



# EMPREENDEDORISMO

S719e Souza, Sandro Feu de

Empreendedorismo / Sandro Feu de Souza. - Muriaé: Faculdade de Minas, 2015.

71 p.

1. Empreendedorismo - Apostila. I. Pompei, Telemaco. II. Ferreira, Andrea Lemos. III. Vieira, Wisley de Jesus. IV. Título.

CDD 658.42

Bibliotecária responsável: Ana Paula – CRB-6/2...

Revisão e organização: Fernanda Cristina Abrão da Rocha

Editoração: Jéssica A. Corrêa do E. Santo

## Sumário

<b>MÓDULO I</b> .....	4
<b>UNIDADE I – GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: A NOVA ORDEM</b> .....	4
<b>UNIDADE II – GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: A NOVA ORDEM</b> ..	12
<b>UNIDADE III – GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: A NOVA ORDEM</b> .	20
<b>MÓDULO II</b> .....	32
<b>UNIDADE I – INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE COMO FATOR DE MUDANÇA E DESENVOLVIMENTO</b> .....	32
<b>MÓDULO III</b> .....	42
<b>UNIDADE I – CARACTERIZAR EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR</b> ...	42
<b>MÓDULO IV</b> .....	54
<b>UNIDADE I – PLANOS DE NEGÓCIOS: ESTRUTURA E ELABORAÇÃO</b> .....	54
<b>UNIDADE II – EMPREENDEDORISMO E VISÃO DE NEGÓCIOS</b> .....	64

## MÓDULO I

### UNIDADE I – GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: A NOVA ORDEM

#### Objetivos

- Apresentar o contexto do mundo atual e sua influência na vida social e econômica;
- Compreender o conceito de Sistema Econômico



**OLÁ!**  
**Pronto para iniciarmos?**  
**Por favor, apertem os cintos...**  
**E vamos lá!**

Estamos vivendo, atualmente, uma revolução em todas as áreas da nossa vida.



Link - <http://www.youwilldobetter.com/tag/comunicacao/>

Já percebeu? Acredito que sim, pois, possivelmente, você já deve ter vivido várias situações como comprar produtos de outros países, por exemplo, ou mesmo perceber que um problema econômico do outro lado do mundo nos afeta em pouco tempo. Já deve ter percebido também a velocidade e a quantidade de informações que chegam até nós. E como temos a facilidade de ter acesso a um grande volume dessas informações. São tantas que em alguns momentos temos dificuldade até mesmo para filtrar ou selecionar quais são realmente importantes para nós em nossas atividades cotidianas.

Sem contar nas inúmeras criações tecnológicas que presenciamos serem desenvolvidas a cada minuto.

É claro que muitas tecnologias que são desenvolvidas surgem com o intuito de nos atender e facilitar as nossas vidas e que possuem muita utilidade e nos trazem inúmeros benefícios. Disso não duvidamos. É o que denominamos avanço tecnológico.

#### Tecnologia

A palavra tecnologia tem origem no grego "tekhne" que significa "técnica, arte, ofício" juntamente com o sufixo "logia" que significa "estudo".

Vale ressaltar aqui que a [tecnologia](#) não se refere somente ao desenvolvimento de um produto físico. Os novos processos de produção, processos de transporte e até mesmo a utilização de técnicas específicas podem ser denominadas tecnologias.

Como você pode observar, relacionei apenas algumas situações e passagens mais comuns, que estão presentes no nosso cotidiano. Imagine agora a infinidade de situações muito específicas e que por vezes fogem na nossa compreensão.

Pois bem, esse é o atual mundo em que vivemos. Seja bem vindo!

Para que realmente possamos entender algumas situações, precisamos buscar informações e nos atualizar constantemente para entendermos o que estamos vivendo. Esse é o valor das informações no século XXI. Possibilitar entender situações e [tomar decisões](#).

#### Tomar decisão

É o processo cognitivo pelo qual se escolhe um plano de ação dentre outros (baseados em variados cenários, ambientes, análises e fatores) para uma situação-problema

O objetivo dessa unidade é apresentar o contexto do mundo atual, como esse contexto tem afetado nossas vidas e tem influenciado nas decisões que são tomadas, sejam por nós ou pelas organizações.

Não é tarefa fácil conversar sobre esse assunto de forma muito simples e, ao mesmo tempo, com uma riqueza de detalhes que é necessário. Porém, como é parte de nossa vida e que vivemos essa realidade, acredito que vamos nos entender bem.

Para que possamos realmente nos entender, coloco-me a disposição para auxiliá-lo no que precisar para o entendimento da nossa conversa.

Para um bom entendimento, temos que percorrer alguns pontos que já conhece. Esses pontos permitirão a você perceber como as coisas se encaixam e que não temos conhecimento solto ou isolado. Temos, na verdade, um conjunto de conhecimentos que nos permite analisar o todo, não somente uma e outra variável ou situação isolada.

**Interdisciplinar**

Que diz respeito, simultaneamente, a duas ou mais disciplinas ou áreas do conhecimento.

Precisamos pensar de forma interdisciplinar, ar o entendimento.

Concorda comigo?

Para início de conversa, vamos conversar sobre economia, trabalho, renda e diversos outros temas que formam o cenário atual em que estamos inseridos. E que cenário, hein...

Vamos lá!

**VOCÊ SABE O QUE É UM SISTEMA ECONÔMICO?**

Possivelmente, deve ter ouvido falar ou já leu nos jornais ou revistas ou ouviu algo nos noticiários da TV. Mas não custa nada relembrar ou mesmo reforçar esse conceito. Como diz o velho ditado, “conhecimento nunca é demais”.

É importante que, para formar um conceito, você possa entender os significados das palavras que compõem um termo específico, como é o caso do termo **sistema econômico**.

Praticamente em todas as áreas do conhecimento, seja biológica, exatas ou humanas, estudamos sistemas. O sistema circulatório ou o sistema digestivo, o sistema cartesiano, o sistema de comunicações, o sistema político etc. são exemplos de sistemas.

**Pois bem. Um sistema pode ser definido de forma bem simples:**

---

É um conjunto de elementos (ou partes) interdependentes e que se interagem. Chiavenato define de forma bem esclarecedora, afirmando que sistema é “um grupo de unidades combinadas que formam um todo organizado”. (2003, p. 475)

---

Logo, um sistema representa uma estrutura composta de várias partes que formam uma rede de relações e conexões, de forma interdependente. Isto é, as relações e conexões criam uma dependência entre essas partes e um sentido de troca, permitindo o funcionamento e a existência da estrutura.

Tranquilo?

Dessa forma já temos o primeiro significado importante para construirmos o conceito de sistema econômico que é o conceito de **sistema**.

### VAMOS AGORA AO TERMO ECONÔMICO

Para facilitar, vamos trabalhar com a definição de economia. Todos nós temos a nossa definição, mas o que predomina é a ação de poupar, guardar algo quando pensamos em economia, não é isso?

Ok. Não está errado pensar dessa forma. A definição de economia está relacionada mesmo à ideia de algo que devemos poupar guardar, literalmente, economizar. Porém, de forma mais técnica, a economia se refere a um ramo da ciência que tem como objetivo estudar como são utilizados recursos escassos (chamados também de fatores de produção), ou seja, que não se possui em quantidades abundantes, para a produção do que uma sociedade precisa para atender às suas necessidades.

