição, entre outras igualmente relevantes.

É importante que as pequenas empresas busquem canais de distribuição próximos aos mercados-alvo. Torna-se inteligente selecionar o público consumidor e projetar um sistema logístico capaz de entregar o valor proposto ao menor custo possível.

Agora que já enfatizamos bastante o tema empreendedorismo nas próximas aulas vamos abordar o Plano de Negócios, que é uma importante ferramenta para o empreendedor.



Atividades de aprendizagem

1. As medidas de desempenho logístico compreendem as categorias de nível de serviço e custos logísticos. Explique com suas palavras as duas categorias.

Nível de serviços: _____

Custos logísticos: _____

Aula 14 – Plano de negócios: conceitos e importância para a sobrevivência do empreendimento

O Plano de Negócios pode ser considerado como um agente transformador das causas de morte das empresas, pois possibilita um aumento de sucesso nos negócios, em virtude da falta de planejamento levar ao fechamento da empresa por deixar de mostrar ao empreendedor as falhas do negócio.

Um plano de negócios ajuda a entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio; gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas; monitorar o dia a dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário; conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitais de risco etc.

Percebemos a importância de se montar um Plano de Negócios, mesmo que muitos empreendedores achem desnecessário, pois trata-se de uma ferramenta útil para o sucesso do negócio. É bastante comum ouvirmos dos empreendedores, ou até mesmo dos empresários, que não necessitam de um PN (Planos de Negócios) ou então que as ideias estão todas alinhadas em sua mente ou, pior ainda, que não têm tempo para desenvolver um PN.

Nesta aula você irá entender a importância e a quem se destina o Plano de Negócios.



Figura 14.1: Plano de Negócio

Fonte: <http://blog.planilhasexcel.com>

14.1 Introdução

Afinal, o que vem a ser um Plano de Negócios, ou então como alguns autores colocam, o *Business Plan*?

Dornelas (2008, p. 84) descreve o Plano de Negócios como “um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa”. Desta forma, podemos entender que nada mais é do que uma forma de organizar e situar o negócio para que o empreendedor possa obter uma visão íntegra do seu empreendimento.

Para Salim *et al.* (2001, p. 16), “plano de negócios é um documento que contém a caracterização do negócio, sua forma de operar, suas estratégias, seu plano para conquistar uma fatia do mercado e as projeções de despesas, receitas e resultados”.

Se começarmos a pensar acerca do tema, dificilmente nos recordaremos de termos visto um Plano de Negócios em uma empresa em que tenhamos atuado. Pois bem, será que as empresas sempre tiveram um Plano de Negócios?

Sabemos que muitas empresas nunca sequer colocaram seus planos em um papel, mas apenas como comumente ouvimos dizer “tenho tudo na cabeça”. Essa frase muitas vezes é usada por empresários, principalmente nas empresas de pequeno porte. O gestor, que sempre é o proprietário, costuma ter tudo organizado, mas geralmente em sua mente. A prática de se colocar no papel essas ideias não é tão antiga.

No Brasil, podemos dizer que a elaboração do Plano de Negócios começou a ser mais comumente utilizada com o processo de globalização da economia, que ocorreu a partir da década de 1990. Desta forma, as empresas ficaram mais expostas à competitividade promovida pela internacionalização dos mercados e foram tendo que se adaptar e se atualizar para se manterem no mercado.

O Plano de Negócios, que até então era uma prática mais popular entre as grandes corporações, começou a fazer parte do cotidiano das pequenas empresas que, necessitavam de ferramentas para mostrar seus empreendimentos e expandi-los, ou então de ferramentas para criarem novas empresas.

As agências de fomento e as instituições financeiras começaram a exigir que as ideias, os cálculos e as previsões do negócio estivessem detalhados para sentirem a firmeza e a seriedade do negócio. Desta forma, iniciou-se o processo de desenvolver os Planos de Negócios.

14.2 Por que fazer um Plano de Negócios – PN?

Por meio das informações disponibilizadas pelo Sebrae podemos constatar o elevado índice de mortalidade das empresas no Brasil, o que em parte pode ser devido à falta de planejamento para implantação do negócio.

- Empresas com até 2 anos de existência = 49,4% de mortalidade;
- Empresas com até 3 anos de existência = 56,4% de mortalidade;
- Empresas com até 5 anos de existência = 59,9% de mortalidade.

Evidentemente que somente um Plano de Negócios não representa o sucesso do negócio, porém evita muitos problemas e, principalmente que, caso seja inviável, a atividade não seja colocada em prática.

Dornelas (2008, p.85) descreve alguns objetivos básicos pelos quais um PN pode ser escrito:

1. Testar a viabilidade de um conceito de negócio;
2. Orientar o desenvolvimento das operações e estratégias;
3. Atrair recursos financeiros;
4. Transmitir credibilidade;
5. Desenvolver a equipe de gestão.

Um plano de qualidade deve responder a algumas questões básicas, como:

- Existe uma real oportunidade para o meu negócio?
- Eu ou a equipe que está desenvolvendo a ideia entendemos do negócio?
- O negócio demonstra retorno desejado para o investimento realizado?
- O mercado aceitará as ideias que estão contidas no PN?
- Existe diferenciação no meu negócio?
- O meu negócio tem chances de existir por alguns anos?

A partir dessas questões, observe as razões apontadas por Bangs Júnior (2002, p. 19) para se criar um Plano de Negócios:

1. O processo de organizar um plano de negócios, incluindo as reflexões que você faz antes de começar a registrá-lo por escrito, obriga-o a assumir um posicionamento não emocional, crítico e objetivo em relação ao seu projeto como um todo.
2. O produto acabado – o seu plano de negócios – é um instrumento operacional que, se usado de forma apropriada, irá auxiliá-lo a gerenciar o seu negócio e a trabalhar efetivamente para seu sucesso.

3. O plano de negócios concluído transmite suas ideias para outros e fornece a base para sua proposta de financiamento.

Portanto, no momento em que se desenvolve o PN já se pode estar fazendo uma análise do negócio, realmente refletindo sobre as reais possibilidades de sucesso da atividade. Desta forma, não se caracteriza o PN, pela importância do documento em si, mas pelo processo de construção dele, que possibilita a quem o estiver desenvolvendo, amadurecer e refletir mais profundamente sobre o negócio ao qual se está estudando.

Outra possibilidade poder ser, depois de concluído o PN, uma forma de consulta e direcionamento para o empreendedor no que se refere à sua atividade, pelo fato de ali estarem registradas informações relevantes sobre vários pontos que devem estar sempre presentes na atividade que se pretende implantar. Também, este servirá de referencial para todos os interessados e ou envolvidos no negócio, desde os funcionários até os possíveis investidores.

14.2.1 Para quem interessa o Plano de Negócios?

Engana-se quem acredita que um PN destina-se somente aqueles que buscam financiamentos ou às instituições de fomento, pois, além destes, existem vários públicos a quem interessa o PN de um empreendimento a ser implantado ou de uma empresa já existente e que deseja expandir-se.

Observe alguns públicos descritos por Dornelas (2008) para os quais um PN pode interessar:

- Sebrae, universidades e órgãos governamentais – para conceder financiamentos;
- Bancos – para liberar financiamentos para aquisição de equipamentos ou para capital de giro ou expansão da empresa;
- Investidores;
- Fornecedores;
- Público interno – funcionários efetivos e em fase de contratação;
- Clientes;
- Sócios.

O PN de uma empresa, em caso de ela já estar funcionando, é para o gestor um documento que pode servir de estímulo para o bom desempenho das atividades, bem como para que no momento da contratação de novos funcionários se possa demonstrar as intenções da empresa. Tal atitude possibilita uma forma de demonstração, por parte do gestor, da importância de cada um no processo de expansão e, desta forma, os colaboradores se sentirão valorizados e dispostos a contribuir com a empresa.

Resumo

Um Plano de Negócios poderá ajudá-lo a evitar a abertura de um empreendimento que pode fracassar. Se seu empreendimento não for viável, na melhor das hipóteses, o plano de negócios indicará por que, e poderá auxiliá-lo a evitar o pagamento de um preço alto para aprender sobre fracasso nos negócios. É muito mais barato não iniciar um negócio do que aprender por experiência o que um Plano de Negócios poderia ter ensinado ao custo de algumas horas de trabalho e de concentração (BANGS JÚNIOR, 2002).

O Plano de Negócios, como já foi exposto anteriormente, serve como fonte de informação para que outros possam avaliar o empreendimento, principalmente se for o caso de necessidade de financiamento, haja vista o mesmo atender às exigências da maioria dos financiadores, atualmente.

Atividades de aprendizagem

1. Defina o que é um Plano de Negócios.

2. Cite os objetivos básicos pelos quais um PN pode ser escrito, de acordo com Dornelas (2008):

1.

2.

3.

4.

5.





Aula 15 – Plano de Negócios: revisitando alguns aspectos relevantes

Inúmeras são as dificuldades percebidas para a elaboração de um Plano de Negócios pelos empreendedores ao buscarem financiamentos. Também um dos aspectos comumente observados em relatos de empreendedores e empresários é de que “as coisas são difíceis” e “o governo não ajuda”, entre outros. Porém, cabe destacarmos que os empreendedores, na maioria das vezes, não dão a devida importância ao PN e isso dificulta e compromete o andamento de todo o processo.

Nesta aula vamos abordar alguns aspectos importantes a serem observados na elaboração de um Plano de Negócios. Também serão apresentadas algumas possibilidades de onde buscar recursos para implantar um negócio.

15.1 Introdução

Dornelas (2008) destaca que, embora alguns programas do governo não apareçam de forma estruturada, são inúmeras as possibilidades para o empreendedor buscar recursos para financiar seu empreendimento. O autor cita alguns que colocaremos para exemplificar. Caso haja interesse, basta que você aprofunde os conhecimentos pesquisando nos seguintes órgãos:

- Programas da FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos): As ações ocorrem em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).
- Programa CRIATEC do BNDES: o programa é voltado para a participação em fundo de investimento com a finalidade de capitalizar as micro e pequenas empresas inovadoras de capital semente e de lhes prover um adequado apoio gerencial.
- Programa RHAE (Programa de Capacitação de Recursos Humanos para atividades Estratégicas) Inovação: Criado em 1987 com o objetivo de apoiar projetos de inovação em atividades de pesquisa e desenvolvimento nas empresas. O programa é gerido pelo CNPQ.

- Microcrédito: forma de apoio aos pequenos empreendedores por envolver pequenas quantias de empréstimos a juros mais acessíveis. Geralmente administrada por ONGs (Organizações não governamentais).
- Progex (Programa de Apoio Tecnológico à Exportação): este programa tem o intuito de prestar apoio às micro e pequenas empresas que queiram inserir-se no mercado internacional através das exportações.
- Programa Sebraetec: é um “mecanismo coordenado pelo Sebrae para permitir que as micro e pequenas empresas e empreendedores possam acessar os conhecimentos existentes no país, por meio de consultorias, visando à elevação do patamar tecnológico da empresa” (DORNELAS, 2008, p. 169-174).

15.2 Parcerias e assessoria

“O empreendedor não é uma ilha isolada no oceano. Por meio de sua rede de contatos, ele deve identificar os melhores profissionais e entidades para assessorá-lo” (DORNELAS, 2008, p. 183).

Por meio dessa frase de Dornelas, podemos entender a importância de se manter as redes de contatos (networks), das quais muito se comenta atualmente. A partir de nossas redes, que podem ser formadas por meio de colegas de curso, de amigos, de colegas de trabalho, de professores etc., podemos estabelecer uma rede muito grande de contatos para nos assessorarmos em nossas necessidades. Assim como as pessoas, também as instituições são de suma importância para o empreendedor, pelo fato de as mesmas já possuírem informações formatadas, e assim facilitar o processo de implantação de uma atividade.

Como o empreendedor precisa conseguir o financiamento para iniciar uma atividade, ele também precisa buscar assessoria para manter esta atividade, pois esta assessoria é de extrema relevância hoje em dia, principalmente em decorrência da alta competitividade dos mercados.

Dornelas (2008, p.183-191) relata alguns exemplos de instituições onde o empreendedor pode buscar apoio:

- Incubadoras de empresas – que são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes que se enquadram em determinadas áreas de negócios. Porém, cabe aqui destacarmos que para um empreendedor fazer parte de uma incubadora de empresa ele deve apresentar também um PN de seu empreendimento;

- Sebrae – principal entidade de apoio aos empreendedores brasileiros;
- Universidades e Institutos de Pesquisa – muito embora nós brasileiros não tenhamos o hábito de recorrer às universidades para a solução de problemas, podemos contar com bons profissionais à disposição, haja vista a partir daí os fundamentos gerenciais, tecnológicos etc.;
- Instituto Empreender Endeavor – é uma entidade internacional sem fins lucrativos que atua no suporte ao empreendedorismo em países em desenvolvimento.

