



Empreendedorismo

PROFESSOR: ASSIS GUALTER
CONTEÚDO:
EMPREENDEDORISMO
DATA: 27.02.2019



EDUCAÇÃO
Secretaria de Estado
da Educação / SEDUC



EMPREENDEDORISMO

PROF. ASSIS GUALTER

Resumo da ultima aula

- Definição de Empreendedor e Empreendedorismo
- Origem do Empreendedorismo no Brasil e no Mundo
- Vantagens e Desvantagens do Empreendedorismo

Definição

- Não há uma única definição, mas o sentido sugere de:
 - ❖ Assumir Riscos;
 - ❖ Inovação;
 - ❖ Criatividade;
 - ❖ Organização;
 - ❖ Riqueza

Origem

- No mundo:
 - Desde sempre;
 - Período Medieval e Marco Polo;
 - Séc. XVII – Relações com o governo;
- No Brasil:
 - Séc. XVII – Barão de Mauá
 - Anos 20 – 60: políticas públicas de incentivo fiscal pelo governo
 - Anos 80 – Hoje: políticas públicas de incentivo a educação empreendedora pelo governo

Vantagens e Desvantagens

- Vantagens:
 - Gerar emprego e renda;
 - Promoção do uso de tecnologia em pena escala.
- Desvantagens:
 - Riscos;
 - Muito trabalho e dedicação;

Atividades de aprendizagem

- 1.** Pesquise casos de empreendedores que foram bem sucedidos no mundo com ideias simples e de baixo custo. É importante que você cite quais foram as suas invenções e qual foi o material utilizado.

- 2.** Aproveite também para realizar uma pesquisa e citar os casos mais recentes de empreendedorismo no Brasil.

Atividades de aprendizagem

No mundo



FONTE: <https://bit.ly/2N1SLP2>

**Figura 2.1: Mark Zuckerberg
(Facebook)**

Zuckerberg criou o Facebook aos 19 anos de idade, na universidade de Harvard, onde estava matriculado. De projeto estudantil para a rede social mais popular dos dias atuais, com mais de 100 milhões de usuários, ele viu seu patrimônio disparar. Em 2017, seu patrimônio líquido foi de US\$ 74 bilhões. O segredo do sucesso teve dois ingredientes essenciais: dedicação e persistência. Além disso, ele adora ler

Atividades de aprendizagem

No BRASIL



**Figura 2.1: Alexandre Costa
(Cacau show)**

FONTE: <https://bit.ly/2NtSLP2>

Alexandre Costa vendia ovos de páscoa de porta em porta. Aos 17, aceitou uma encomenda de 2 mil ovos de 50 gramas cada. Mas um detalhe mudou a sua vida: o fornecedor não produzia esse tamanho. Alexandre Costa decidiu levar a venda adiante. Pegou 500 dólares emprestados com um tio, contratou uma funcionária e produziu os ovos por conta própria. Nascia, então, a Cacau Show. Alexandre Costa investiu na franquia e a rede Cacau Show é composta por 2,3 lojas em todo país. Um negócio que vale cerca de R\$ 3 bilhões.

Atividades de aprendizagem

No COOPERATIVISMO

FONTE: <https://bit.ly/2vCP3MC>



A Cooplacana começou como uma associação de produtores de cana e foi a segunda cooperativa formal do Brasil. Hoje ampliou a área de atuação e trabalha ainda como cooperativa de grãos, hortifrutigranjeiros e também de leite. São nove mil cooperados em vários Estados. O produtor cooperado consegue sementes com melhores condições, rações para os animais e ainda melhor colocação do produto no mercado.

O modelo capitalista geralmente propõe uma postura competitiva como forma de alcançar o crescimento. Por outro lado, o modelo cooperativo propõe, como o próprio nome diz, a cooperação comum. Afinal, como mostra a sabedoria popular, duas cabeças pensam melhor que uma. E no caso do cooperativismo, ainda dividem as tarefas e as contas.

É exatamente isso que o cooperativismo propõe: uma associação de pessoas com interesses comuns para prestarem serviços entre si, visando benefícios maiores para todos. Uma cooperativa é organizada democrática e economicamente, com participação livre, bem como igualdade de direitos e deveres entre todos os associados. E pode atuar em diversos segmentos: agropecuário, consumo, crédito, habitacional, saúde, produção, informática, etc.