Veja que estou me referindo, nesse contexto, aos bens e serviços que são necessários para a nossa sobrevivência e a sobrevivência das organizações. O que uma sociedade precisa então para o atendimento das suas necessidades representa o conjunto de bens e serviços.

---




Silva e Luiz definem a economia como “o processo que combina fatores de produção para criar bens e serviços”. (1996, p. 14)

---

Observe que, desta forma, temos o conceito de economia em tudo que vivenciamos se considerarmos os recursos para produzir algo.

Beleza?

E agora se juntarmos as duas definições? Vamos ver o que acontece?

SISTEMA ECONÔMICO	
SISTEMA	
	<p>É um conjunto de elementos (ou partes) interdependentes que se interagem.</p>
ECONÔMICO	
<p>Refere a um ramo da ciência que tem como objetivo estudar como são utilizados recursos escassos.</p>	
SISTEMA ECONÔMICO	
	<p>Pois bem, quando juntamos as definições de sistema e economia, podemos verificar que o sistema econômico é a reunião de um conjunto de elementos interligados que participam de forma ativa na produção de tudo que é necessário para atender carências ou necessidades, sejam as nossas individualmente ou em sociedade ou carências das organizações.</p>

Viu como não é complicado? Quando partimos das partes para o entendimento do todo, torna-se um exercício de raciocínio fácil.

Retomando, dessa forma, podemos perceber a interação do consumidor que compra os produtos, da empresa que os vende e do trabalhador que contribui na produção com o seu trabalho, por exemplo.

Vamos continuar analisando detalhadamente algumas situações.

No conceito de sistema econômico foi apresentada a ideia de um conjunto de elementos.



**MAS QUE ELEMENTOS SÃO ESSES?**

Os consumidores, as empresas e todos os recursos necessários para que tanto os consumidores quanto às empresas sobrevivam.

No caso dos consumidores, existe a necessidade de uma série de “coisas” para a satisfação de suas necessidades. Não é isso mesmo?

Boa parte dessas “coisas” são produzidas pelas empresas que precisam definir o que produzir, quanto produzir, como produzir e para quem produzir. Porém, essas empresas, para produzir, precisam dos fatores de produção, ou seja, os recursos necessários para produzir as “coisas” que denominamos **bens e serviços**.

**Bens e serviços**

**Bens e serviços nas ciências econômicas. Bens são definidos como tudo aquilo que seja útil ao homem, com ou sem valor econômico. Serviços são prestações, assistência ou realização de tarefas que contribuem para satisfazer as necessidades humanas, sejam elas individuais ou coletivas**

Estamos, na verdade mapeando ou diagnosticando o que acontece dentro de um sistema econômico.

Para que possamos, tanto nós quanto às empresas, adquirir o que é necessário para satisfazer as necessidades, precisamos de uma unidade de troca que é o dinheiro, também definido como unidade monetária. Essa é a função da moeda na economia de um país, isto é, funciona como uma unidade de troca ou uma medida de valor. Pelo dinheiro, você consegue definir o preço de um produto ou serviço, qual é o custo de produção de um determinado produto ou serviço e assim por diante.

E se eu disser a você que podemos representar a interação entre a empresa e os consumidores de forma dinâmica? Calma... Essa interação pode ser vista por partes.

até aqui, apontamos algumas definições importantes para você entender a composição de um sistema econômico. mas ainda não lhe apresentamos como funciona esse sistema de forma interativa, interdependente e contínua. releia novamente os conceitos aqui apresentados, faça relações com suas atividades acadêmicas e cotidianas. poste no fórum tira dúvidas suas reflexões e ou dúvidas. aguardo você!

**RESUMO**

O mundo tem passado por muitas transformações. podemos citar os constantes avanços tecnológicos, seja no desenvolvimento de novos produtos como nos novos processos de produção, processos de transporte e até mesmo a utilização de técnicas específicas.

Todos os avanços tecnológicos ocorrem no contexto do sistema econômico de cada país. por sistema econômico entendemos a reunião de um conjunto de elementos interligados que participam de forma ativa na produção de tudo que é necessário para atender carências ou necessidades, sejam as nossas individualmente ou em sociedade ou carências das organizações.

Isso tudo porque, tanto nós quanto as empresas, adquirimos o que é necessário para satisfazer as necessidades por meio da troca de uma unidade chamada dinheiro, também definida como unidade monetária. essa é a função da moeda na economia de um país: funciona como uma unidade de troca ou uma medida de valor. pelo dinheiro, você consegue definir o preço de um produto ou serviço, o custo de produção de um determinado produto ou serviço e assim por diante.

E ainda, agregado ao desenvolvimento tecnológico e econômico, está o conhecimento, que é um dos fatores que contribuem para o fortalecimento do sistema econômico de uma nação.

Vamos ficar por aqui e no nosso próximo encontro vamos trabalhar a interatividade, o dinamismo e a continuidade do sistema econômico. como exercício de reflexão, analise você como um agente de qualquer sistema onde você atua.

Procure evidenciar quais relações existem entre você e os demais agentes e o que isso ocasiona para o sistema como um todo.

Até a próxima aula.

**REFERÊNCIAS**

Revisão técnica por Telêmaco Pompei

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. Rio de Janeiro:Elsevier, 2003.

SILVA, César Roberto Leite da e LUIZ, Sinclayr. **Economia e mercados: introdução à economia**. São Paulo: Saraiva, 1996.

**UNIDADE II – GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: A NOVA ORDEM****Objetivos**

- Apresentar e descrever os agentes do sistema econômico;
- Conceituar fatores de produção;
- Contextualizar fluxo econômico

Olá!

Pronto para continuar nossa caminhada pelo mundo do empreendedorismo?

Vamos lá...

Na primeira parte da unidade I conhecemos alguns conceitos interessantes, principalmente o conceito de sistema econômico. Lembra?

Também deixei uma reflexão para você.

E aí? Refletiu sobre você como um agente de qualquer sistema onde você atua?

Procurou evidenciar quais relações existem entre você e os demais agentes e o que isso ocasiona para o sistema como um todo?

Muito bom!

Você, ao realizar essa análise, deve ter percebido sua interação com outros elementos ou agentes do sistema econômico.