Desta forma, podemos observar que as opções para o empreendedor são diversas, basta estar ele preparado e buscar auxílio junto aos órgãos competentes.

Agora que já verificamos a importância do PN e também a quem se destina, bem como os tipos de planos existentes, iremos abordar passo a passo a construção deste plano.

15.3 Por onde começar?

Primeiramente, é importante se ter em mente a quem se destina o PN. Conforme vimos, vários são os públicos a quem se destina um PN. Desta forma, é importante lembrarmos que “o plano de negócios é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou pretende ser uma empresa” (DOLABELA, 1999, p. 80). O autor enfatiza também que o Plano de Negócios deve conter:

- a) a forma de pensar sobre o futuro do negócio, aonde ir, como ir mais rapidamente, o que fazer durante o caminho para diminuir incertezas e riscos;
- b) descrição de um negócio, os motivos da existência da oportunidade de negócio, como o empreendedor pretende agarrá-la e como buscar e gerenciar os recursos para aproveitá-la;
- c) a descrição de um processo e não de um produto, deve ser dinâmico, vivo, devendo estar sempre atualizado;
- d) a indicação de que o empreendimento tem grande potencial de sucesso, ou até evidenciar que é mesmo irreal, pela existência de obstáculos jurídicos ou legais intransponíveis, riscos incontroláveis ou rentabilidade aleatória ou insuficiente para garantir a sobrevivência da empresa ou do novo negócio. Pode-se, inclusive, sugerir o adiamento do empreendimento;

- e) informações que o tornam instrumento de negociação interna e externa para administrar a interdependência com os sócios, empregados, financiadores, incubadoras, clientes, fornecedores, bancos etc.;
- f) informações que o tornam instrumento para a obtenção de financiamentos, empréstimos, persuasão de novos sócios, controle interno, integração da equipe e envolvimento dos empregados e colaboradores.

Neste sentido, vale destacar que um PN é de grande valia para qualquer atividade que queira ser implantada, quer seja um carrinho de pipoca ou uma empresa de exportação de proporções internacionais, haja vista ser analisada através do PN a viabilidade do negócio.

Resumo

Nesse tópico você observou mais alguns apontamentos sobre essa ferramenta chamada Plano de Negócios, que vem demonstrando eficácia na implantação de uma atividade com o intuito de evitar o fracasso iminente da empresa. Aproveite para pesquisar mais a respeito das possibilidades de obtenção de recursos para financiar novos negócios.



Atividades de aprendizagem

1. De acordo com Dolabela (1999), um plano de negócios deve conter algumas informações importantes. Cite-as e explique cada uma delas, buscando um exemplo prático para aprofundar o seu entendimento.

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

2. Acesse o endereço abaixo e assista ao vídeo com informações apontadas por Eike Batista: <http://www.planodenegocios.com.br/www/index.php/acontece/novidades/3351-eike-batista-afirma-sobre-a-importancia-do-plano-de-negocios>. Destaque duas ideias que você ache relevante e anote para comentar no chat com os colegas do curso.

- a) _____
- b) _____

Aula 16 – Construção do Plano de Negócios

O Plano de Negócios é um documento que deve conter todas as informações sobre a atividade que se pretende implantar ou ampliar, porém não existe um modelo padrão, depende de onde o mesmo será apresentado.

Nesta aula vamos apresentar alguns tópicos importantes a serem abordados quando da construção de um Plano de Negócios.

16.1 Introdução

Assim como qualquer documento desenvolvido, o Plano de Negócios também pode conter capa para uma melhor apresentação do mesmo, assim como um sumário que facilitará a localização de uma informação, principalmente quando se tratar de um documento com grande número de informações.

A capa serve como a página de título. Com isso, algumas informações básicas devem estar contidas nela, como o nome da empresa, endereço, telefone, logotipo, data etc.

Já um sumário é importante para que a pessoa que receber o PN possa localizar facilmente as questões que têm maior interesse.

16.2 Tópicos que podem ser inseridos em um Plano de Negócios

Empreendimento – Neste tópico serão demonstradas as bases para a realização do projeto, bem como de quem é a responsabilidade de gerenciá-lo e também uma breve explanação acerca da análise estratégica da empresa em relação ao mercado.

Dados da Empresa – Colocar os dados gerais como:

- Nome da empresa;
- Endereço;
- Data de início das atividades da empresa (caso ela já exista);
- Nome de um responsável para contato.

Dados dos Dirigentes – Nesse item devem ser inseridos os dados que identificam os sócios, bem como seus endereços e a devida responsabilidade pelo projeto. Não se faz necessário aqui incluir o currículo, mas caso se queira, indica-se colocar na parte ‘ANEXOS’, ao final do PN.

Definição do Negócio – Aqui se deve deixar claro o que é o negócio e, para isso, um ou dois parágrafos devem ser suficientes.

Análise de Cenários – Uma breve caracterização do cenário é essencial a fim de demonstrar a necessidade de mercado a ser atendida com o empreendimento. A partir dessa descrição já se pode ter uma ideia sobre a situação em que se encontra o mercado. É interessante que nesse tópico estejam inseridas informações do histórico do produto, pois dessa forma pode-se fazer uma projeção se o produto terá mercado, acompanhar a evolução do mesmo, e assim conhecer mais a fundo o cenário para o empreendimento que se pretende implantar ou expandir.

Análise SWOT (*Strengths*= forças; *Weaknesses*= fraquezas; *Opportunities*= oportunidades; *threats*= ameaças) – Uma análise que leve em consideração tais variáveis possibilitará ao empreendedor ter uma imagem clara em relação ao seu negócio e, principalmente, do mercado. Tal conhecimento propiciará que o mesmo foco dispense esforços nos fatores cruciais para o sucesso do empreendimento.

ANÁLISE SWOT

Na conquista do objectivo



Figura 16.1: Análise SWOT

Fonte: <http://pt.wikipedia.org>

Ambiente externo: Oportunidades e Ameaças – Analisar e descrever claramente as variáveis que podem influenciar positivamente o empreendimento. Exemplo: Restaurante – mudança de hábito alimentar da população, escassez de tempo das pessoas etc.

Assim como descritas as variáveis positivas, faz-se também importante analisar os fatores negativos que ameaçam o empreendimento. Desta forma, conhecendo-se as variáveis negativas ou ameaças, pode-se mais facilmente direcionar esforços no sentido de amenizá-las e ou transformá-las em oportunidades. Exemplos: forte concorrência, necessidade de alto investimento etc.

Ambiente interno: Pontos fortes e Pontos fracos – Listar os pontos fortes. Exemplos: conhecimento do ambiente competitivo por um dos sócios, agilidade na cozinha, etc. É importante também listar os pontos fracos. Exemplo: nenhum dos sócios conhece nada sobre a atividade, etc.

Visão – É através da visão do negócio que será prospectado o futuro de um empreendimento. Nesse tópico, deve-se definir o que a empresa pretende ser, qual é a sua importância, seu desempenho, sua participação no mercado, bem como qualquer outro critério que se busque adotar. Aqui a ideia é esclarecer os objetivos do negócio e, a partir destes, desenvolver as estratégias do empreendimento, seguindo sempre as linhas norteadoras destacadas.

Missão – A partir da elaboração da visão do negócio, é necessário desenvolver a missão que a mesma terá para com seus clientes, quer sejam externos ou internos. A missão deve estar relacionada com a forma pela qual a empresa irá atingir o objetivo estabelecido na visão.

Alianças estratégicas – Atualmente as parcerias vêm se tornando estratégias importantes para que as empresas se mantenham no ambiente competitivo em que estão inseridas. Desta forma, fazer alianças com outras empresas pode trazer ganho para ambas as partes. Portanto, aqui é importante descrever claramente quais são e com quem são as alianças, e quais os benefícios que serão adicionados com tais parcerias. Tais alianças podem ser por meio de terceirizações, parcerias, representantes, etc.

Fontes de recursos para investimento – Descrever de forma detalhada de onde vêm os recursos, quais as formas de financiamento e qual a participação de cada sócio.



Para aprofundar seus conhecimentos acerca da Análise SWOT acesse o link: http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Analise_SWOT.htm



Aprofunde seu conhecimento sobre Visão e missão lendo o artigo disponível em: <http://www.administradores.com.br/informe-se/producao-academica/a-importancia-da-missao-e-visao-dentro-da-organizacao/549/>

Infraestrutura – Esse tópico refere-se aos fatores necessários para que se possa colocar em funcionamento o empreendimento. Portanto, aqui cabe descrever os custos com a estrutura e como eles serão distribuídos.

Recursos físicos – Descrever os equipamentos que serão necessários para se colocar em prática o empreendimento. Detalhar a quantidade e os respectivos valores para a correta análise financeira. Listar as instalações da empresa, os equipamentos e o material permanente, assim como as quantidades e custos.

Recursos humanos – Nesse tópico é necessário fazer pesquisa junto ao sindicato da categoria a fim de constatar os pisos salariais para elaborar o quadro com os devidos cargos, funções e salários, de acordo com a legislação. Faz-se necessário, além da constatação junto ao sindicato da categoria, uma verificação junto ao mercado para ter uma situação mais próxima da realidade, pois em alguns segmentos a média salarial de mercado supera os pisos estabelecidos pelos sindicatos.

Recursos tecnológicos – A tecnologia hoje avança de forma muito rápida e sabemos que, na atualidade, ela é de grande relevância para a maioria das atividades econômicas. Sendo assim, nesse item deve-se deixar claro o que será implantado, quem são os fornecedores, e também especificar os custos a serem considerados com tais recursos.

Mercado – Para que se possa desenvolver um planejamento de um negócio já existente ou se possa implantar uma nova atividade, é preciso conhecer o mercado em que se está inserido ou se pretende inserir. Portanto, aqui deverão estar identificados os concorrentes, pesquisando quantos são, onde estão e qual é a força deles. Também deverão estar relacionados e quantificados através de pesquisa de mercado o público-alvo para identificar a demanda existente para a atividade.

Dados demográficos de cada segmento de mercado – Aqui é o momento de caracterizar o segmento através de dados concretos, pesquisados e devidamente enquadrados nas devidas faixas, quer estas faixas sejam etárias, salariais, de gênero, etc., para a constatação da existência do público-alvo para o empreendimento, ou seja, identificar aqui quem serão os possíveis consumidores do produto ou serviço ofertado.

Concorrência – Sabemos que o mercado hoje está concorrido, que existe uma disputa nos diversos setores da economia como um todo. Para que uma atividade seja implantada, já não basta entendermos do ramo e

conhecermos o produto: precisamos conhecer profundamente os concorrentes. Portanto é importante fazer uma pesquisa de quem são e como são os concorrentes da atividade.

Produtos – O sucesso do negócio está diretamente ligado ao produto que será oferecido. Sendo assim, deverão estar claramente descritos os produtos, enfatizando suas características e, principalmente, demonstrando a existência de demanda no mercado para o produto e a forma como ele atende aos desejos do público-alvo.

Mix de Produtos – Apresentação do conjunto dos produtos oferecidos pela empresa, bem como a indicação da fase em que o mesmo se encontra, conforme abaixo:

- Comercialização: descrever aqui se o produto já está acabado ou se ainda encontra-se em processo de transformação;
- Desenvolvimento: é importante salientar a etapa do produto em comparação ao bem ou serviço final caso esteja sendo construído ou elaborado;
- Pesquisa: mesmo se o produto for acabado, é interessante anexar pesquisa com dados e definições sobre ele para conhecimento por parte do público interessado.

Marketing - Aqui se deve apresentar, de maneira específica, os diferenciais do produto em relação aos concorrentes, demonstrando o básico do mercado e os moldes diferenciados. Deve-se oferecer um produto superior, cobrar preço especial, prestar excelentes serviços, divulgar junto aos moradores mais ricos? Deve-se fabricar algo simples, de preço mais baixo, destinados aos consumidores de baixa renda?

Deve-se também demonstrar como a empresa irá estabelecer uma relação de longo prazo com o cliente/consumidor, caso seja esse o interesse da alta administração, deixando de lado a venda imediata e estabelecendo um vínculo ou relacionamento direto, bem como deixar claro como os clientes perceberão essa atenção contínua.

Recursos Humanos (RH) – O tópico Recursos Humanos deverá contemplar aspectos referentes ao planejamento estratégico em RH. Deverá ser feita a descrição dos cargos a serem preenchidos por todos os colaboradores que farão parte do futuro empreendimento.

Qualidade – A qualidade já foi um diferencial para o produto, porém hoje é um requisito fundamental para que o mesmo permaneça no mercado. Portanto, nesse item é interessante abordar o processo de qualidade dos produtos com o intuito de informar os interessados.

Normas e regulamentos técnicos – Visando demonstrar as intenções do empreendimento, nesse tópico deverão estar listados os procedimentos a serem adotados, referentes aos aspectos relacionados ao meio ambiente e às normas exigidas pelos órgãos responsáveis pela atividade específica, enfim todos os aspectos que mostram a seriedade da empresa.