AULA 2 - O MUNDO DOS NEGÓCIOS

Objetivos

Caracterizar o que é um negócio e suas principais características.

2.1 Funcionário e empreendedor

Quem de nós já teve dúvidas com relação a ser empregado ou ser dono do próprio negócio? Independente da decisão que tomamos em relação a essa questão é importante saber que sempre existirão vantagens e desvantagens em trabalhar para outras pessoas (empresas ou empregadores) ou trabalhar para si mesmo (Quadro 2.1).

Ao iniciar o próprio negócio, o empreendedor deve contar com sua própria capacidade, preparo técnico e profissional. Também deve prever os riscos, agir com cautela, sem pressa e com muito bom senso a fim de que as possibilidades de sucesso sejam maiores.

Quadro 2.1: As vantagens de ser funcionário e de ser empreendedor

Funcionário	Empregador
<ul style="list-style-type: none">• Não corre risco financeiro.• Possui salário mensal.• Goza de relativa proteção e segurança por parte do seu empregador.• As decisões estratégicas são tomadas pelos dirigentes da empresa.• Não precisa se preocupar com os negócios da empresa.• Tem férias garantidas.• Tem benefícios sociais pagos pela empresa.• Aspiração de uma carreira dentro da organização.• Aspiração de participação nos resultados.• Não precisa "quebrar a cabeça" com soluções de problemas.	<ul style="list-style-type: none">• É o empreendedor da própria atividade; é o "dono da bola".• Não precisa seguir ordens alheias.• Faz o que acha que deve ser feito, ou seja, escolhe os caminhos.• Toma as decisões estratégicas.• Pode ter um progresso financeiro muito maior (ou muito menor).• Constrói algo totalmente seu.• Satisfaz seu espírito empreendedor.• É o "cabeça" do negócio.

2.2 O que é um negócio?

Negócio é quando individualmente e/ou duas ou mais pessoas se juntam em um esforço organizado para produzir bens (produtos) e serviços, a fim de gerar lucros através da venda desses para um determinado mercado. Em linhas gerais, negociar envolve, basicamente, compra e venda de algo a alguém, agregando valor a esse “algo” produzido em meio a essas duas pontas.

O produto é um bem concreto, algo palpável, que se pode pegar e ver. Um bem pode ser destinado ao consumo (bens de consumo) ou à produção de outros bens (bens de produção). O produto, ou o bem, consiste em um grupo de atributos tangíveis ou não, que satisfaz os consumidores e que é recebido em troca de dinheiro ou outra unidade de valor. Os atributos tangíveis incluem características físicas como embalagem e cor, e os intangíveis incluem benefícios emocionais e a satisfação abstrata, tais como: tornar-se mais saudável ou mais rico. Desse modo, um produto inclui o cereal que você come, o contador que preenche seu imposto de renda ou seu museu de arte local.

Os produtos ou bens são classificados por **tipos de usuários** e por **grau de tangibilidade do produto**, como demonstrado a seguir:

a) Os tipos de usuário envolvem:

- Bens de consumo – produtos comprados pelo consumidor final.
- Bens industriais – produtos que auxiliam direta ou indiretamente na oferta de produtos para revenda.

b) O grau de tangibilidade envolve:

- Bens não duráveis – alimentos e gasolina.
- Bens duráveis – vestuário, automóvel e equipamento de som.

Os serviços são definidos por atividades, satisfações ou benefícios oferecidos para venda, tais como: pesquisa de *marketing*, planos de saúde e educação (Figura 2.1).