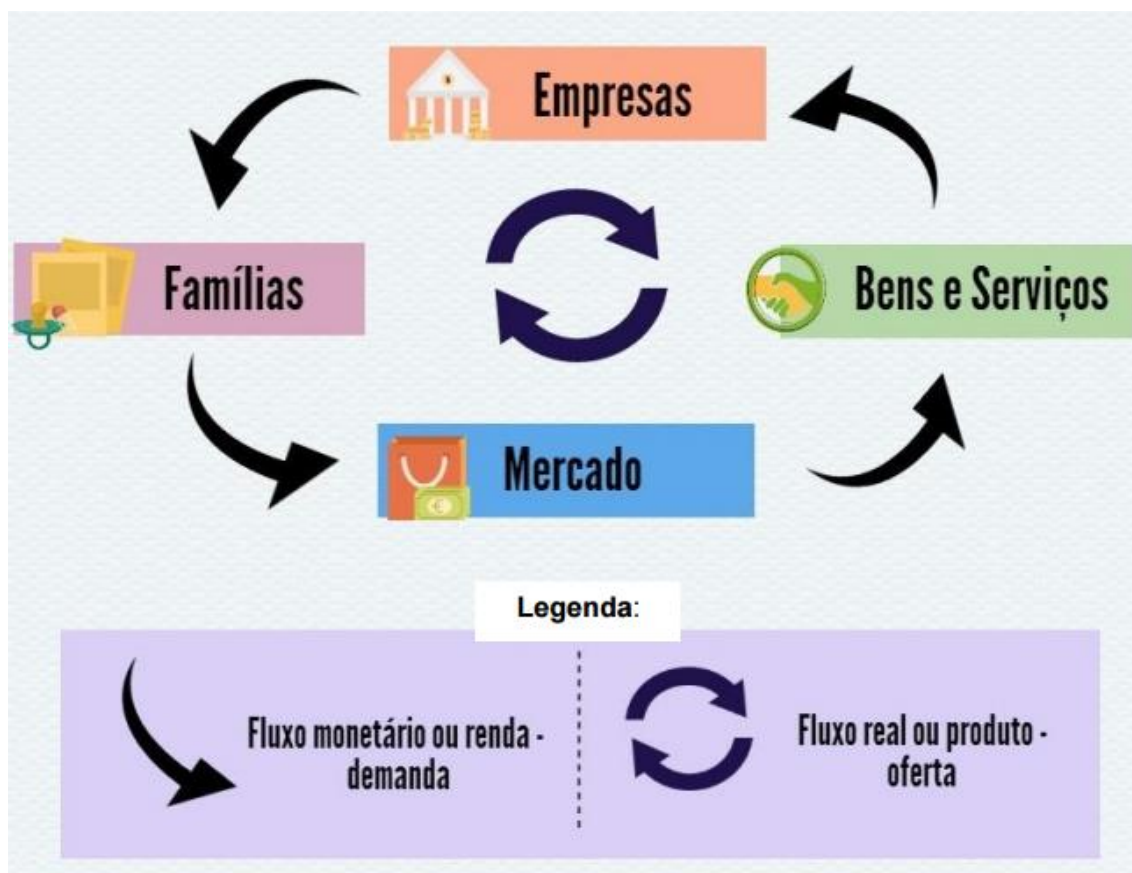
Essa interação, como qualquer outra, é dinâmica e o movimento produz as ações no sistema econômico e as trocas entre os elementos desse sistema.

Vou ser mais claro.

Primeiramente, vamos definir uma coisa entre nós para facilitar o entendimento dessa interação e desse dinamismo. Vamos utilizar o termo **empresa** para representar todas as unidades produtivas e o termo **famílias** ou **sociedade** para representar as pessoas que consomem bens e serviços e possuem os ditos fatores ou recursos de produção.

A **empresa**, então, são todas as organizações responsáveis por produzir algo que seja necessidade de outras pessoas ou organizações, com o intuito de ofertar esse “algo” para satisfazer essas necessidades.

Para tornar mais clara nossa conversa veja o esquema abaixo:



Veja as **empresas** representadas em um dos retângulos do esquema (o retângulo superior). Esse retângulo representa todas as empresas que combinam os recursos de produção para dar origem aos bens e serviços.

Ah... Lembram-se do ensino fundamental e das aulas de História quando nos referimos aos **fatores de produção**?

#### ➤ QUE FATORES SÃO ESSES?

Não se lembram?

---

Mas vão se lembrar. São: recursos naturais ou matérias-primas, o trabalho ou mão-de-obra e o capital ou máquinas e equipamentos.

---

Lembrou?

Eu sabia que estava aí guardado em algum espaço da sua memória.

Cabe lembrar ainda que o capital aqui não se refere a dinheiro. O dinheiro no sistema econômico é somente uma unidade de troca ou de medida que nos permite adquirir algo ou saber quanto custa esse algo. Ok, moçada?

Pois bem, as **empresas** combinam esses fatores para dar origem ou produzir os bens e serviços. Combinam de forma que possam buscar a melhor combinação de quantidades desse recurso para alcançar a maior quantidade possível de bens e serviços. Lógico que essa maior quantidade é aquela que possibilita também o menor gasto com a utilização dos recursos.

Pois bem.

Em outro retângulo, à esquerda do esquema, temos as **famílias**. Como disse antes, essas **famílias** representam as pessoas que consomem bens e serviços e que possuem os fatores de produção, como o trabalho que é produzido pela força de trabalho que são os trabalhadores, o galpão ou a instalação que é vendida ou alugada para as empresas concentrarem suas operações, os bancos que emprestam dinheiro para que as empresas possam investir nas suas atividades e os próprios sócios da empresa que entram com os valores em dinheiro para iniciar a empresa. Você se encontra representado nesse retângulo, enquanto desempenha o papel de consumidor e de trabalhador.

Para que as **empresas** possam produzir, elas precisam captar recursos junto às **famílias**. Observe a linha preta contínua que parte das **famílias** em direção às **empresas**. Essa linha preta contínua indica que as **empresas** estão contratando os recursos de produção junto às **famílias** para produzir. Logo, elas estão contratando o trabalho, alugando os galpões, comprando matérias-primas e outros insumos para produzir etc. Lembre-se que esses recursos são medidos pela unidade de troca ou medida denominada dinheiro.

Em contrapartida, as **empresas** precisam pagar ou remunerar as **famílias** pela aquisição dos recursos de produção. Observe a linha vermelha semi-contínua que parte das **empresas** em direção às **famílias**. É isso que essa linha representa: o fluxo de pagamentos. O trabalhador recebe o seu salário, o dono do galpão recebe o valor do aluguel por alugar o galpão, os fornecedores de matérias-primas e insumos recebem o pagamento pela venda desses componentes etc.

Bom, de posse dos recursos, as **empresas** utilizam de técnicas para combinar tais recursos e produzir bens e serviços. Essa ação está representada pela linha preta contínua que parte das **empresas** para o retângulo que representa os **bens e serviços**. Lembre-se: as empresas utilizam de técnicas para combinar os recursos de forma que possam utilizar a melhor combinação onde seja possível produzir a maior quantidade de bens e serviços com o menor dispêndio de recursos.

Está tranquilo até o momento?

Vamos caminhar mais um pouco.

Tais **bens e serviços** produzidos pelas **empresas** são ofertados por ela ao **mercado**. Essa ação está representada exatamente pela linha preta contínua que parte do retângulo dos **bens e serviços** em direção ao retângulo denominado **mercado**.

Ufa, que caminhada, hein?

O que está achando?

Apesar do volume de informações, é fácil de entender, pois presenciamos isso todos os dias. Pare e reflita para ver. Nesse momento você pode estar presenciando essa situação que estamos descrevendo.

Continuando nossa caminhada, temos o restante das setas vermelhas semi-contínuas. Vamos ver exatamente o que significa.