Metas estratégicas de qualidade do produto/serviço – Atendimento das necessidades dos clientes (público-alvo); diferencial competitivo do produto/serviço e demais estratégias complementares; e distribuição, política de preço e serviços de pós-venda e garantia.

Análise socioambiental – Trata-se aqui da análise e avaliação do desempenho do produto/serviço dentro dos requisitos:

- Cumprimento da legislação ambiental;
- Diagnóstico dos aspectos e impactos ambientais de cada atividade;
- Procedimentos para eliminar ou diminuir os impactos ambientais eventualmente levantados;

A análise deve estar inserida no conceito do desenvolvimento sustentável: produto/serviço economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo.

É importante destacarmos a imagem que a empresa vai transmitir aos clientes, na qual deverá ser inserida a política de gestão da qualidade e o cumprimento da legislação ambiental, que podem transformar-se em aspectos mercadológicos, de efetivo diferencial competitivo do produto ou serviço.

Finanças – A seção financeira do Plano de Negócios deverá traduzir em números todas as ações planejadas da empresa. Nesta seção será demonstrado

se o plano de negócios é viável e capaz de cobrir todos os investimentos iniciais, bem como todos os custos de operação apresentar o retorno desejado sobre o capital investido, ou se o empreendimento é inviável e necessita de ajustes para que se torne interessante, ou, ainda se o empreendimento deverá ser descartado.

Neste tópico é importante, para que as análises se tornem claras àqueles que forem observar o Plano de Negócios, que alguns itens sejam calculados como: fontes de recursos para investimento e seu respectivo custo; volume de capital necessário para implementar o empreendimento em questão; fluxo de caixa; orçamentos das vendas, dentre outros para demonstrar a viabilidade financeira do empreendimento.

Cronograma geral de atividades e metas – O cronograma deverá seguir como um roteiro das atividades importantes que deverão ser realizadas em cada mês, e também para verificar o alcance das metas dentro dos prazos estabelecidos.

Referências – Em casos em que forem utilizados autores para embasar uma ideia ou então dados estatísticos, devem constar tais dados neste item específico.

Anexos – Neste tópico devem estar inseridos aqueles dados que complementam as informações disponibilizadas nos itens do PN, como, por exemplo, currículo dos sócios, planta ou projeto do local do estabelecimento, enfim, dados que possam esclarecer dúvidas que porventura tenham ficado para os leitores do PN.

Resumo

É importante aqui destacarmos que os itens descritos nessa aula somente foram citados e, para que ele seja desenvolvido, é de suma relevância aprofundar os conhecimentos de cada um deles para bem desenvolver o documento. Para tal, orientamos a busca de autores específicos de cada uma das áreas abordadas, pois aqui o intuito foi somente demonstrar os passos a serem seguidos, no sentido de proporcionar uma clara visão sobre o PN. Portanto, o aprofundamento dos tópicos, bem como a forma de desenvolver os cálculos, seguirá os padrões estabelecidos por cada área.



Atividades de aprendizagem

1. A empresa onde você trabalha tem um plano de negócios elaborado?

() Sim () Não

Se a resposta for sim investigue em que ano adotaram tal prática.

Se a resposta for não, pergunte se a direção conhece essa ferramenta de planejamento. Anote aqui a sua pesquisa:

2. Entre em contato com o Sebrae mais próximo e pergunte se a instituição recebe muitos pedidos de orientação sobre o Plano de Negócios dos empresários ou de indivíduos que pretendem abrir uma empresa. Registre aqui sua pesquisa.

Aula 17 – Empreendedorismo e cooperatividade: geração Y, X e Z

Agora que você já entende um pouco sobre o tema empreendedorismo, vamos nessa aula enfatizar alguns aspectos do cotidiano das empresas que vêm sendo marcados pela forma de tratamento a ser dispensado aos funcionários, dada às diferenças de comportamento das gerações. Você já ouviu falar em geração Y? Pois bem: muito se observa e se comenta a respeito dessa geração. Porém, é importante destacarmos que existem também outras gerações denominadas 'geração X', 'geração Y', 'geração Z', 'geração *Baby Boomers*', 'geração *Nexts*', entre outras.

Nesta aula você vai conhecer um pouco sobre cada uma delas: aproveite para ver a que geração você pertence.

17.1 Introdução

No decorrer do texto desse tópico vamos abordar alguns conceitos, características e formas de comportamento das principais nomenclaturas que fazem parte do cotidiano atual das organizações: as gerações X, Y e Z. Portanto, aproveite este capítulo para constatar em qual delas você se enquadra e também para saber como lidar com a sua equipe.

Atualmente tem se percebido a necessidade de se nomear as gerações de forma a diferenciar o tratamento a indivíduos de épocas diferentes. Ao contrário de quando nos referimos a crianças, adolescentes ou pessoas da terceira idade, onde generalizamos comportamento e características, independente da época em que tais pessoas vivem ou viviam, hoje é inaceitável imaginar o comportamento de um adolescente, independente da época que tenha vivido. Sendo assim, para melhor entendimento, tomemos como exemplo, um adolescente. Com certeza as características de um adolescente do século XIX são diferentes das características de um adolescente do século XX, ou até mesmo do início, meio e fim de um século. A partir dessa constatação é que se tem nominado as gerações e, a partir daí surgem várias nomenclaturas, pois cada uma delas possuem características e períodos diferentes e dessa forma, ao nos referirmos a uma delas, podemos ter a ideia do perfil generalizado de indivíduo a que se refere.

17.2 Geração X, Y e Z

Mesmo que o nosso capítulo tenha o objetivo de enfatizar os aspectos relacionados às gerações X, Y e Z, vamos aqui trazer algumas abordagens acerca dos indivíduos que caracterizaram as gerações anteriores:

Tradicionais: Inicialmente podemos destacar a geração conhecida ou nominada por alguns autores por Tradicional. Essa geração é composta por indivíduos nascidos antes da Segunda Guerra Mundial (1945).

Baby Boomers: após o período de 1945, o mundo presenciou uma explosão populacional e então, no período seguinte surgiram os **Baby Boomers**. É sempre importante, ao se caracterizar uma geração pela denominação *Baby Boom*, definir a que período, haja vista, explosão populacional ocorrer em diversos e diferentes momentos.

Geração X: Pode-se enquadrar aqui os nascidos entre 1965 e 1977.

Geração Y: Também chamada de Geração *Next* ou *Millennials*. Apesar de não haver um consenso a respeito do período desta geração, a maioria da literatura se refere a tal geração como as pessoas nascida entre os anos 1977 e 2000. São, por isso, muitos deles, filhos da geração X e netos da Geração *Baby Boomers*.

Geração Z: Formada por indivíduos constantemente conectados através de dispositivos portáteis e preocupados com o meio ambiente. Essa geração não tem uma data definida. Pode ser integrante ou parte da Geração Y, já que a maioria dos autores posiciona o nascimento das pessoas da Geração Z entre 1990 e 2009.

Geração XY: Ainda não muito bem definida, a Geração XY é uma maneira de classificar indivíduos da Geração Y que buscam reconhecimento da forma que a Geração X fazia.

A-Z

Baby Boomer

É uma definição genérica para crianças nascidas durante uma explosão populacional – *Baby Boom* em inglês, ou, em uma tradução livre, Explosão de Bebês.



Figura 17.1: Geração Y

Fonte: <http://mundo.odig.net>



Figura 17.2: Geração Z

Fonte: <http://cabradm.blogspot.com>



Figura 17.3: Geração XY

Fonte: <http://carreiradeti.com.br>



Aproveite para ler um pouco sobre mitos e verdades sobre a geração Y. Para isso acesse: <http://www.brunodesouza.com/geracao-y-mitos-realidades-e-conselhos>.

Observe que muitas mudanças ocorreram e vêm ocorrendo no comportamento das pessoas, o que impacta diretamente na forma de trabalho dos indivíduos. A figura abaixo traz claramente o que podemos visualizar ser hoje a fórmula do trabalho, ou seja, o que representa um trabalho. Diferentemente de outras épocas, onde os indivíduos trabalhavam somente para conseguirem o sustento próprio e de seus familiares, hoje busca-se também o bem estar no trabalho, o lazer com a família. Existe também a preocupação com o meio ambiente e a constante busca pela inovação, que é uma característica fundamental de um indivíduo empreendedor.

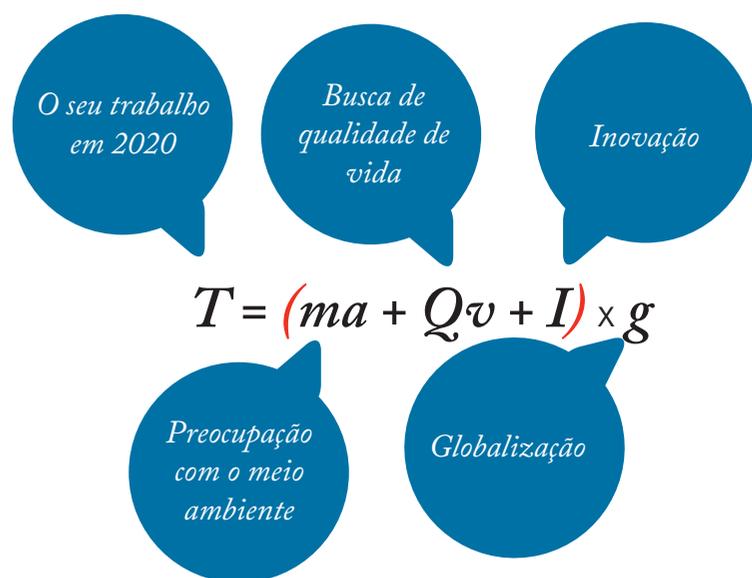


Figura 17.4: Fórmula do trabalho

Fonte: Rita Loyola – O futuro do trabalho – Revista Galileu - Edição 216 - Jul de 2009

Desta forma, podemos entender que atualmente a empresa precisa ter ferramentas e utilizar técnicas específicas que possibilitem entender e aproveitar as características do indivíduo de acordo com a sua geração.

Para que você visualize com mais facilidade as características de algumas gerações, na **tabela 17.1** as mesmas estão separadas por gerações. Aproveite para identificar se você ou algum colega de trabalho possui algumas destas características.

Tabela 17.1: Entendendo as gerações

VETERANOS	BOOMERS	GERAÇÃO X	GERAÇÃO Y
Nascidos entre 1922 e 1945	Nascidos entre 1945 e 1965	Nascidos entre 1965 e 1977	Nascidos entre 1977 e 2000
Cresceram entre duas guerras mundiais e foram educados para a disciplina rígida e o respeito às hierarquias. O amor à pátria é um valor absoluto.	Otimistas em relação à mudança do mundo político, viveram uma fase de engajamento contra ditaduras e poderes tiranos.	Céticos e politicamente apáticos, refletem as frustrações da geração anterior e assumem a posição de expectadores da cena política.	Otimistas em relação ao futuro e comprometidos em mudar o mundo na esfera ecológica. Têm senso de justiça social e se engajam em voluntariados.
No trabalho, valorizam o comprometimento e a lealdade.	<i>Workaholics</i> , valorizam o status e o crescimento profissional. São políticos, formam alianças para atingirem seus objetivos.	Gostam da informalidade no trabalho e buscam o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.	São extremamente informais, agitados, ansiosos, impacientes e imediatistas. Acompanham a velocidade da internet.
Como consumidores, evitam parcelamento e privilegiam as compras à vista. Investem de forma conservadora, sem riscos.	São responsáveis pelo estilo de vida que se tem hoje, de conquistas materiais, como casa, carro e acesso ao entretenimento.	Sentem-se a vontade com a tecnologia e já têm gosto pelo consumo de equipamentos eletrônicos.	Tecnologia e diversidade são coisas naturais na vida. Usam todos os recursos do celular e precisam estar conectados.
Como funcionários, sabem aguardar a hora certa para receberem a recompensa pelo trabalho.	Funcionários fiéis às organizações em que trabalham, fazem vínculo com a empresa.	Não se fidelizam às organizações, priorizam os interesses pessoais e não veem com bons olhos um currículo de 20 anos numa mesma empresa.	A falta de cerimônia com os pais leva à indiferença sobre autoridade. Admiram a competência real e não a hierarquia.
Acreditam na lógica e não na magia. Têm religião, mas sem superstição.	Necessitam de justificativas profundas e estruturadas para tomar decisões.	Trabalham com entusiasmo quando possuem foco definido e têm necessidade de <i>feedback</i> .	Vivem com sobrecarga de informações, dificultando a correlação de conteúdos.