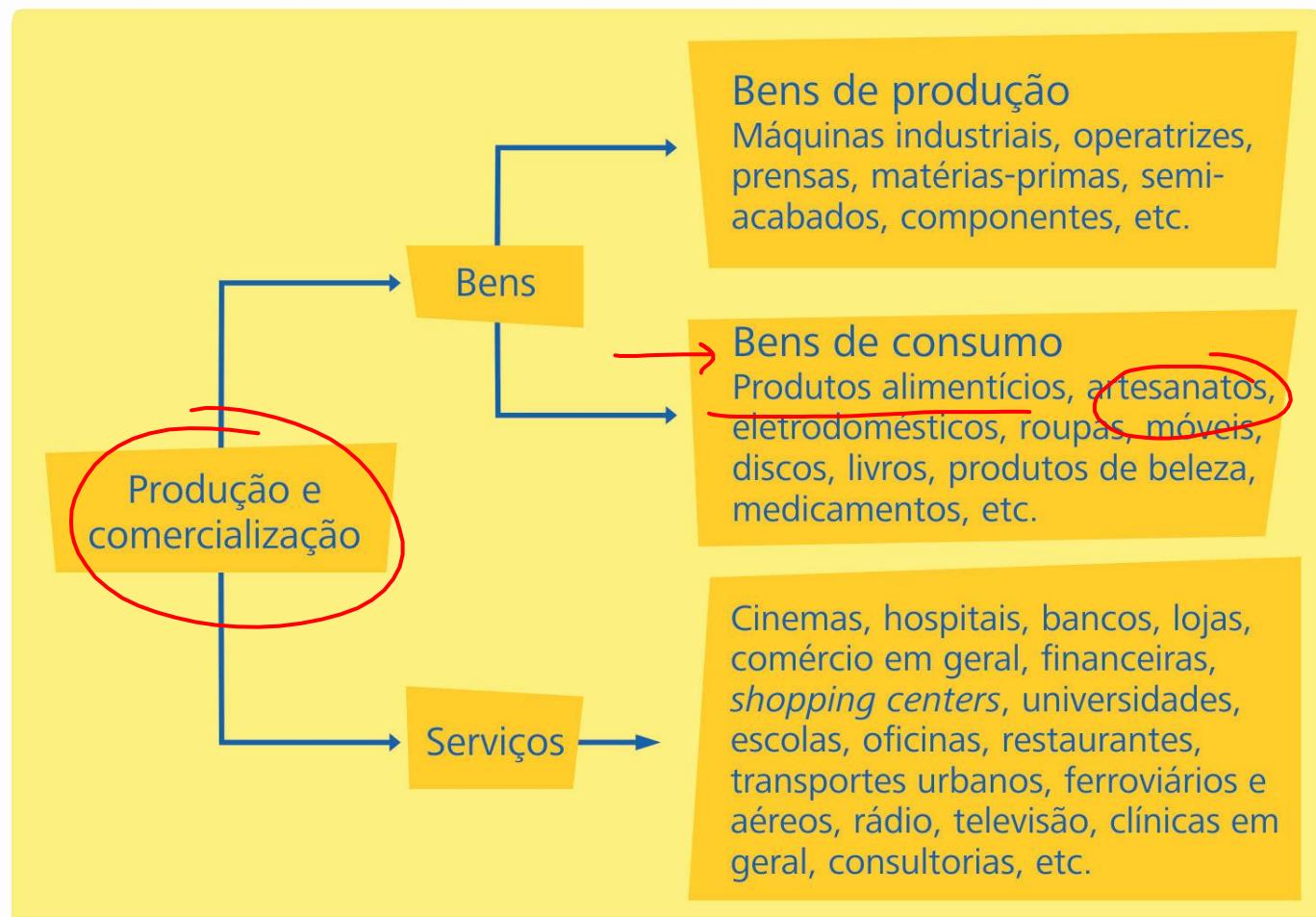


Figura 2.1: Quadro de bens e serviços

Bens de consumo e de produção

A principal característica de um bem industrial é que sua venda, em geral, resulta da demanda derivada, isto é, venda dos bens de consumo. Por exemplo: se a demanda do consumidor por determinada marca de carro (um produto de consumo) aumenta, a empresa pode aumentar sua demanda por equipamentos para pintura (um produto industrial).

Quadro 2.2: Exemplos de bens industriais

Bens de consumo

- Roupas masculinas e femininas
- Bebidas e refrigerantes.
- Produtos alimentícios ou de higiene.
- Automóveis e motocicletas.
- Produtos farmacêuticos e medicamentos.
- Calçados, couro, fumo e mobiliário.
- Roupas e moda em geral.

Bens de produção

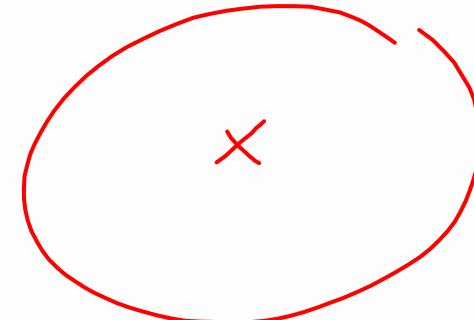
- Máquinas e equipamentos de produção.
- Máquinas operatrizes.
- Matérias-primas.
- Componentes elétricos e eletrônicos.
- Semiacabados em geral.
- Prensas hidráulicas.
- Bens para escritório em geral.