Vimos que as **empresas** remuneram os donos dos recursos de produção através dos pagamentos de salários (no caso dos trabalhadores), de aluguéis (no caso dos proprietários de instalações que são alugadas para as empresas), de juros (no caso dos bancos que emprestam dinheiro às empresas) e de lucro (no caso dos sócios que investem nas empresas).

Vamos esclarecer algo aqui.

Lembre-se que adquirimos bens e serviços para satisfazer nossas necessidades.

### ➤ **MAS O QUE SÃO AS NECESSIDADES?**

As necessidades são representadas pela carência de algo e que representa o motor da motivação humana.

As necessidades são classificadas como necessidades primárias, isto é, aquelas necessidades que precisamos satisfazer para sobrevivermos. Por exemplo, alimentação, vestuário, transporte, habitação etc.

Também são classificadas como necessidades secundárias, isto é, aquelas relacionadas à comodidade. Por exemplo, morar num bairro de classe alta, vestir roupas de marca etc. Também são denominadas desejos.

As necessidades ainda podem ser consideradas individuais ou coletivas.

Ok?

### **VAMOS, ENTÃO, RETOMAR O SISTEMA ECONÔMICO.**

De posse desses pagamentos, as **famílias** se dirigem ao **mercado**. Essa ação está representada pela linha vermelha semi-contínua que parte das **famílias** em direção ao **mercado**.

Pense agora o que representa realmente o **mercado**.

Sempre temos uma visão de espaço físico.

Porém, não é um espaço representado por quatro paredes.

É muito mais que isso.

O **mercado** é uma relação, um encontro.

Sabe de quem?

Isso mesmo, de agentes dispostos a comprar com agentes dispostos a vender. Tecnicamente é o que a ciência econômica denomina o encontro da procura (ou demanda), representada pela ação das **famílias**, com a oferta, representada pela ação das **empresas**. É a relação de troca.

Agora podemos apresentar para vocês os termos que estão na legenda abaixo do esquema do sistema econômico.

A linha preta contínua representa a ação das **empresas**, denominada de **fluxo real** ou do produto ou oferta. Compreende o total de bens e serviços produzidos pelas empresas e que são ofertados no mercado. Por isso os termos **fluxo do produto** ou oferta.



Já a linha vermelha semi-contínua representa a ação das **famílias**, denominadas de **fluxo monetário** ou da renda ou demanda. Compreende o total de remuneração paga pelas empresas para adquirir os recursos de produção junto às **famílias**. Por isso os termos **fluxo monetário** ou demanda (procura).

Observe que no **mercado** ocorre realmente uma troca: o **fluxo do produto** passa para as **famílias**, representado pela linha preta contínua que parte do **mercado** em direção às **famílias**, e o **fluxo da renda** passa para as **empresas**, representado pela linha vermelha semi-contínua que parte do **mercado**, passa pelo retângulo que representa os **bens e serviços** e vai em direção às **empresas**.

Perfeito?

Mas isso é um fluxo e não acaba por aqui. Fique atento nisso.

Dissemos que é uma interação dinâmica.

### EXISTEM MAIS DOIS AGENTES QUE PARTICIPAM DESSE CICLO.

Um deles é representado pelo **governo** que interfere nesse **mercado**, e pelo **mercado exterior** que também interfere no **mercado**. Não vamos aqui contar a saga da participação do **governo** e a participação detalhada do **mercado exterior** nesse **mercado**. Porém, saibam que tanto o **governo** quanto o **mercado exterior** têm sua participação nesse ciclo, tanto na procura quanto na oferta.

Ufa... Que caminhada, hein?

Parece longa, não é?

### ACOMPANHE

As empresas, de posse do dinheiro representado pela renda das famílias, têm condições de adquirir mais recursos para dar continuidade ou melhorar a produção. E as famílias, após terem consumido os bens e serviços que adquiriram no mercado terão que oferecer mais recursos às empresas para receberem em troca a renda, o que permitirá a elas adquirir mais bens e serviços. Dessa forma fecha-se o ciclo e ele é dinâmico.

Acabou o ciclo?

Ainda não.

---

Contando assim, pode até parecer, mas isso acontece constantemente, isto é, a todo o momento. Basta observar suas ações. Você é contratado por uma empresa que utiliza do seu trabalho para produzir bens e serviços e ofertá-los ao mercado. Você é remunerado pelo seu trabalho e, de posse da renda que a empresa lhe paga, você adquire bens e serviços no mercado para satisfazer suas necessidades. E isso acontece continuamente.

---

Acredito que agora você tem condições de analisar e refletir de forma mais clara sobre o que acontece à sua volta no que se refere ao mercado.

Nosso intuito é que você possa entender o funcionamento do mercado e entender que tanto você quanto às empresas são agentes ativos dele.

## RESUMO

Na aula de hoje conhecemos um pouco mais sobre os agentes que integram um sistema econômico.

São eles: as empresas (fornecedoras de bens e serviços), sociedade (famílias, pessoas que geram demanda por bens e serviços), mercado (encontro de agentes dispostos a comprar com agentes dispostos a vender) e governo.

Para a geração de bens e serviços são necessários os fatores de produção. Os fatores de produção significa tudo aquilo que é necessário para se produzir um bem ou serviço. Representados pelos recursos naturais ou matérias-primas, o trabalho ou mão-de-obra e o capital ou máquinas e equipamentos. A produção e o consumo de bens e serviços faz o sistema econômico funcionar mediante dois fluxos contínuos: o fluxo do produto e o fluxo monetário.

O fluxo do produto compreende o total de bens e serviços produzidos pelas empresas e que são ofertados no mercado. Já o fluxo monetário compreende o total de remuneração paga pelas empresas para adquirir os recursos de produção junto à sociedade.

No nosso próximo encontro, vamos discutir detalhes sobre a nova ordem mundial e o mercado de trabalho.

Então, até o nosso próximo encontro. Fiquem atentos quanto às informações que serão veiculadas. Esteja sempre no ambiente EAD FAMINAS. Até lá, então.

**REFERÊNCIAS**

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. Rio de Janeiro:Elsevier, 2003.

SILVA, César Roberto Leite da e LUIZ, Sinclayr. **Economia e mercados: introdução à economia**. São Paulo: Saraiva, 1996.

**UNIDADE III- GLOBALIZAÇÃO, TRABALHO E EMPREGO: IMPACTOS A NOVA ORDEM****Objetivos**

- Compreender o termo globalização bem como os seus efeitos no desenvolvimento econômico;
- Contextualizar mercado de trabalho e sua relação com os termos empregabilidade, “empresabilidade” e empreendedorismo; e,
- Discutir globalização e mercado de trabalho.

Olá!

Está pronto para mais uma caminhada com o objetivo de entender melhor o mundo do empreendedorismo?

Depois de traçarmos esse panorama do mercado e como os agentes participam, preparamos o terreno para mais uma caminhada. Trabalhamos de forma a conhecer o sistema econômico e sua dinâmica.

Lembra que no nosso último encontro tecemos uma reflexão sobre o sistema econômico e a nossa participação e das empresas nesse processo? Verificou e refletiu que estamos realmente envolvidos nesse sistema? Qual é a nossa participação?

Bom, então, é hora de começarmos a discutir e refletir sobre alguns fatos que também se tornaram muito comuns na nossa vida e que tem afetado de forma intensa nossas ações, principalmente as ações relacionadas ao mercado de trabalho e vida profissional.