Fonte: Revista Você S.A. - Ana Paula Kuntz

Resumo

Observe que a maneira de gerir pessoas de forma positiva e manter seus talentos motivados é considerada um diferencial para as organizações. Os recursos humanos utilizam-se de técnicas, treinamentos e compensações para motivar os colaboradores a utilizarem seus conhecimentos, habilidades e competências na sua rotina de trabalho buscando agregar valor à empresa, principalmente pelo fato de que em uma organização, nos deparamos com as mais diferentes formas de agir e pensar das pessoas, o que torna a tarefa do gestor atual, bastante árdua. Desta forma, entender de forma geral o comportamento de indivíduos que fazem parte de uma geração em geral, pode contribuir na forma de desenvolver a sua função.

A presente aula objetivou mostrar essa temática enfatizando a importância do conhecimento de forma generalizada das diversas características encontradas em indivíduos de gerações diferentes.



Aula 18 – A busca de recursos para a implementação da empresa

Nesta aula vamos estudar a importância de se buscar auxílio no momento em que se pretende abrir ou expandir um negócio. Neste momento, procurar uma instituição que oriente nos procedimentos relacionados à busca de recursos pode ser um diferencial para colocar a atividade em prática. O Sebrae é uma das principais instituições orientadoras para os micro e pequenos empreendedores. Lembre-se que sempre será fundamental desenvolver o Plano de Negócios, portanto, aqui vamos novamente retomar a sua importância.

18.1 Introdução

No Brasil, a motivação dos empreendedores iniciais tem se mantido praticamente inalterada ao longo dos anos. Embora a maioria dos empreendedores seja orientada por oportunidade, a presença daqueles que empreenderam por necessidade é bastante grande se comparada à maioria dos países participantes do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*).

É importante considerar que, dada à difusão extensa do conceito de empreendedorismo, especialmente no Brasil, nos últimos anos, intensificando-se na década de 1990 e tomando proporções significativas na atualidade, a preocupação com a criação de pequenos empreendimentos sólidos e com potencial para crescimento no mercado socioeconômico globalizado e interativo e a necessidade de minimizar as altas taxas de mortalidade dessas organizações constituem-se, sem dúvida, como um dos principais fatores para a afirmação de uma postura empreendedora. Diante do cenário da economia brasileira, as tentativas de estabilização e a abertura dos mercados, as empresas precisam, cada vez mais, buscar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter uma posição favorável frente à concorrência.

18.2 A importância do Plano de Negócios para a Consolidação de um projeto

Para a consolidação de um projeto de negócio, bem como para a captação de recursos para a implantação das metas estabelecidas, é fundamental estruturar o processo em um Plano de Negócios eficaz e coerente, ou seja,

uma ferramenta imprescindível de planejamento e gestão, capaz de subsidiar as ações no mercado, desde a escolha do público-alvo, os fornecedores, os investidores, enfim, oferecendo informações relevantes para que o projeto tenha a devida aceitação no contexto socioeconômico globalizado.

Segundo Theodoro Filho (2006, p.5):

No processo empreendedor, o Plano de Negócios é a parte fundamental, pois os empreendedores necessitam planejar e delinear as ações e estratégias para a criação da empresa ou o crescimento da mesma. Assim, o Plano de Negócios é uma ferramenta de gestão que permite o desenvolvimento inicial do negócio e é bastante utilizado para a captação de recursos financeiros.

O cenário econômico da atualidade indica que um expressivo número de micro e pequenas empresas não conseguem sobreviver já aos primeiros anos de existência, sobretudo pela inexistência de um planejamento eficiente para o negócio a que se pretende.

Nesse sentido, qualquer empreendimento que deseja alcançar uma posição sólida no mercado, fidelizando a sua marca, deve atentar para a necessidade de planejar, implementar ações com qualidade e foco e refletir sobre a captação de recursos de forma consciente, com vistas a definir com exatidão a política acerca desse fator. Essa questão envolve a avaliação da missão, dos objetivos, e a orientação dos recursos, bem como o relacionamento com investidores e como esse capital será aplicado, visando obter rentabilidade do projeto.

Para tanto, determinar os recursos necessários à vida de um empreendimento é uma ação consequente ao planejamento do negócio. A captação, por sua vez, pode seguir fontes distintas, desde financiamentos junto a instituições financeiras, economia pessoal, família ou investidores interessados na perspectiva do negócio.

Para Dornelas (2001), a partir da globalização econômica e dos mercados a nível mundial, o Brasil passou a ser encarado como um celeiro de

oportunidades, principalmente pela relevância que as pequenas empresas passaram a representar economicamente, dada suas possibilidades de geração de empregos, renda e valor, ou seja, movimentação de capital e da economia de modo geral.

As instituições de apoio às empresas, como o Sebrae, auxiliam de maneira significativa o pequeno empreendedor, sobretudo no início de seu projeto, visto que o papel deste órgão, entre outros, é facilitar o acesso de pequenos empreendimentos a crédito e capitais, pois a falta destes caracteriza-se como um dos principais obstáculos para a criação e o desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil.

Lembre-se sempre que o impacto da atividade econômica dos pequenos empreendimentos é o combustível que sustenta a energia do mercado, interagindo na melhoria das condições socioeconômicas das comunidades em geral. Pode-se afirmar, portanto, que os recursos financeiros que conduzem à implementação de uma empresa são essenciais para assegurar o sucesso de seu processo. Quanto mais recursos o empreendimento tem ao seu alcance, melhores são os resultados obtidos. Entretanto, é preciso considerar que a aplicação correta e adequada dos recursos torna-se fundamental para a rentabilidade e o alcance das metas e objetivos.

Assim, a mobilização de recursos não diz respeito apenas a assegurar a injeção de capital nos moldes organizacionais, mas principalmente otimizar a sua aplicação, maximizando a eficácia e a eficiência do planejamento, visando à conquista de parcerias significativas e o contato com fontes alternativas de recursos e investimentos.

Resumo

Nessa aula você percebeu a importância de se atentar para a otimização dos recursos financeiros no momento em que se pretende abrir um negócio. Outro fator aqui destacado foi o papel das instituições de apoio ao empreendedor, principalmente o Sebrae que vem desenvolvendo um trabalho de orientação aos que buscam implantar uma atividade.



Para saber mais sobre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae acesse: <http://www.sebrae.com.br/>



Atividades de aprendizagem

1. Entre em contato com uma agência do Sebrae e investigue quais linhas de financiamento é mais indicada para um empreendedor que deseja abrir um negócio e está buscando um financiamento de R\$ 20.000,00. Anote aqui a sua pesquisa.

2. Entre em contato com uma agência bancária e faça a mesma pesquisa. Anote aqui e compare as respostas. Não se esqueça de perguntar sobre o tempo de liberação do valor e dos documentos que deverão ser apresentados para o cadastro.

Aula 19 – A consolidação da empresa

Você já aprendeu sobre a importância de se organizar no momento em que se pensa em abrir ou expandir um negócio, é importante que você saiba os passos a serem seguidos para poder atuar legalmente. Nesta aula vamos abordar os passos necessários para os procedimentos de abertura de uma empresa.

19.1 Introdução

Evidentemente, a grande maioria das pessoas que resolve abrir um negócio acaba entregando todo o processo burocrático ao profissional contador, porém é importante que você esteja informado do que se faz necessário para tal, com o intuito de agilizar o processo. Embora poucos escolham fazer todo o serviço burocrático, não é uma tarefa difícil e você aprenderá muito sobre como as coisas acontecem antes de uma empresa abrir as suas portas. Vale a pena o aprendizado.

19.2 Questões legais de constituição da empresa

No *site* do Sebrae encontra-se, detalhadamente, o processo a ser seguido para a abertura de uma empresa. Mesmo estando disponível para consulta, este processo estará abaixo descrito para facilitar o entendimento acerca dos passos a serem seguidos. Muito embora, na maioria dos casos, um empreendedor normalmente contrate os serviços de um contador, esta ação não se faz necessária, exceto para aqueles que não disponibilizem de tempo para realizar tais atividades.

- **consulta comercial:** A consulta comercial tem como finalidade a aprovação do local de funcionamento da empresa, pela prefeitura do seu município. Para tanto, verifica-se a conformidade, em termos legais, das atividades a serem desenvolvidas com a área (bairro, rua, avenida etc.) onde a empresa será instalada.
- **Órgão responsável:** Prefeitura Municipal; Secretária Municipal de Urbanismo.

- **Documentação necessária:** preencher um formulário próprio (cada prefeitura deve ter seu formulário próprio) e anexar cópia do carnê de IPTU do local pretendido.
- **Informar também:**
 - Área do estabelecimento em m²;
 - Endereço completo;
 - Atividade a ser desenvolvida no local.

Após tal procedimento, passa-se à busca do nome da empresa, que deve ser uma prática também observada no momento da sua abertura.

- **busca de nome e arquivamento do controle do contrato social/declaração de empresário individual:** Tal ação tem a finalidade de aprovação do nome comercial pretendido, através de pesquisa realizada na Junta Comercial; arquivamento do contrato social, que deve ser feito na Junta Comercial do Paraná. Para tal, faz-se necessária a seguinte documentação:
 - Para a busca de nome: formulário próprio preenchido com três opções de nomes empresariais.
 - Para arquivamento do contrato social: Contrato Social ou Declaração de Empresário Individual – assinado em 3 vias; cópia autenticada do RG e CPF dos sócios; requerimento padrão (capa da junta) assinada em 1 via; cópia autenticada da OAB, quando necessário; pagamento das guias através de GRP e DARF.
- **solicitação do CNPJ:** Tem a finalidade de incluir a empresa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ). Tal solicitação deve ser feita junto à Receita Federal do Brasil. Para tal, são necessários os seguintes documentos: deve ser preenchido um formulário de CNPJ, disponível no site da Receita Federal do Brasil e enviado (eletronicamente) à entidade, no próprio site. Em seguida, o formulário deverá ser impresso, assinado pelo administrador e reconhecido firma do DBE (Documento Básico de Entrada) que, anexado à uma cópia autenticada do Contrato Social, deverá ser entregue via postal para a Receita Federal do Brasil, para obtenção do CNPJ. Embora a documentação seja enviada pelo correio, o comprovante do CNPJ fica disponível no próprio site da Receita Federal.
- **alvará de licença:** Tem a finalidade de licenciamento para desenvolver as atividades no local pretendido. O órgão responsável é a Prefeitura Municipal, Secretaria Municipal das Finanças/Fazenda. São necessários os seguintes documentos:

1. Preenchimento de formulário próprio (Prefeitura);
 2. Consulta comercial aprovada;
 3. Cópia do CNPJ;
 4. Cópia do Contrato Social;
 5. Laudo do corpo de bombeiros, quando for o caso;
 6. Laudo da vigilância sanitária, quando for o caso;
 7. Outros documentos específicos pedidos na consulta comercial, quando necessário.
- **Inscrição Estadual:** A Inscrição Estadual é obrigatória para empresas dos setores do comércio, indústria e serviços de transporte intermunicipal e interestadual. Também estão incluídos os serviços de comunicação e energia. **Finalidade:** Obter a inscrição no ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços). Deve ser feita na Receita Estadual – Agência de Rendas.
Documentação necessária:
 1. Formulário eletrônico encontrado no site da Receita Estadual;
 2. Comprovante de endereços dos sócios, cópia autenticada ou original;
 3. Cópia autenticada do contrato de locação do imóvel ou escritura pública do imóvel, quando for o caso;
 4. Contrato de prestação de serviço do contador com a empresa;
 5. Termo de compromisso do emissor de cupom fiscal;
 6. Comprovante de contribuinte do ISS, para as prestadoras de serviços;
 7. Certidão simplificada da junta para empresas constituídas há mais de três meses;
 8. Cópia do Contrato Social;

9. Cópia do CNPJ;

10. Cópia do alvará de licença;

11. RG e CPF dos sócios.

Depois de seguidos esses passos, solicitamos junto à Vigilância a Licença Sanitária, conforme dados a seguir.

- **licença sanitária:** Tem o intuito de comprovar que a empresa está em condições de funcionar dentro dos padrões de higiene e saúde. A solicitação deve ser feita na Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura Municipal – Vigilância Sanitária. Os documentos necessários são:

1. Cópia do Contrato Social;

2. Cópia do CNPJ;

3. Cópia do atestado de viabilidade, aprovado na consulta comercial.

- **matrícula no INSS:** Toda empresa deve estar registrada no INSS – Instituto Nacional de Seguridade Social – Divisão de Matrículas.

- **outros documentos:** Dependendo da atividade a ser desenvolvida, haverá necessidade, ainda, de requerer laudos de outros órgãos, tais como:

1. Secretaria de Meio Ambiente;

2. Secretaria de Desenvolvimento Urbano;

3. Corpo de Bombeiros;

4. Conselhos de classe (Crea, Core, CRM etc.);

5. Secretaria de Vigilância Sanitária.

Vale lembrar que é muito importante consultar a legislação que diz respeito ao negócio para verificar quais são os procedimentos necessários e se existe algum órgão público que exige autorização para funcionamento. Por exemplo, é necessário pedir autorização de funcionamento para o IAP (Instituto Ambiental do Paraná) para abrir uma lavanderia, pois há necessidade do tratamento químico dos dejetos industriais.