Fonte: Chiavenato, 2005

Para operar um negócio, o empreendedor assumirá vários **riscos**, seja quanto ao capital empregado, seja quanto ao tempo e ao esforço investido, principalmente quando existe a possibilidade de sua aplicação resultar em perdas.

2.3 Ambiente de negócios

Quando se fala em ambiente de negócios se fala em tudo que existe em torno de uma empresa. Isso porque elas não vivem isoladas e não são instituições absolutas; elas representam a sociedade, o país e o cenário mundial. Em linhas gerais, devido à sua complexidade, o ambiente é dividido em dois segmentos: o maior é o ambiente geral ou macroambiente e o outro, o mais imediato, é o ambiente de tarefa ou microambiente.



2.3.1 Macroambiente

Todos os negócios operam em um ambiente geral formado por variáveis que interagem dinamicamente entre si e provocam impactos profundos em todas as empresas, tais como: variáveis econômicas, sociais, tecnológicas, culturais, legais, demográficas e ecológicas (Figura 2.2).

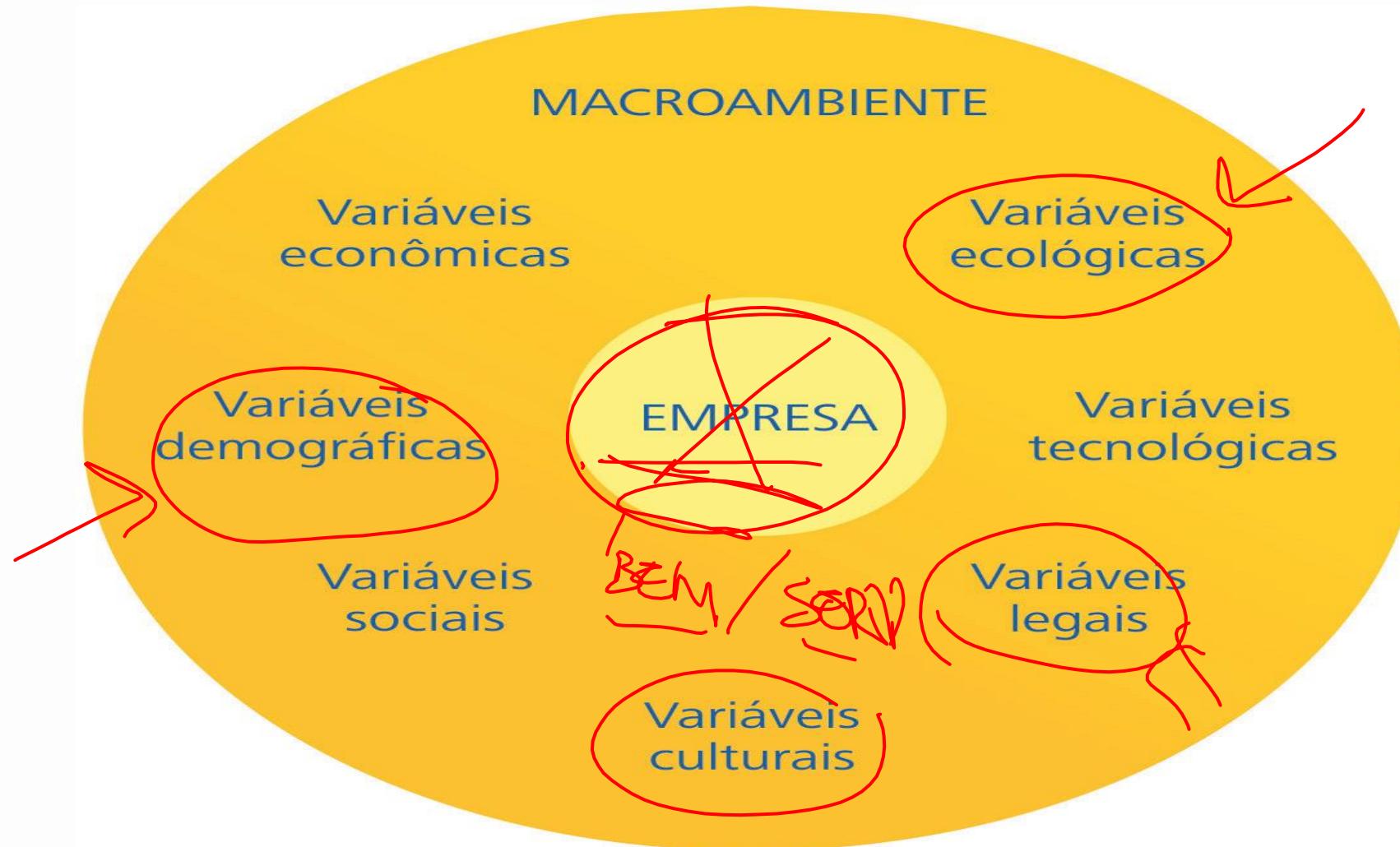


Figura 2.2: Resumo do macroambiente

2.3.1.1 Variáveis econômicas

Estão relacionadas aos eventos econômicos, tais como: recessão ou desenvolvimento econômico, PIB (Produto Interno Bruto) e PIB *per capita*, câmbio, balança comercial, inflação, juros, preços, aluguéis, perfis de distribuição de riqueza, taxas inflacionárias, níveis de emprego, entre outros. É a variável que mais influencia o ambiente de negócio.

2.3.1.2 Variáveis sociais

Estão relacionadas com os eventos sociais propriamente ditos, tais como: nível de emprego, melhoria da educação, saúde, previdência social, segurança e bem-estar. Esta variável é importante porque determina os hábitos e as necessidades de compra, bem como as necessidades individuais a serem satisfeitas.

2.3.1.3 Variáveis tecnológicas

Estão relacionadas ao desenvolvimento de tecnologias no qual as empresas trabalham em busca de novos métodos, processos, equipamentos e instalações.

2.3.1.4 Variáveis culturais

Relacionam-se aos eventos culturais, tais como: artes, arquitetura, tipo de vida, etc.

2.3.1.5 Variáveis legais

Estão relacionadas às leis e normas que regulam as atividades dos negócios, seja um comércio interno, seja um comércio externo.

2.3.1.6 Variáveis demográficas