Essas ações representam não somente ações, mas também reações às situações que nos apresentam.

Toda discussão que travamos sobre o sistema econômico nos permitirá entender o fenômeno da **globalização**, a relação com o mercado de trabalho e, principalmente, o motivo de discutirmos sobre globalização e o mercado de trabalho numa unidade que aborda o empreendedorismo.

Parece confuso?

Procure fazer uma junção dos termos que estamos discutindo e verá que é muito mais fácil a compreensão do que imagina.



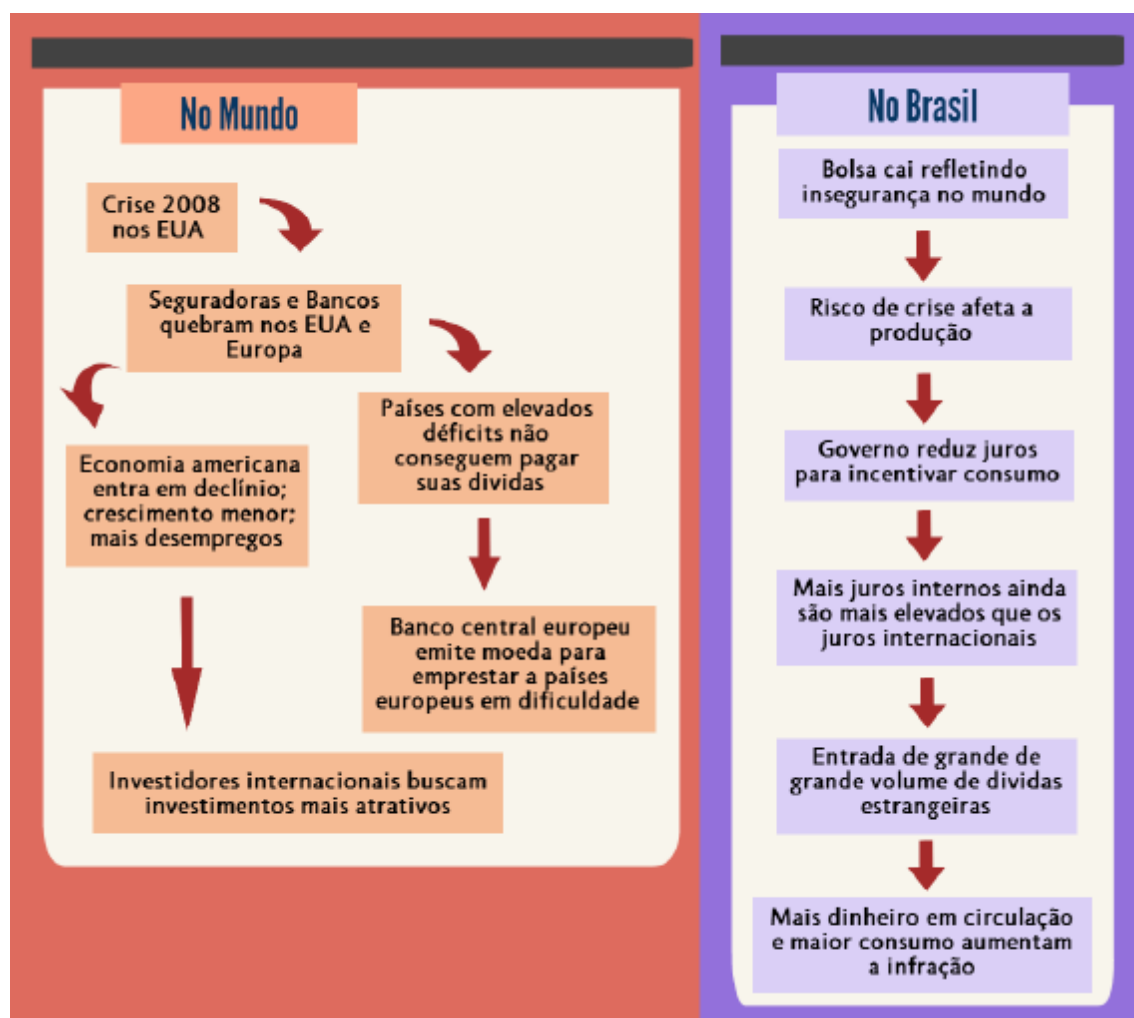
Você deve ter ficado atento quando em setembro de 2008 os noticiários de TV e as capas de revistas e jornais apresentavam como manchete a crise econômica financeira mundial que se iniciou nos Estados Unidos. E deve ter se perguntado: o que eu, aqui no Brasil, tenho com isso?

Porém, mesmo que os Estados Unidos estejam a quilômetros de distância do Brasil e até mesmo da cidade onde moramos, fomos afetados.

E atualmente com essa situação financeira complicada que os Estados Unidos vêm enfrentando?

O que temos com isso se a dívida é americana e não brasileira?

Veja o esquema a seguir que ilustra muito bem esta inter-relação.



Uma das consequências dessa quebra de barreiras geográficas é exatamente essa capacidade de qualquer evento econômico, social ou político afetar diversas partes do mundo, senão todo o mundo de forma muito rápida.

Você deve estar se perguntando, mas por que isso não acontecia antes?

Acontecia sim. Porém, numa velocidade menor.

Las Casas *et al.* (1999) aponta dois fatores como os principais causadores de toda essa mudança e, principalmente, que provocaram a intensificação do fenômeno da globalização.

Um deles é o advento da informática.

O outro é a velocidade com que as informações são veiculadas em consequência do desenvolvimento das telecomunicações.

Podemos então dizer, de forma simples, que o avanço tecnológico acelerou o processo de globalização. Temos acesso muito mais rápido às informações, aos acontecimentos e às suas consequências.

Da mesma forma que temos usufruído de forma positiva dessa velocidade e da globalização, também sofremos o impacto dos problemas e das dificuldades desse fenômeno.

Mas, sejamos realistas e otimistas: muitos impactos, num primeiro momento, negativos, permitem que possamos traçar algumas ações como reações para que possamos nos adaptar à nova ordem mundial.

**Furtado (1999, p. 126-127) afirma que a globalização é entendida como...**

---

UM PROCESSO QUE:

- NÃO É NOVO
  - ATUALMENTE É INTENSO
  - ESTÁ EM ANDAMENTO
  - É COMPLEXO E DINÂMICO
  - NÃO SE DÁ APENAS NO CAMPO ECONÔMICO-PRODUTIVO
  - NÃO SE APLICA UNIFORMEMENTE A TODOS OS ASSUNTOS
-



**BOM, MAS COMO ISSO AFETA O MERCADO DE  
TRABALHO?  
NA VERDADE, O QUE ISSO NOS AFETA?  
E O EMPREENDEDORISMO, ONDE ENTRA NESSA?**

### **O QUE NA VERDADE SIGNIFICA O TERMO MERCADO DE TRABALHO**

O **mercado de trabalho** é considerado o conjunto de pessoas aptas a assumirem as vagas ofertadas pelas organizações. Logo, estamos inseridos nesse mercado de trabalho da mesma forma que todos que estão na nossa cidade, no nosso Estado, no nosso país, no mundo.