Outro aspecto que devemos observar é a questão das alterações da Lei das Micro e Pequenas Empresas, cujo objetivo é facilitar o desenvolvimento dos pequenos empresários.

Resumo

A partir dos conhecimentos dos conceitos abordados nesse livro, você estará apto a colocar em prática o Plano de Negócio – PN e obter sucesso num empreendimento. Evidentemente que, como abordamos em várias partes deste livro, cada caso é um caso e merece uma análise e enfoque diferentes. Portanto, conhecer o básico facilita o processo de desenvolvimento de um PN que porventura seja exigido com maiores especificações das aqui apresentadas.

Atividades de aprendizagem

1. Entre em contato com a Junta Comercial da sua região e investigue quanto tempo em média leva para que a pessoa tenha retorno da aprovação de nome fantasia de um negócio. Anote aqui sua pesquisa.

2. Agora entre em contato com a Prefeitura de sua cidade e pesquise qual é o prazo médio para concessão de um Alvará de Funcionamento de uma atividade. Anote as informações obtidas.



Leia o livro: “Construindo plano de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso”. De Cesar Simões Salim *et al.*





Aula 20 – Empreendedorismo: perspectivas e tendências

O objetivo desta última aula é trazer algumas reflexões para que você possa realmente avaliar as suas ações, bem como analisar a necessidade de dar um novo rumo às suas ações, no sentido de tornar-se a cada dia mais empreendedor.

20.1 Introdução

Depois de ter vistos vários temas relacionados ao empreendedorismo, você deve estar se perguntando: Mas e agora? Já estou sabendo muita coisa sobre empreendedorismo, sobre o perfil do empreendedor, sobre o mercado atual e global, sobre como elaborar um plano de negócios.

Mas onde eu posso aplicar todos os meus conhecimentos? Qual é a área mais promissora? Como posso saber se estou no caminho certo? Será que continuo onde estou ou mudo de ramo, setor, profissão?

Evidentemente que em nossa vida sempre nos deparamos com as dúvidas, com os obstáculos, com as incertezas, com o medo de mudar, enfim, a todo momento estamos refletindo sobre nossas ações.

Pois bem, neste último capítulo vamos abordar algumas tendências que podem ser percebidas a partir de uma análise superficial do mercado. Porém, vale sempre você atentar para o fato de que devemos estar constantemente atentos às mudanças que ocorrem à nossa volta.

20.2 Perspectivas e tendências

Vamos aqui destacar que não se tem uma receita mágica para o sucesso. Como foi visto em capítulos anteriores que temos que aproveitar as oportunidades, mas muitas vezes não enxergamos uma possibilidade e outra pessoa o faz.

Quem poderia imaginar, há alguns anos, que hoje nós estaríamos conectados a qualquer pessoa, em qualquer país do mundo, através da internet? Alguns visionários perceberam essa possibilidade e geraram riqueza por meio dela. Mas eles tinham a certeza que a internet seria o que é hoje? Não, o empreendedor é assim: se arrisca, tenta enxergar além do que está à sua volta.

Outra oportunidade percebida há pouco tempo foi a educação a distância. Se falássemos, há cerca de 20 anos que as pessoas iriam estudar em uma sala com uma TV, ou com o computador, sem um professor presente, muitos não acreditariam, porém hoje constatamos que essa realidade é possível, e a cada dia vem aumentando mais o número de pessoas com acesso a um curso superior a distância.



Figura 20.1: Educação a distância

Fonte: <http://senarh-ead.webnode.com.br>

Podemos inferir que embora já estejamos vivenciando uma revolução no segmento, ainda podemos esperar por maiores transformações, dada a importância que vem sendo dada à atividade, principalmente em função do valor da educação para o desenvolvimento econômico do país.

Um exemplo que podemos aqui colocar é a logística reversa: quem imaginaria ser esta uma área de tamanha preocupação por parte das organizações? Sabemos que hoje as empresas têm a preocupação com o lado contrário da sua atividade. Há uma cobrança muito grande, tanto por parte da sociedade como pelos órgãos fiscalizadores, pela forma como a organização efetiva a gestão do processo reverso da sua atividade.

Outro tema que vale aqui enfatizar é a preocupação que se tem hoje com a questão ambiental. Nessa área, muito se expandiram as possibilidades de empreendimentos que estejam adequados à abrangência das ações avaliativas, preventivas e/ou reparadoras em relação ao meio ambiente.

Imaginar que em décadas passadas sequer se pensava em qualquer ação que fosse necessária para proteger o meio ambiente, e hoje é uma realidade, uma exigência por parte do mercado. A partir disso muitas oportunidades foram vislumbradas e contribuíram para ambas as partes: para o empreendedor, que desenvolveu a ideia, e para a sociedade, que recebe o benefício da conservação do planeta.

Pense também na responsabilidade empresarial: quando se imaginaria que as empresas, que em tempos atrás somente se responsabilizavam por gerar riquezas, por buscar a lucro a qualquer preço, hoje estariam preocupadas em desenvolver ações que contemplem o bem-estar do seu colaborador e da comunidade em geral? São tendências e perspectivas que passaram a existir há pouco tempo, sendo que hoje são por nós constatadas.

O que podemos imaginar que pode ser uma visão de um negócio que hoje possa nos parecer “loucura”, mas daqui a 5 ou 10 anos será como é, por exemplo, a internet hoje? Será que podemos pensar que a preocupação com a saúde e qualidade de vida pode gerar uma oportunidade de negócio? O que podemos criar nesse sentido? Você sabe como está essa área, por exemplo?

Será que temos que pensar em algo que possibilite maior praticidade para as pessoas em termos de serviços prestados? O que poderia ser feito nessa área? Hoje as pessoas não têm tempo, então de que forma nós podemos agregar valor a um serviço necessário?

Quais são as áreas que estão ainda em baixo crescimento? Temos que estar sempre pesquisando e tentar algo inusitado em campos que ainda não estão em decadência. Não adiantaria, por exemplo, nos empenharmos em abrir um negócio que já esteja saturado, temos sim que tentar algo novo, ou então renovar o que já está saturado. Reformular um negócio pode ser uma oportunidade.

Um profissional que vem sendo extinto hoje é o empregado doméstico, portanto, que oportunidades nós podemos enxergar nisso? Será que podemos abrir uma loja para vender robôs domésticos? Ou uma agência que alugue robôs especializados em cada função? Ou será que podemos reformular as agências prestadoras de serviços diários para serviços por hora? Enfim, temos que imaginar o que as donas de casas demandarão.

A ideia é sempre pensarmos qual oportunidade pode surgir a partir de uma tendência e tentar se antecipar aos demais, pois assim com certeza teremos a possibilidade de sermos empreendedores de sucesso.

Resumo

Esperamos que você tenha aproveitado bastante o aprendizado sobre o tema Empreendedorismo, que no ano de 2012 ganha ainda mais força, tornando-se esse o Ano do Empreendedorismo.

Para encerrar nossos estudos, observe a figura a seguir e aplique os 5 fatores para o sucesso em sua vida.



Figura 20.2: Fatores para o sucesso

Fonte: <http://momentogestao.blogspot.com.br>

Lembre-se sempre que não é necessário você estar à frente de um projeto, direção de uma empresa ou ser proprietário de um negócio: você sempre pode empreender nas suas atividades do dia a dia e fazer de um novo jeito aquilo que sempre foi tão comum.

Portanto, faça acontecer em sua vida e torne-se um empreendedor de sucesso quer seja no campo profissional ou pessoal. Desejo sucesso a você!



Atividades de aprendizagem

- Aproveite para testar seus conhecimentos sobre os temas abordados nesses capítulos e faça o teste disponibilizado no endereço <http://www.josedornelas.com.br/jogo-dupla-empREENDEDORA/>. Anote os resultados!

Referências

ARANTES, E. C. & HALICKI, Z. **Empreendedorismo e Responsabilidade Social**. Curitiba: IBPEX, 2011.

BANGS JÚNIOR, D. H. **Guia prático: planejamento de negócios – criando um plano para seu negócio ser bem-sucedido**. São Paulo: Nobel, 2002.

BENSADON, A. D. C. **Pequenas empresas: procedimentos para o planejamento organizacional do empreendedor contemporâneo**. 2001. Dissertação (Mestrado Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

CHAGAS, J.; FREITAS, H. **A Tomada de Decisão Segundo o Comportamento Empreendedor: um survey na região das Missões**. Campinas: Enanpad, 2001. Disponível em: http://www.ea.ufrgs.br/professores/hfreitas/files/artigos/2001/2001_101_Enanpad.pdf>. Acesso em: 5. jan. 2012.

CORDEIRO, J. V. B. M. **A Logística como Ferramenta para a Melhoria do Desempenho em Pequenas Empresas: Administração Integrada das Atividades de Logística Beneficia Cliente e Empresa**. Revista FAE BUSINESS, n. 8, mai./2004. Disponível em: http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v8_n1/rev_fae_v8_n1_08_vicente.pdf. Acesso em: 6. jan. 2012.

DE MASI, D. **A Emoção e a Regra: grupos criativos na Europa de 1850 a 1950**. 7ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1999.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 6. ed. São Paulo: Cultura, 1999.

_____. **O Segredo de Luíza: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. Como Nasce o Empreendedor e se cria uma Empresa**. São Paulo: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

_____. **Transformando Ideias em Negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

_____. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

FELIPPE, M. I. **Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial**. Sala do Empresário. v.4, n.16. São Paulo, 2006. p. 10-12.

FILION, L. J. **Empreendedores e Proprietários de Pequenos Negócios**. São Paulo: USP, 1999.

FRANCO, G. H. B. **O Desafio Brasileiro: ensaios sobre desenvolvimento, globalização e moeda**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.

FRANCO, G. H. B. **O Plano Real e Outros Ensaio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

PIMENTEL, A. **Curso de empreendedorismo**. São Paulo: Digerati Books, 2008.

SALIM, C. S. *et al.* **Construindo plano de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

SANDRONI, P. **Novíssimo Dicionário de Economia.** São Paulo: Best Seller, 2002.

STADLER, A. **Gerenciamento Econômico, Técnico, Administrativo e de Pessoal.** Curitiba: IBPEX, 2004.

THEODORO FILHO, J. A. **Plano de Negócios: Parte Conceitual e Financeira e Captação de Recursos em Órgãos de Fomento.** 2006. Disponível em: http://concurso.inatel.br/melhoresplanos/index2.php?option=com_docman&gid=9&task=doc_view&Itemid=2. Acesso em: 17 jan. 2012.

Referências das figuras

Figura 1.1: Contexto econômico e mercadológico

Fonte: © AirOne/Shutterstock

Figura 1.2: Globalização

Fonte: http://jfls.org/yahoo_site_admin/assets/images/flagglobe.48145249_std.jpg

Figura 1.5: O profissional de logística

Fonte: <http://nuneslogistica2010.blogspot.com.br/2010/11/profissao-e-carreira-em-logistica-o-que.html>.

Figura 2.1: Consumidor

Fonte: <http://www.abcconsultores.com.br/2012/03/o-que-sua-empresa-preparou-para-o-dia-mundial-do-consumidor/>.

Figura 2.2: Privatizações

Fonte: <http://geografiaescoluz.blogspot.com.br/2011/03/causas-e-efeitos-da-globalizacao-da.html>.

Figura 3.1: Plano Real

Fonte: http://jc3.uol.com.br/blogs/blogjamildo/canais/noticias/2009/06/28/aos_15_anos_real_ainda_ nao_venceu_inde-xacao_49194.php.

Figura 3.2: Inflação

Fonte: <http://envolverde.com.br/noticias/inflacao-oficial-chega-a-079-em-marco-mostra-ibge/>.

Figura 4.1: Empreendedorismo

Fonte: <http://topicos.estadao.com.br/empreendedorismo>.

Figura 4.2: Empreendedor

Fonte: <http://www.mundodistribos.com/curso-a-distancia-gratuito-de-empreendedorismo-senai.html>.

Figura 5.1: Administrador

Fonte: <http://cipaunoesc.blogspot.com.br/2010/09/9-de-setembro-dia-do-administrador.html>.

Figura 6.1: Criatividade

Fonte: <http://blog.grupofoco.com.br/comunidade/index.php/2012/03/05/quer-ser-um-profissional-criativo-entao-comece-a-pensar-e-a-fazer-perguntas/>.

Figura 6.2: Bee Movie: o filme da abelha

Fonte: <http://hipersessao.blogspot.com.br/2011/05/bee-movieo-filme-da-abelha.html>.

Figura 14.1: Plano de Negócio

Fonte: <http://blog.planilhaexcel.com/2010/01/modelo-de-plano-de-negocios-sebraepr.html>.