Relacionam-se ao crescimento demográfico, densidade demográfica, distribuição espacial, composição etária e étnica, entre outros.

2.3.1.7 Variáveis ecológicas

Estão relacionadas com os recursos naturais de uma determinada região, tais como: clima, água, terra, etc.

2.3.2 Microambiente

O microambiente constitui uma parte específica do ambiente geral e é também chamado de “ambiente de tarefa” ou “ambiente de operações” da empresa. Isso porque cada empresa opera em um microambiente específico do qual retira seus recursos e coloca seus produtos/serviços.

Abrange os fornecedores de insumos, os clientes e consumidores, os concorrentes e agências reguladoras (Figura 2.3).



Figura 2.3: Resumo do microambiente

2.3.2.1 Fornecedores

São os fornecedores de recursos ou insumos para o negócio. Entre os principais fornecedores estão os de recursos financeiros (mercado de capitais, investimento, etc.), os fornecedores de recursos materiais (matérias-primas), fornecedores de recursos tecnológicos (máquinas, equipamentos, etc.), entre outros.

2.3.2.2 Cientes e consumidores

Usuários dos produtos e serviços produzidos pela empresa.

2.3.2.3 Concorrentes

Producem bens ou serviços iguais ou semelhantes, visando os mesmos consumidores ou usuários; competem pelos mesmos recursos junto aos mesmos fornecedores.

2.3.2.4 Agências reguladoras

São entidades externas que impõem controles, limites e restrições à ação da organização.

Governo, meios de comunicação de massa, sindicatos, organizações não governamentais, associações empresariais e de classe são exemplos de agências reguladoras.

Resumo

Nesta aula conhecemos as vantagens de ser funcionário e de ser empreendedor, assim como estudamos o ambiente de negócios e seu macro e microambiente.

Vivemos hoje num mundo em constante processo de modificação e é necessário que o empresário esteja aberto e atento ao que está acontecendo, principalmente, no ambiente de tarefa, a fim de poder interpretar essas mudanças. Lidar com as incertezas parece ser hoje o grande desafio da administração das empresas.

Atividades de aprendizagem

- 1. Caracterize produto e serviço.**
- 2. Cite empresas de bens de consumo e serviço e empresas de bens de produção caracterizando o diferencial de cada uma delas.**
- 3. Use sua criatividade e crie um esquema com empresas reais envolvendo o macro e o microambiente.**