As organizações que ofertam as vagas de emprego necessitam atrair e reter pessoas que realmente possam agregar valor às suas atividades para que elas se tornem cada vez mais competitivas. Precisam de pessoas criativas para que ofertem ou façam coisas criativas e tornem-se competitivas.

As organizações exigem de nós cada vez mais atributos e qualidades que auxiliem a elas nas suas operações e nas suas relações com o mercado.

Logo, para que possamos estar aptos a serem absorvidos pelas organizações, precisamos ser empregáveis, ou melhor, possuímos empregabilidade.

### **EMPREGABILIDADE... SABE DO QUE SE TRATA?**

É um conjunto de características, habilidades e competências que nos torna competitivos e que chamam a atenção das organizações quando ocorre um processo de seleção de candidatos para ocuparem vagas.

Segundo Luna (2010), os pilares da empregabilidade são sete, sugerindo a nós que a experiência profissional é de suma importância para que possamos sustentar os conhecimentos teóricos e os conhecimentos práticos que aprendemos durante a nossa carreira. É devido a essa experiência que nós conseguimos identificar os erros e os acertos que ocorreram no passado, buscando sempre uma melhora contínua.





**1º Pilar – Adequação da profissão à vocação:** Escolher uma carreira profissional somente pelo status que ela proporciona ou pela remuneração financeira pode ser um erro. Esse primeiro pilar defende que, além de nos tornarmos um bom profissional, devemos nos tornar seres humanos realizados, e para isso, devemos conciliar a nossa função com a nossa capacidade e termos paixão naquilo que estamos fazendo.

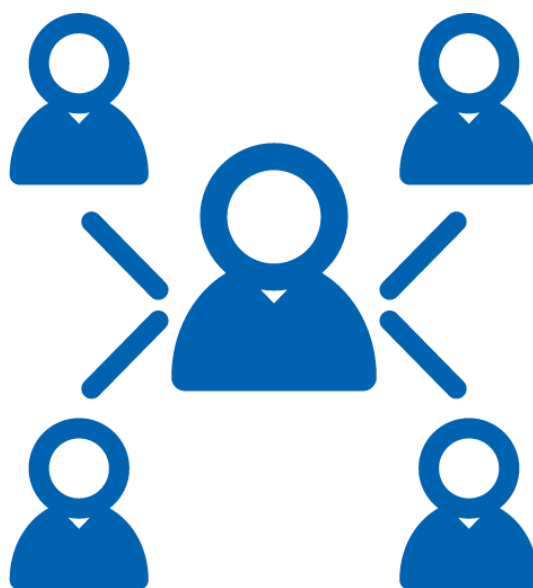
**2º Pilar – Competências:** Para realizar alguma atividade é preciso ter **habilidade e preparo técnico**, ou seja, conhecer aquilo que vamos desenvolver ou realizar. Além das habilidades técnicas, onde cada área de atuação tem as suas, existem algumas habilidades que são em comum, e que, caso venhamos a possuí-las, aumentamos o nosso nível de empregabilidade. **Habilidade de comunicação oral e escrita**, uma vez que praticamente em todo trabalho desenvolvido será necessário manter a comunicação com alguém, seja pessoalmente, por telefone, rádio, através de e-mail, e outras tecnologias de comunicação. Outra habilidade que se encaixa nesse perfil é a **habilidade em marketing**, necessária para uma “autopromoção” através do marketing pessoal. Lembre sempre que essa “autopromoção” não é vendermos a nossa imagem que não existe, mas sim, destacarmos os nossos pontos fortes e como podemos contribuir com a empresa que estamos “flertando”. Temos também a **habilidade em vendas**, necessária não somente para os vendedores de produtos, mas também para os vendedores de serviços, e, enquanto profissionais, vendemos os nossos serviços o tempo todo, seja como prestador de serviços autônomo, seja como funcionário em uma empresa, através dos serviços internos prestados. Já a **capacidade de utilização de recursos tecnológicos** demonstra o quanto estamos preparados para lidar com as inovações tecnológicas e com as tecnologias necessárias para executar uma tarefa. Será que estamos prontos para o processo produtivo ou de serviço de uma determinada empresa? E por último, e não menos importante do que as demais, a **capacidade de aprendizado** tem papel fundamento nesse processo, pois é através desse aprendizado que vamos nos manter atualizados como profissional e em constante ascensão.

**3º Pilar – Comportamento:** Esse pilar é baseado na nossa capacidade de nos relacionarmos com os clientes internos (colegas de trabalho) e externos (fornecedores, clientes, financiadores, etc). É a nossa forma harmoniosa de convívio.



**4º Pilar – Idoneidade:** Diz respeito o quanto nós somos confiáveis. Está diretamente ligado ao nosso caráter, abrangendo a nossa ética, conduta, correção, o respeito às normas, regras e políticas internas do local que estamos exercendo o nosso trabalho.

**5º Pilar – Relacionamentos:** É a nossa rede de relacionamentos, de contatos, também chamada de *networking*. A rede de contatos é essencial para um relacionamento entre pessoas e empresas, possibilitando a abertura de novos negócios ou de novas oportunidades de trabalho.



NETWORKING

**6º Pilar – Saúde Física e Mental:** É a forma como cuidamos do nosso corpo e da nossa mente, mantendo hábitos de vida saudável, evitando vícios como cigarro, álcool e drogas, assim como evitando o desgaste exagerado, o estresse devido a forma como lidamos com o trabalho, mantendo a nossa auto estima elevada.

**7º Pilar – Capital Acumulado:** A reserva age como uma defesa. É necessário para que consigamos manter a empregabilidade em momentos que tivermos a nossa receita comprometida. Com uma reserva de dinheiro em um momento de desemprego, conseguimos agir com maior tranquilidade no momento de escolher alguma proposta de emprego, uma vez que os compromissos financeiros estarão garantidos por um certo período de tempo. Caso o negócio seja próprio, essa reserva garantirá a vida da empresa em momentos de baixas vendas.

Além das habilidades citadas, temos que considerar outros três elementos básicos para a manutenção da empregabilidade:

- Responsabilidade pela carreira e pelo alcance de metas profissionais;
- Auto desenvolvimento – que implica duas características principais:
  - saber dar e receber feedback
  - procurar atualizar-se e aprender sempre
- Iniciativa – é saber o momento certo de iniciar um projeto mesmo que ele não tenha sido solicitado.

A empregabilidade sempre foi uma realidade.

O que ocorre é que nos dias atuais, tornou-se um imperativo para as pessoas no mercado de trabalho devido à exigência cada vez maior no que se refere à competitividade.

Cabe abrir outra discussão aqui somente para esclarecimentos.

Falamos de competitividade quando mencionamos o termo globalização e repetimos aqui.

### MAS O QUE REPRESENTA A COMPETITIVIDADE?

**COMPETITIVIDADE** está relacionada a ter excelência naquilo que tanto pessoas quanto organizações, propõem-se a fazer. É fazer cada vez melhor aquilo que nos propomos a fazer.

Entendeu?

Você é competitivo no que faz? Ou representa mais um na multidão?

Pois bem.

É por isso que a empregabilidade deve proporcionar às pessoas no mercado de trabalho competitividade.