Figura 16.1: Análise SWOT

Fonte: http://pt.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lise_SWOT.

Figura 17.1: Geração Y

Fonte: <http://mundo.odig.net/a-geracao-y-no-trabalho-parte-i/>.

Figura 17.2: Geração Z

Fonte: <http://cabradm.blogspot.com/2010/09/geracao-z-sustentaveis-exigentes-e-seus.html>.

Figura 17.3: Geração XY

Fonte: http://carreiradeti.com.br/wp-content/uploads/2011/03/quem_sou_eu_geracao_x_y_babyboomer.jpg.

Figura 17.4: Fórmula do trabalho

Fonte: Rita Loyola – O futuro do trabalho – Revista Galileu - Edição 216 - Jul de 2009.

Figura 20.1: Educação a distância

Fonte: <http://senarh-ead.webnode.com.br/investimentos/>.

Figura 20.2: Fatores para o sucesso

Fonte: <http://momentogestao.blogspot.com.br/2010/11/5-fatores-para-o-sucesso.html>.

Atividades autoinstrutivas

1. Dolabela (1999) descreve algumas características dos empreendedores. Nas alternativas abaixo assinale V para as Verdadeiras e F para as Falsas.

- () Define o que aprende (a partir do não definido) para realizar suas visões.
- () Não tem iniciativa e não define o que quer e onde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo;
- () Cria um método próprio de aprendizagem; tem alto grau de internalidade;
- () Não assume riscos moderados; não gosta de risco, mas faz tudo para enfrentá-los;
- () Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza e mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

A sequência correta das alternativas é:

- a) V V V F V
- b) V F V F V
- c) V V V F F
- d) F V F V F
- e) F F V V F

2. Dornelas (2008) enfatiza também características do empreendedor de sucesso. Dentre elas, pode-se considerar.

- () São indivíduos que fazem a diferença.
- () Sabem explorar ao máximo as oportunidades.

- () São indeterminados e indecisos.
- () São otimistas e apaixonados pelo que fazem.
- () São dependentes dos outros para construírem seu próprio destino.

A sequência correta das alternativas é:

- a) V V V F V
- b) V F V F V
- c) V V F V F
- d) F V F V F
- e) F F V V F

3. Dornelas (2008) classifica em três áreas as habilidades requeridas de um empreendedor como sendo fundamentais para formar a base de um curso de empreendedorismo, sendo elas:

- a) Gerenciais, comerciais e características impessoais;
- b) Técnicas, gerenciais e características pessoais;
- c) Técnicas, comerciais e características pessoais;
- d) Gerenciais, técnicas e governamentais.
- e) Nenhuma das alternativas anteriores

4. No Brasil, um órgão tem sido responsável por implantar a cultura do empreendedorismo, quer seja nas universidades ou no mercado como um todo, com o intuito de orientar os pequenos empresários no momento da abertura de seus negócios, bem como no desempenho de suas atividades. Esse órgão é o:

- a) EMPRETEC
- b) Sebrae
- c) GEM
- d) MEC
- e) SESC

5. A principal motivação de um empreendedor para iniciar um negócio é:

- a) ganhar dinheiro.
- b) ser famoso (status).
- c) segurança.
- d) ser independente.
- e) ter poder.

6. Para ser um empreendedor de sucesso, você precisa de:

- a) dinheiro.
- b) muito trabalho.
- c) sorte.
- d) uma boa ideia.
- e) todas as alternativas anteriores.

7. Os empreendedores são melhores como:

- a) gerentes.
- b) capitalista de risco.
- c) administradores.
- d) fazedores.
- e) seguidores.

8. Os empreendedores:

- a) assumem altos riscos.
- b) não assumem riscos.
- c) assumem riscos moderados.
- d) não se preocupam com os riscos.
- e) não correm riscos.

9. A atitude empreendedora do proprietário do *Cirque du Soleil* foi:

- a) ter uma ideia brilhante;
- b) aproveitar uma oportunidade;
- c) preocupar-se com os animais;
- d) diversificar os riscos;
- e) analisar o mercado.

10. Bangs Jr. (2002) enfatiza que no momento que se desenvolve o PN já se pode estar fazendo uma análise do negócio, realmente refletindo sobre as reais possibilidades de sucesso da atividade. Ainda acerca do PN, o autor elenca três razões principais para se criar um Plano de Negócios. Analise as alternativas e marque a que estiver de acordo com seu entendimento.

- () O processo de organizar um plano de negócios obriga-o a assumir um posicionamento não emocional, crítico e objetivo em relação ao seu projeto como um todo.
- () A organização de um PN não envolve sentimentos haja vista tratar-se de um documento como outros que o empresário elabora, bem como não necessita que o autor tenha ponto de vista crítico.
- () O PN é um instrumento operacional que, se usado de forma apropriada, irá auxiliá-lo a gerenciar o seu negócio e a trabalhar efetivamente para seu sucesso.
- () O PN concluído transmite suas ideias para outros e fornece a base para sua proposta de financiamento.

Marque a alternativa correta:

- a) V V V V
- b) V F F F
- c) V F V V

d) F V V F

e) V F F V

11. No momento em que se desenvolve o PN já se pode estar fazendo uma análise do negócio, realmente refletindo sobre as reais possibilidades de sucesso da atividade. Desta forma, não se caracteriza o PN somente pela importância do documento em si, mas pelo processo de construção do mesmo, que possibilita ao autor amadurecer e refletir mais profundamente sobre o negócio que se está estudando. Bangs Jr. (2002, p.19) elenca três razões principais para se criar um Plano de Negócios que são:

- I. O processo de organizar um plano de negócios, incluindo as reflexões que você faz antes de começar a registrá-lo por escrito, obriga-o a assumir um posicionamento não emocional, crítico e objetivo em relação ao seu projeto como um todo.
- II. O produto acabado – o seu plano de negócios – é um instrumento operacional que, se usado de forma apropriada, irá auxiliá-lo a gerenciar o seu negócio e a trabalhar efetivamente para seu sucesso.
- III. O plano de negócios é um documento operacional que serve para a devida comprovação junto à Delegacia da Fazenda Federal no momento de se fazer a Declaração de Imposto de Renda do proprietário.
- IV. O plano de negócios concluído transmite suas ideias para outros e fornece a base para sua proposta de financiamento

Marque a alternativa correta:

- a) As alternativas I, II, III e IV estão corretas;
- b) As alternativas I, II e III estão corretas;
- c) A alternativa II está incorreta;
- d) A alternativa III está incorreta.
- e) Todas as alternativas estão corretas.

12. Vale salientar que dentro do que estamos enfatizando acerca do PN, o mesmo irá variar de acordo com a necessidade de cada empreendedor. Neste sentido, relacione a segunda coluna de acordo com o tipo de PN a que se enquadra.

- | | |
|--|--|
| 1. Plano de Negócio Resumido | <input type="checkbox"/> Modelo utilizado à medida que haja a necessidade de se buscar grande quantidade de dinheiro ou mesmo quando se quer demonstrar uma visão mais detalhada do negócio. |
| | <input type="checkbox"/> Este varia em média de 20 a 40 páginas, dependendo da atividade e dos detalhamentos que são feitos. |
| 2. Plano de Negócio Completo | <input type="checkbox"/> Este modelo visa a objetividade com foco no que se deseja chamar a atenção, principalmente nos tópicos, produto, mercado e retorno sobre os investimentos. Em média, varia de 10 a 15 páginas. |
| | <input type="checkbox"/> Modelo comumente utilizado internamente na empresa pelos diretores, gerentes e funcionários quando se deseja alinhar os esforços internos em direção aos objetivos estratégicos da organização. Quanto ao tamanho, depende da necessidade da empresa, em quais informações quer realmente passar para seus colaboradores. |
| 3. Plano de Negócio Operacional | <input type="checkbox"/> Utilizado em momentos em que se deseja apenas apresentar informações resumidas a um público alvo, por exemplo para investidores com o intuito de chamar a atenção. Normalmente estes, os investidores, havendo interesse, irão solicitar um plano mais completo. |

Marque a sequência correta correspondente às colunas:

- a) 2 2 1 3 3
- b) 2 1 2 3 1
- c) 2 2 3 3 1
- d) 2 2 1 3 1
- e) 3 1 2 3 2

13. Algumas questões devem constar num PN, porém vale sempre lembrar que não existe um modelo padrão e que as atividades requerem diferentes visões e abordagens e, desta forma, tópicos mais detalhados nas áreas que devem ser mais específicas. Também, dependendo de para quem será destinado o PN determinadas informações têm maior relevância. Abaixo alguns tópicos que fazem parte de um PN. Relacione os tópicos (coluna 1) às suas características principais (coluna 2).

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Capa | () Neste tópico deve-se deixar claro o que é o negócio e, portanto as informações devem ser claras e concisas. Para isso, um ou dois parágrafos devem ser suficientes. |
| 2. Empreendimento | () Possibilita ao empreendedor visualizar a empresa em relação às oportunidades e ameaças existentes no mercado, assim como identificar as suas forças e fraquezas. |
| 3. Definição do Negócio | () Neste tópico o objetivo é mostrar quais serão as bases para a realização do projeto e quem terá a responsabilidade de gerenciá-lo, além da análise estratégica da empresa em relação ao mercado. |
| 4. Análise de Cenários | () Serve como a página de título e então algumas informações básicas devem estar contidas nela como nome da empresa, endereço, telefone, logotipo, data, etc |
| 5. Análise S.W.O.T. | () É uma questão essencial porque, se não houver uma boa necessidade de mercado a ser atendida: o negócio não é viável. Além disso, vai forçá-lo a pensar sob a ótica do cliente, o que é extremamente saudável. |

Marque a alternativa correta:

- a) 3 5 2 1 4
- b) 3 5 2 4 1
- c) 3 5 1 2 4
- d) 4 1 3 5 2
- e) 5 1 4 2 3

14. A sustentabilidade do negócio, “Satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de as futuras gerações satisfazerem suas próprias necessidades”. Desta forma os itens que compõem a sustentabilidade do negócio são:

- a) recursos sociais, ambientais e éticos;
- b) recursos ambientais, sociais e econômico-financeiros;
- c) políticos, patrimoniais e ambientais;
- d) recursos gerenciais, patrimoniais e comportamentais;
- e) recursos culturais, ambientais e sociais.

15. Empresas são instituições que existem a fim de satisfazer as necessidades humanas, haja vista todos necessitarmos de moradia, alimentação, educação, etc., e para tal é que as empresas foram criadas. As empresas podem ser individuais e coletivas e quanto ao ramo de atividades são classificadas em:

- a) Políticas, Econômicas e Sociais;
- b) Industriais, Comerciais e de Prestação de Serviços;
- c) Industriais, Econômicas e de Prestação de Serviços;
- d) Políticas, Comerciais e de Prestação de Serviços.
- e) Industriais, Automotivas e Eletrônicas.

16. Degen (1989) elenca as etapas da criação de um negócio próprio. Desta forma e sob o ponto de vista do autor, complete os espaços com a alternativa que condiz com o quadro apresentado pelo mesmo. _____ a oportunidade de negócios. _____ o empreendimento. _____ o conceito do negócio.

A alternativa que completa a ideia do autor é:

- a) Identificar; Implementar e Desenvolver;
- b) Identificar; Pesquisar e Desenvolver;
- c) Identificar; Implementar e Estudar;
- d) Identificar; Estudar e Desenvolver;
- e) Pesquisar; Implantar e Desenvolver.

17. No que tange ao Plano de Negócios, são consideradas metas estratégicas de qualidade do produto/serviço:

-) Atendimento das necessidades dos clientes (público-alvo);
-) Diferencial competitivo do produto/serviço e demais estratégias complementares;
-) Distribuição, política de preço e serviços de pós-venda e garantia;
-) Canais de distribuição e mix de produtos;

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V F V V
- b) V V V V
- c) V V V F
- d) F V V V
- e) F F V V

18. Vários são os públicos a quem se destina um PN. Desta forma, é importante lembrar que “o plano de negócios é uma linguagem para descrever de forma completa o que é ou pretende ser uma empresa” (DOLABELA, 1999, p. 80). O autor enfatiza que o Plano de Negócios deve conter:

-) A forma de pensar sobre o futuro do negócio, aonde ir, como ir mais rapidamente, o que fazer durante o caminho para diminuir incertezas e riscos.
-) A descrição de um processo e não de um produto deve ser dinâmico, vivo, devendo estar sempre atualizado.
-) Descrição de um negócio, os motivos da existência da oportunidade de negócio, como o empreendedor pretende agarrá-la e como buscar e gerenciar os recursos para aproveitá-la.
-) Informações que o tornam instrumento para a obtenção de financiamentos, empréstimos, persuasão de novos sócios, controle interno, integração da equipe e envolvimento dos empregados e colaboradores.