Da mesma forma que as pessoas necessitam ter um conjunto de características que as diferenciem no mercado e as tornem empregáveis, as organizações também precisam possuir ou desenvolver um conjunto de características que façam com que as pessoas no mercado de trabalho se sintam atraídas por elas quando procuram trabalho.

Assim como precisam ter a capacidade de conquistar uma vaga no mercado e se manter nele.

A esse conjunto de características que as organizações devem possuir e que as permitem diferenciarem das outras vamos denominar **EMPRESABILIDADE**.

Entendeu?

Muitos termos novos?

Calma!

Na verdade não tem nada de novo. Apenas estamos definindo algumas situações e dando nome aos bois, como dizia minha avó.

Vamos mais adiante.

De acordo com Alves e Monteiro (2009) a empresabilidade é a capacidade que a organização tem de conquistar e, além disso, se manter no mercado, sendo um conjunto de esforços e pesquisas que uma empresa faz para auferir uma vaga no mercado e consolidar a sua permanência no futuro.

Kugelmeier (2008 apud ALVES e MONTEIRO, 2009) diz que a empresabilidade é geralmente entendida como a capacidade das empresas de desenvolver e utilizar as competências intelectuais e técnicas de seus membros, para sustentar um posicionamento diferenciado.

Já Malschitzky (2002) propõe um conceito mais simples, onde diz que a empresabilidade é a capacidade que a empresa tem em reter talentos.

De certa forma, a empresa que consegue reter os seus talentos somente o faz porque consegue utilizar as competências intelectuais e técnicas dos seus colaboradores, possuindo maior chance de conquistar e se manter no mercado devido a algum produto e/ou serviço diferenciado.

### QUAL A RELAÇÃO ENTRE EMPREGABILIDADE, EMPRESABILIDADE E EMPREENDEDORISMO?

Estamos vivendo um momento onde alguns postos de trabalhos desapareceram ou estão desaparecendo e outros têm surgido.

Estamos presenciando cada vez mais a importância de pequenas empresas na nossa economia.

Estamos presenciando cada vez mais pessoas interessadas em se tornarem patrões e deixarem a vida de empregado. Ou seja, terem o **seu próprio negócio**.

Porém, muitas dessas pessoas não estão preparadas para o mundo dos negócios atualmente.

Hoje, para se conseguir algo, é necessário muito investimento, não apenas financeiro, mas de conhecimento e dedicação.

Realmente é preciso transpiração conjugada à criatividade.

### INDICAÇÃO DE VIDEO

Clique no link abaixo e assista um pequeno depoimento do consultor de empresas Waldez Luiz Ludwig para entender melhor essa relação:

[http://www.youtube.com/watch?v=NFgY\\_4vL5JA](http://www.youtube.com/watch?v=NFgY_4vL5JA)

### RESUMINDO

O fenômeno da **globalização** é conhecido com a possibilidade de internacionalização das economias e a relação dos países uns com os outros, gerando inúmeras consequências, positivas e/ou negativas. O fato é que esse fenômeno está cada vez mais presente no nosso cotidiano acadêmico, profissional e social e não há como retroceder no tempo e no espaço para alterar essa dinâmica.

Diante desse fenômeno, se faz necessário compreendê-lo para se adaptar às novas demandas do **mercado de trabalho**. E aí que se emprega o termo **empregabilidade**. Podemos compreender por **empregabilidade** como sendo a nossa capacidade de sermos empregáveis pela nossa formação profissional (aliada às nossas competências e habilidades) mediante um emprego formal (com carteira assinada, por exemplo) ou no campo empreendedor. Uma coisa é certa: trabalho sempre irá existir; já emprego...

Se optar pelo empreendedorismo, lembre-se que: “Da mesma forma que as pessoas necessitam ter um conjunto de características que as diferenciem no mercado e as tornem empregáveis, as organizações também precisam possuir ou desenvolver um conjunto de características que façam com que as pessoas no mercado de trabalho se sintam atraídas por elas quando procuram trabalho.”

A partir do vídeo que você assistiu, é importante que comece a fazer as conexões e os links necessários entre **EMPREGABILIDADE**, **EMPRESABILIDADE** e **EMPREENDEDORISMO**.

É um exercício fácil! Porém, é necessário que você continue observando o mundo a sua volta e o seu próprio mundo. Deve observar de forma crítica e construtiva. Uma dica para as suas observações: sempre questione “**por quê?**” ou “**por que não?**”. Faça esse exercício todos os dias e em todas as situações que encontrar e viver.

Até a próxima.

**REFERÊNCIA**

Material elaborado por: Ms. Sandro Feu de Souza

Revisado por: Ms. Telêmaco Pompei / Esp. Wisley de Jesus Vieira

CASAROTTO FILHO, Nelson e PIRES, Luís Henrique. **Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local**: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FURTADO, Olavo Henrique. **Mercado de trabalho e globalização: sugestões para um novo mundo profissional**. In LAS CASAS, Alexandre Luzzi (coord.). Os novos rumos da administração. Petrópolis: Vozes, 1999.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi (coord). **Novos rumos da administração**. Petrópolis: Vozes, 1999.

Disponível em: [http://www.youtube.com/watch?v=NFqY\\_4vL5JA](http://www.youtube.com/watch?v=NFqY_4vL5JA). Acesso em: ago. 2010.

LUNA, R. **Empregabilidade x Empresabilidade**. Revista Estilo Fashion. São Paulo, 2010.

ALVES S. A.; MONTEIRO, A. J. **Megatendências do mercado contemporâneo: empregabilidade e empregabilidade**. Artigos. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/megatendencias-do-mercado-contemporaneo-empresabilidade-e-empregabilidade/34962/>>. Acesso em 20 out. 2013.

MALSCHITZKY, N. **Empregabilidade x Empresabilidade**: o ambiente empresarial deve estimular o desenvolvimento profissional. Revista FAE BUSINESS. São Paulo, 2002.

## MÓDULO II

### UNIDADE I – INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE COMO FATOR DE MUDANÇA E DESENVOLVIMENTO

#### Objetivos

- Contextualizar o desenvolvimento do empreendedorismo;
- Caracterizar criatividade, inovação e empreendedorismo;
- Conceituar paradigma;
- Incentivar o desenvolvimento do perfil empreendedor para o desenvolvimento econômico e social.

Olá!

Já conseguiu assimilar a ideia do sistema econômico?

Também já compreendeu a relação entre empregabilidade, empresabilidade e empreendedorismo?

Muito bom! E agora?

Pronto para iniciar mais uma discussão interessante e fundamental para o processo empreendedor?

Vamos nessa.

Anteriormente discutimos aspectos econômicos, aspectos relacionados ao mercado de trabalho e como tais assuntos estão interligados ao Empreendedorismo.

Na verdade, estamos tecendo um pano de fundo que é toda a sustentação para entendermos o motivo pelo qual vivemos a era do Empreendedorismo.

Já temos condições de deduzir que o Empreendedorismo está muito relacionado a atitudes e comportamentos.

O Empreendedorismo está relacionado às ações de pessoas que fazem acontecer. Pessoas que almejam algo diferente para suas vidas e para a sociedade.