Marque a sequência correta das alternativas:

a) V F V V

b) V V V V

c) V V V F

d) F V V V

e) F F V V

19. O empreendedorismo e sua aplicabilidade se dá à medida em que se aplicam no cotidiano pessoal e profissional os conceitos básicos citados por Joseph Schumpeter (1883 – 1950), que associou o termo à inovação. Assinale a alternativa que corresponde ao foco citado pelo autor.

a) foco socioambiental;

b) foco comportamental;

c) foco econômico;

d) foco interpessoal;

e) foco cultural.

20. Dentre os fatores que contribuem para as altas taxas de mortalidade das MPEs muitos referem-se ao despreparo administrativo dos gestores, segundo apontado por alguns autores que desenvolvem pesquisas nesta área, bem como outros também por questões estruturais, como a política, economia etc. Bensadon (2001, p.19) descreve alguns fatores tidos como responsáveis pelo fracasso dos empreendimentos de pequeno porte.

() Má administração, com destaque para a falta de planejamento e a falta de competência gerencial e de conhecimento prático no ramo escolhido;

() Planos econômicos/economia mutante;

() Concorrência;

() Desinformação, falta de conhecimento ou de atualização;

() Acesso restrito às fontes de informações;

() Falta de dedicação total ao negócio;

Marque a sequência correta das alternativas:

a) F V V V V V

b) V V V V V F

c) V V V V V V

d) F V F V V V

e) F F V F V V

21. O empreendedorismo é um talento existente em muitas pessoas que buscam concretizar ideais, sonhos e objetivos de longo prazo. Assinale qual necessidade de Maslow corresponde ao êxito do empreendedor.

a) Necessidades de status.

b) Necessidades fisiológicas.

c) Necessidades de autorrealização.

d) Necessidades do ego.

e) Necessidades de proteção.

22. Correr riscos calculados é uma das maiores características de um empreendedor. Assinale a alternativa que NÃO corresponde a este conceito:

a) Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente;

b) Faz sacrifício pessoal ou esforço para uma tarefa;

c) Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;

d) Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados;

e) Pensa na melhor forma de reduzir os riscos econômicos.

23. Motivação é o processo de induzir uma pessoa ou um grupo, cada qual com necessidades e personalidades distintas, a atingir os objetivos da organização, enquanto tenta também atingir os objetivos pessoais. Com base nesta definição assinale as alternativas corretas:

- I. O ser humano precisa ser motivado por recompensas simbólicas e recompensas materiais.
- II. A motivação só ocorre quando o incentivo vem ao encontro da expectativa do funcionário.
- III. A motivação no trabalho ocorre de forma dissociada à satisfação plena do ser humano, conhecida como necessidade de autorrealização;
- IV. Motivar é o processo de indução, no qual as organizações extraem maior produtividade dos seus funcionários.

Assinale a alternativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- b) A alternativa III está incorreta;
- c) Todas as alternativas estão corretas;
- d) Somente a alternativa IV está correta.
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

24. Conforme já acontecia nos séculos XIX e XX, é muito comum a confusão entre os termos administrador e empreendedor. Numa conceituação bem objetiva, podemos dizer que um empreendedor normalmente se torna um administrador, já o administrador nem sempre é ou foi um empreendedor. Dornelas (2008, p.18-19) ressalta que as diferenças entre os domínios empreendedor e administrativo podem ser comparadas em cinco dimensões distintas de negócio, sendo elas:

- () Orientação estratégica;
- () Análise das oportunidades;

Comprometimento dos recursos;

Controle dos recursos;

Estrutura gerencial.

Marque a sequência correta das alternativas:

a) V V F V V

b) V V V V V

c) V F F V F

d) F V V V V

e) F F V F V

25. Ainda no que tange às diferenças e semelhanças entre empreendedores e administradores, vale destacar algumas características específicas que caracterizam ações comuns dos gerentes tradicionais (administradores) e dos empreendedores. Nas alternativas abaixo marque 'G' quando a característica referir-se ao 'Gerente' e 'E' quando referir-se ao 'Empreendedor'.

Delega e supervisiona atividade.

Não se preocupa com o status.

Envolve-se diretamente com a atividade.

Vê o risco com cautela.

Aprende com erros e falhas.

A hierarquia é a base do relacionamento.

Marque a sequência correta das alternativas:

a) G G E G E G

b) G G G E G E

c) G E E G E G

d) E E E G E G

e) E G E E G E

26. Existem vários conceitos acerca do termo empreendedorismo. Marque os que são verdadeiros, sob a ótica das aulas e dos textos disponibilizados.

- () Neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*.
- () Utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.
- () O empreendedorismo envolve o processo de criar algo novo, inusitado, que agregue valor, bem como a devoção e comprometimento do tempo e esforço necessários para desenvolver a atividade relacionada.
- () Empreendedorismo envolve também o risco e, para tal, a ousadia e ânimo para assumir as falhas e erros.

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V V V F
- b) V V F V
- c) F F V V
- d) V V V V
- e) F V F V

27. São atributos da liderança:

- I. Uma personalidade positiva;
- II. Empatia e Domínio de detalhes;
- III. Disposição para assumir plenas responsabilidades;
- IV. Uma profunda crença em seus princípios.

A alternativa correta é:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- b) Estão corretas as alternativas I, III e IV;

- c) Todas as alternativas estão corretas;
- d) Somente a alternativa IV está correta.
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

28. Através das características citadas para o empreendedor, percebemos que nem sempre uma pessoa nasce com a predisposição para ser um empreendedor, mas que muitas vezes ela pode sim se tornar um empreendedor de sucesso. Para Filion *apud* Salim *et al* (2004, p. 7) “o treinamento para a atividade empreendedora deve _____ o empreendedor para _____ visões, _____ habilidades para sonhos realistas” enquanto o treinamento para gerentes “ênfatiza as habilidades analíticas”.

Marque a alternativa que completa corretamente a frase:

- a) trazer, aproveitar e obter, desenvolver;
- b) capacitar, imaginar e identificar, desenvolver;
- c) capacitar, aproveitar e obter, captar;
- d) trazer, imaginar e identificar, desenvolver;
- e) imaginar, pensar, identificar, aproveitar.

29. O ensino do empreendedorismo contribuirá para a formação de melhores empresários e, desta forma, melhores empresas o que irá gerar mais riqueza ao país. Dornelas (2008) observa que o ensino do empreendedorismo pode variar de instituição para instituição, conforme já destacamos acima e, principalmente de professor para professor, mas enfatiza a importância de que os cursos deveriam focar nos seguintes aspectos:

- () Na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor;
- () Na identificação e análise de oportunidades;
- () Na busca por descobrir as sensibilidades e emoções;
- () Em como ocorre a inovação e o processo empreendedor;
- () Em como decidir a forma de gerenciar uma grande empresa.

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V V V V F
- b) V V V F F
- c) V V F V F
- d) F F V V F
- e) F F V F V

30. Dornelas (2008) classifica em três áreas as habilidades requeridas de um empreendedor como sendo fundamentais para formar a base de um curso de empreendedorismo. Marque a alternativa correta:

- a) Técnicas, Políticas e Características pessoais;
- b) Técnicas, Econômicas e Características pessoais;
- c) Teóricas, Gerenciais e Características pessoais;
- d) Técnicas, Gerenciais e Características pessoais.
- e) Teóricas, Políticas e Culturais.

31. Pimentel (2008, p. 34) destaca que diariamente temos inúmeros pensamentos e que estes podem ou não gerar ideias. Explica ainda que “uma ideia representa apenas _____ do potencial de sucesso”, e que, “os outros _____ estão localizados na identificação de oportunidades com relação à ideia, sua aplicação prática, se existe mercado para ela e se há condições de implantá-la”. Os índices que completam a frase, segundo o autor, são:

- a) 10% e 90%
- b) 5% e 95%
- c) 15% e 85%
- d) 2% e 98%
- e) 95% e 5%

32. Pimentel (2008, p. 34) atenta para o fato de que uma ideia pode estar sendo desenvolvida por várias pessoas, ou seja, assim como você, outras pessoas em outros lugares podem também estar imaginando algo semelhante e, neste caso, “será vitorioso quem implementar mais rapidamente e de forma que atenda às necessidades do mercado”. O autor destaca que antes de se tentar colocar uma ideia em prática é preciso atentar para três fatores. Marque a alternativa correta:

- a) Estratégia, Política e Visão;
- b) Estratégia, Visão e Missão;
- c) Estratégia, Técnica e Ferramenta;
- d) Estratégia, Técnica e Documentação;
- e) Estratégia, Prática e Ação.

33. Não existe um único tipo ou um modelo padrão de empreendedor que possa ser identificado, qualquer pessoa pode se tornar um empreendedor. Dornelas (2007, p. 11-14) elenca alguns tipos de empreendedores descobertos a partir de pesquisa realizada com 399 empreendedores. Partindo dos dados obtidos e divulgados pelo autor, relacione as colunas de modo que as características correspondam ao tipo de empreendedor.

- 1. Empreendedor Nato () A missão de vida destas pessoas é construir um mundo melhor, e portanto estão sempre envolvidas em causas humanitárias; demonstram um desejo imenso de mudar o mundo.
- 2. Empreendedor Inesperado () Pessoas apaixonadas por desafios e por criar algo novo;
- 3. Empreendedor Serial () São aqueles que começam do nada, que iniciam muito cedo a jornada de trabalho, e adquirem habilidades de negociação.
- 4. Empreendedor Corporativo () Pessoas que veem a oportunidade bater à porta, quer seja por um convite à sociedade de um negócio ou quando por si próprio descobre que pode criar um negócio próprio.
- 5. Empreendedor Social () Este tipo tem sido evidenciado nos últimos anos, dada à necessidade de inovar, de renovar a administração nas organizações devido à competitividade dos mercados.

Marque a sequência correta:

- a) 2 3 5 1 4
- b) 3 2 5 1 4
- c) 5 3 1 2 4
- d) 5 3 1 4 2
- e) 3 5 2 4 1

34. Dornelas (2008) destaca que o empreendedor é o indivíduo que detecta uma oportunidade e cria um negócio a fim de torná-la lucrativa e, para tal, assume os riscos da mesma. O autor ressalta ainda que para qualquer definição de empreendedorismo devem-se encontrar os aspectos:

- I. Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
- II. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
- III. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.
- IV. A motivação principal é a promoção e outras recompensas tradicionais da corporação, como secretária, status, poder etc.

Marque a alternativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e IV;
- b) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- c) Estão corretas as alternativas II, III e IV;
- d) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- e) Todas as alternativas estão corretas.

35. No Brasil, podemos dizer que a elaboração do Plano de Negócios começou a ser mais comumente utilizada com o processo de globalização da economia que ocorreu de forma mais perceptível com a abertura da economia, fato esse sentido mais a partir da década de 1990. Desta forma, as empresas ficaram mais expostas

à competitividade promovida pela internacionalização dos mercados, e foram tendo que adaptar-se e atualizar-se para se manterem no mercado. Neste sentido podemos considerar como variáveis que contribuíram para a utilização do Plano de Negócios:

- I. Processo de globalização;
- II. Equiparação do Real ao Dólar;
- III. Concorrência no mercado;
- IV. Necessidade de adaptação ao cenário competitivo.

Marque a alternativa correta:

- a) As alternativas II, III e IV estão corretas;
- b) As alternativas I, II e III estão corretas;
- c) As alternativas I, III e IV estão corretas;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

36. Um empreendedor é aquele indivíduo que tem visão, que cria ideias. Vale aqui destacar que uma ideia por si só não basta, é preciso procurar as oportunidades, neste sentido, o empreendedor é aquele que tem a ideia e consegue colocá-la na prática. Analise as alternativas abaixo:

- () Outro fator de relevância a ser enfocada é a questão errônea de que uma ideia deva ser única, porém isso não importa, ser ou não ser única, mas sim, de que forma o empreendedor a irá utilizar, lembrando que as mesmas não devem ser desperdiçadas.
- () Uma ideia sozinha não vale nada; em empreendedorismo, elas surgem diariamente. O que importa é saber desenvolvê-las, implementá-las e construir um negócio de sucesso.
- () Dornelas (2008) esclarece que para ser considerado um empreendedor o que conta não é ser o primeiro a pensar e ter uma ideia revolucionária, mas sim o primeiro a identificar uma necessidade de mercado e saber como atendê-la, antes que outros o façam.

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V V F
- b) V F V
- c) V V V
- d) V V V
- e) F V F

37. Órgão que mede as taxas de empreendedorismo mundiais, reunindo dados estatísticos de 54 países:

- a) Sebrae;
- b) GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*);
- c) ENDEAVOR;
- d) OMC (Organização Mundial do Comércio);
- e) EMPRETEC.

38. O empreendedorismo vem ascendendo paralelamente ao processo de privatização, que surgiu também com a abertura do mercado interno para a concorrência externa. Então, surge a necessidade e a importância de desenvolver empreendedores que ajudem o país no seu crescimento através da geração de fontes de trabalho, renda e maiores investimentos. Ainda acerca do empreendedorismo analise as questões a seguir:

- () Ao se abordar o termo empreendedorismo estamos nos referenciando às qualificações ou aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução;
- () Trata-se de um profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano;
- () O termo também é utilizado para designar o fundador de uma empresa ou entidade, aquele que construiu tudo arduamente, criando o que ainda não existia.
- () Somente pode ser considerado empreendedor o indivíduo que inicia uma atividade econômica.

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V V V V
- b) V V F V
- c) V V V F
- d) F F V V
- e) F V F F

39. A capacidade de um agente de produzir determinados efeitos, sendo uma decorrência da relação social entre pessoas, grupos ou organizações, na qual uma das partes controla a outra, bem como a habilidade de forçar alguém a obedecer uma ordem a despeito de resistência é denominada de:

- a) Liderança.
- b) Poder.
- c) Estratégia.
- d) Empreendedorismo.
- e) Motivação.

40. De acordo com o Sebrae, são necessárias algumas ações para a redução da mortalidade de empresas. Tais ações são:

- I. Estimular comportamento empreendedor nos cidadãos - Disciplinas específicas de empreendedorismo nas escolas;
- II. Estimular o planejamento do negócio antes da abertura;
- III. Ações que reduzam o peso dos impostos e dos encargos, a burocracia, que favoreçam o acesso ao crédito e a ampliação de mercados;
- IV. Maior capacitação em gestão empresarial, para quem já abriu seu negócio – maior busca por apoio profissional.

Marque a alternativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- b) Estão corretas as alternativas II, III e IV;
- c) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

41. A globalização proporcionou os avanços tecnológicos, bem como alterou os conceitos mercadológicos, onde as fronteiras nacionais não são mais o limite, mas o mundo é o mercado. Sendo assim “alguma outra empresa, em algum lugar do mundo, a qualquer tempo, pode passar a produzir melhor e mais barato seu mesmo produto e essa outra empresa pode ter acesso aos mesmos recursos” (CASAROTTO FILHO, 2001, p.26). Nesse contexto, os aspectos mais valorizados passam a ser:

- I. A qualidade sobre a quantidade;
- II. Capacidade de adaptação;
- III. Ganhos pela produtividade;
- IV. A necessidade de se ter uma boa estratégia, antes de se ter um bom projeto.

Marque a alternativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- b) Estão corretas as alternativas II, III e IV;
- c) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Só a alternativa I está correta.

42. Marque a alternativa que completa corretamente a frase a seguir:

A _____ é um dos processos de aprofundamento da integração que envolve aspectos: _____, _____, _____ e _____ através da redução dos meios de transporte e de comunicação entre os países do mundo no fim do século XX e começo do século XXI.

- a) política; econômicos, sociais, culturais e políticos;
- b) globalização; econômicos, sociais, culturais e políticos;
- c) globalização; econômicos, individuais, culturais e coletivos;
- d) política: humanos, físicos, psicológicos e sociais;
- e) política; físicos; estéticos; psicológicos e morais.

43. A economia brasileira no cenário dos anos 90 esteve fortemente assinalada pela inflação, fenômeno que se caracterizava como um dos principais problemas econômicos do país, face, sobretudo, ao descontrole dos preços e ao fracasso dos inúmeros planos e pacotes elaborados e implantados com vistas a garimpar uma solução para tal. Contudo, a partir do ano de 1994, a economia brasileira passou a experimentar uma nova fase, que introduziu a tão esperada estabilidade dos preços: o Plano Real, sustentado na adoção de uma nova moeda. Porém, é imprescindível considerar que, a partir de então, a economia precisou contabilizar e canalizar o custo social do resultado da estabilização dos preços, o que acaba por gerar uma penalização para a sociedade. Ainda sobre esse período, analise as alternativas abaixo e marque a opção correta:

- I. O Plano Real entrou em vigor no Brasil em 01 de julho de 1994;
- II. A condução do Plano Real e a estabilização das taxas inflacionárias podem ser encaradas como os principais eventos na economia dos anos 90;
- III. A década de 1990 apresentava uma aceleração das taxas de inflação extremamente elevada, assim como necessidades de financiamento do setor público e taxa de câmbio desvalorizada, reflexo do crédito externo do país na década de 1980;
- IV. Na década de 1990, a inflação era baixa e estava sob controle e, portanto o plano real somente foi implantado para estabilizar a taxa de juros.

Marque a afirmativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e IV;
- b) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- c) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

44. A partir da estabilidade econômica do Brasil após o Plano Real, e principalmente com a abertura do mercado promovida pelo processo de globalização, as empresas tiveram que rever suas formas de gerenciar a administração, focando principalmente a redução dos custos.

- I. O aumento da concorrência, que se caracterizou pela grande quantidade de produtos importados que adentraram ao país, fez com que a indústria brasileira como um todo começasse a rever seus padrões de produção.
- II. O Brasil vem desenvolvendo um intensivo programa de ensino de empreendedorismo, que está destacando o país perante o mundo.
- III. O empreendedorismo somente começou a ser ensinado nas escolas para aumentar o ingresso de professores no processo de educação.
- IV. Muitos dos negócios de sucesso surgem em períodos de crise, onde indivíduos empreendedores, que não se acomodam ou se conformam com a situação, buscam fazer algo diferente para melhorar a sua situação e acabam alcançando o sucesso.

Marque a afirmativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e IV;
- b) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- c) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

45. O empreendedor é, antes de tudo, aquele profissional que se dedica à geração de riquezas em diferentes níveis de conhecimento, inovando e transformando esse arsenal de informações em produtos ou serviços nas mais diversas áreas. Analise as afirmativas abaixo e marque V para verdadeiras e F para falsas:

- () Empreender é sinônimo de envolver pessoas e processos que, em conjunto, conduzem à transformação de ideias em oportunidades, de maneira que a implementação adequada e coerente dessas oportunidades permite a criação de negócios de sucesso.

- () O empreendedor possui uma motivação singular e, justamente por isso, deseja o reconhecimento do seu empenho e do seu trabalho.
- () O desenvolvimento tecnológico, grande responsável pelas transformações no mundo moderno, fornece estímulo e foco para a visão do espírito empreendedor e a inovação na sociedade, bem como a receptividade para ambos.
- () O espírito do empreendedor está associado à inovação, na medida em que a essência do empreendedorismo está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios.

Marque a sequência correta:

- a) V V V V
- b) V V F V
- c) V V V F
- d) F F V V
- e) F V F F

46. Os empreendedores são pessoas essenciais para a sociedade na medida em que são responsáveis pelo desenvolvimento das empresas, dos profissionais que atuam no mercado econômico e de trabalho, bem como pelo crescimento das cidades e regiões, com responsabilidade e comprometimento.

- I. Um empreendedor é aquele indivíduo capaz de surpreender, desde a sua equipe até a empresa de modo geral, mantendo-se constantemente pronto para gerir novas ideias e produtos ou então, transformar tudo o que já existe.
- II. O empreendedor é um otimista que vive no futuro, enxergando em meio às crises as oportunidades e exercendo influência sobre as pessoas com vistas a guiá-las na direção de seus projetos.
- III. O empreendedor é alguém que cria algo novo, que inova o que já existe e que está sempre em busca de aprimoramento, tanto profissional quanto pessoal e empresarial, atentando para a melhoria dos produtos e serviços ofertados.

IV. O avanço da economia depende, cada vez mais, das pequenas empresas, dos negócios que respondem por uma fatia considerável em relação à geração de empregos, riquezas e inovações tecnológicas e, conseqüentemente, as pessoas certas nesses ambientes favorecem o crescimento socioeconômico de toda a nação.

Marque a afirmativa correta:

- a) Estão corretas as alternativas I, II e IV;
- b) Estão corretas as alternativas I, III e IV;
- c) Estão corretas as alternativas I, II e III;
- d) Todas as alternativas estão corretas;
- e) Todas as alternativas estão incorretas.

47. Processo de economia que revolucionou, por um lado as formas do comportamento do consumidor, haja vista o mesmo poder acessar a um universo bem mais amplo de escolhas. Por outro lado, as organizações se sentiram mais pressionadas pela competitividade proporcionada dado ao fato de que com esse processo, os concorrentes estão em todas as partes do mundo, e não somente em níveis locais e/ou nacionais.

- a) Economia política;
- b) Globalização;
- c) Integração regional;
- d) Plano Real;
- e) Privatização.

48. A crise da década de 1980 aprofundou o desequilíbrio social, pois foi marcada pela aceleração inflacionária, que afeta principalmente os segmentos de menor poder aquisitivo, e pelas elevadas taxas de desemprego, ao passo que a estabilização dos preços e modernização do parque produtivo, que se destaca nos anos de 1990, revela que, apesar de atrasadas frente aos movimentos interna-

cionais, estão surgindo novas e distintas possibilidades de recuperação efetiva do crescimento econômico brasileiro, condição precípua para, dentro do contexto político atual, ocorrer a melhoria das condições sociais. Ainda nesse sentido, é válido afirmar que:

- () Passada a euforia da estabilização dos primeiros anos da década de 1990, revela-se que a política econômica do período que abrange os anos de 1994 a 1999 (primeira fase do Real) sustentou-se em uma política fiscal expansionista, em uma política monetária restritiva e cambial equivocada, provocando uma série de desequilíbrios macroeconômicos.
- () Entre os anos de 1994 e 1998 identifica-se claramente que o objetivo principal da política governamental foi a estabilização dos preços, face à inflação que devastava a economia, que passou então a ser reduzida. Para isso, o governo lançou mão de uma política monetária restritiva, associada a uma regra de não-desvalorização cambial. A formulação e a condução dessa política macroeconômica nessa esteira foi perceptível antes mesmo da implantação do Plano Real.
- () A política monetária aplicada (conjunto de medidas adotadas pelo governo em relação à taxa de juros e controle da moeda implicou em elevadas taxas de juros, contenção ao crédito e ao consumo, o que, por seu lado, favoreceu a credibilidade ao plano econômico do governo.
- () As medidas adotadas no âmbito das políticas monetária e cambial contribuíram para o alcance e a consolidação, por alguns anos, do principal objetivo do Plano Real - a estabilização dos preços.
- () Marque a sequência correta das alternativas:
 - a) V V F V
 - b) V V V V
 - c) V V V F
 - d) F F V V
 - e) V F V F

49. O conceito de empreendedorismo vem sofrendo constantes inovações. Ainda relacionado a práticas pró-ativas e inovadoras, gradativamente se abandona uma visão reducionista do empreendedorismo associado exclusivamente ao exercício de uma atividade econômica e se passa a lhe associar a qualquer atividade humana; como, aliás, pode-se observar em todas as áreas do saber, que paulatinamente fazem do ser humano sua razão e seu fim.

- () Os empreendedores são encontrados agora em casa, na comunidade, dentro de uma organização ou no meio de uma assembleia sindical, ou seja, em qualquer lugar onde existam pessoas.
- () Em situações de crise, a presença do empreendedorismo ganha contornos ainda mais fortes, já que a adversidade lhe é um ambiente ainda mais propício de aparição.
- () O cenário global atual aponta, portanto, não só para alternativas econômicas inovadoras, mas principalmente para estratégias de promoção do desenvolvimento que estimulem e, de certa forma, dependam do empreendedorismo. Assim é o desenvolvimento territorial, que, ademais, realiza uma abordagem que parte do local para o global e reforça o planejamento produtivo pela própria comunidade, com aproveitamento das vocações e potenciais locais.
- () Os empreendedores são encontrados atualmente somente nas grandes corporações, pois é nesse ambiente que podem ser desenvolvidos grandes projetos para caracterização do mesmo.

Marque a sequência correta das alternativas:

- a) V V F V
- b) V V V V
- c) V V V F
- d) F F V V
- e) F F F V



Currículo do professor-autor

Zélia Halicki

Mestre em administração pela UNIVALI (2007), Especialista em finanças e controladoria pelo IBPEX (2004); Pós graduada em Formação Docente em EAD pela Faculdade Internacional de Curitiba - FACINTER (2011) e Graduada em Economia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (2000). Está cursando Administração Pública EAD, pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Atualmente é Coordenadora do Curso de Administração na Faculdade Sagrada Família - FASF em Ponta Grossa, Professora titular dos Cursos de Administração, Direito e Sistemas de Informação, na Associação Itarareense de Ensino Superior - FAFIT em Itararé, Professora nos Cursos de Pós Graduação à Distância no Grupo Educacional UNINTER (mais de 100 horas de aulas ao vivo em estúdio e 50 horas de tutoria radioweb). Tem experiência na área de Administração e Economia, atuando nas modalidades presencial e a distância, graduação pós graduação, nos seguintes temas: Empreendedorismo, marketing interno, economia, planejamento estratégico e globalização.