O objetivo dessa unidade que iniciamos nesse momento é conhecer os conceitos de criatividade e inovação e como tais fatores estão relacionados à perspectiva empreendedora e, conseqüentemente, afetam o desenvolvimento.



**INICIANDO**

Nas últimas décadas assistimos o surgimento e descoberta de várias coisas e possíveis caminhos para soluções de problemas.

De outra forma, vimos o surgimento e descoberta de “coisas” que nos propiciam melhoria nas condições de vida da sociedade e, conseqüentemente, o seu desenvolvimento. Mas sabemos também que essas mesmas “coisas” podem nos trazer problemas quando são utilizadas de forma equivocada.

Desde quando o homem passou a habitar a Terra, temos exemplos clássicos dessas descobertas (e que descobertas)

Essas descobertas são frutos da observação do homem em relação ao ambiente onde vive.

Por exemplo, na época das cavernas, quando o homem passou a utilizar a pedra lascada como objeto cortante ou quando descobriu o fogo, que poderia produzi-lo e como utilizá-lo.

E Santos Dumont com sua invenção maravilhosa do mais pesado que o ar: o avião?

E o avanço tecnológico através da utilização de computadores cada vez menores e mais potentes?

E a descoberta da cura para determinadas doenças etc., etc., etc.?

Bom, esses são alguns poucos exemplos clássicos de criatividade.

São tantos exemplos e situações que poderíamos ficar aqui por um bom tempo lembrando todos eles.

Todas essas descobertas e inventos surgiram devido à necessidade de alguém ou um grupo de pessoas e, principalmente, pela perseverança de alguém em buscar respostas aos questionamentos, buscar soluções para os problemas.

**Vejamos: você já foi chamado de criativo ou conhece alguém criativo?**

O criativo, quase sempre, é aquele cara que tem resposta prática para tudo. Parece que tudo que se apresenta para ele, existe saída de alguma forma.

### VEJAMOS UMA ILUSTRAÇÃO.

Na década de 80 (alguns poucos 25 ou 30 anos atrás) existia uma série da TV, chamada Profissão Perigo. Acredito que não deve se lembrar ou que não tenha ouvido falar. Pois bem. Nessa série, o herói, cujo nome era MacGyver, era extremamente criativo. Construía um verdadeiro arsenal usando apenas bambu e goma de mascar, por exemplo. Ou conseguia fazer uma bateria de automóvel ser carregada com fluído de isqueiro e coisas desse tipo.

Pois é. Esse nosso amigo conseguia ter ideias mirabolantes e altamente criativas.



<http://www.seegma.com.br/>

### FICÇÃO À PARTE, VAMOS JUNTOS DEFINIR CRIATIVIDADE?

Como pode observar a origem ou o significado mais geral de criatividade está relacionado em criar algo.

Criar algo de forma aleatória, solta, pode até ser fácil.

A dificuldade é exatamente criar algo que atenda às necessidades e desejos de alguém ou de um grupo de pessoas.

Quantas coisas você já não deve ter pensado que poderiam existir para que pudesse facilitar sua vida de alguma forma, hein?

Seus pais e avós já devem ter imaginado há alguns anos atrás: como eu gostaria de ter uma forma ou aparelho que pudesse me comunicar em qualquer lugar e sem precisar de um arsenal de fios e aparelhos?

Hoje, o celular está totalmente incorporado na nossa rotina e muitos de nós não conseguimos viver sem ele. Fruto também da criatividade do homem.

Dolabela (1999) afirma que a criatividade gera ideias e que não é difícil gerar boas ideias. Afirma também que uma ideia em si não tem valor em termos mais práticos.

Significa dizer que uma ideia por si só não tem nenhuma utilidade se não estiver relacionada a um contexto.

Esse é o sentido da criatividade. Podemos ser extremamente criativos, gerando um volume enorme de ideias que, caso não estejam adequadas ao contexto ou à nossa realidade, não vão passar de pensamentos soltos e sem finalidade.



### INDICAÇÃO DE VIDEO

Acesse o site: <http://fernandodolabela.wordpress.com/>

Conheça quem é Fernando Dolabela, autor de um dos livros mais lidos:

#### **O Segredo de Luísa.**

É uma ótima recomendação de leitura. Vale a pena ler.

O surgimento das ideias não é fruto de um “estalo psicológico” ou do surgimento de uma lâmpada acima de nossas cabeças.

É fruto de um exercício constante de tentativas e erros, idas e vindas e de muito trabalho. Por isso afirmamos anteriormente que a criatividade ou o surgimento das ideias depende de muita observação e reflexão sobre nossa realidade, sobre nossas necessidades e desejos.

Nosso amigo Dolabela (1999) diz que a criatividade surge, praticamente, durante todo o processo de solução de problemas e que depende do conhecimento acumulado.

Portanto, meu amigo, a criatividade não é obra do acaso. É fruto mesmo de muito treinamento e estudo. É persistência e trabalho.

*Lembre-se: a criatividade é um termo que está relacionado diretamente com a questão do Empreendedorismo.*

Vamos voltar nesse lembrete em outras oportunidades, ok?

Bom, já que criatividade está relacionada à compreensão do ambiente onde estamos inseridos e à solução de problemas, temos outro termo associado ao processo empreendedor que nos remete à possibilidade de transformar uma ideia em algo útil e que pode ser utilizado para ajudar a humanidade e que gere valor e retorno.

**DAÍ ADVÉM À DEFINIÇÃO DE INOVAÇÃO.**

Inovar parte do princípio que alguém fez algo novo. Pode ser até que tenha como base algo que já existe.

Por exemplo, estávamos acostumados com a lata de milho verde que compramos nos supermercados com o milho cozido conservado em água e sal dentro da lata. Posteriormente, uma empresa inovou trazendo o mesmo produto. Só que o milho não estava mais imerso na água e sal. Isso mesmo. Passou a ser oferecido o milho verde em lata sem a presença de água e cozido a vapor. Isso é uma inovação de um produto já conhecido por nós e que sofreu ou passou por uma mudança ou transformação.

Ficou confuso?

Parece que criatividade e inovação são a mesma coisa?

Não se preocupe.

Vamos discutir um pouco mais para que possamos clarear as suas ideias.

**INDICAÇÃO DE VIDEO**

Para ajudá-lo ainda mais sugiro que assista a um pequeno vídeo do nosso já conhecido consultor de empresas Waldez Ludwig sobre a criatividade e inovação.

O nome do vídeo é “Criatividade *versus* Inovação”.

<http://www.youtube.com/watch?v=gDJkbsfT55w>



**E aí?**

**O que acha da definição exposta pelo Waldez?**

**Simples, não?**

E é essa a diferença básica entre criatividade e inovação. Enquanto podemos ser extremamente criativos, pode ser que não sejamos inovadores. A inovação permite criar algo que realmente atenda aos anseios de outras pessoas e que, possivelmente, possa agregar valor para essas pessoas e trazer retorno ao criador ou a quem implementar a inovação.

Tem um exemplo muito interessante sobre a indústria de automóveis americana. A tecnologia de produção de automóveis pequenos foi criada e desenvolvida pelos americanos. Muito criativos, não? Porém, eles acreditavam que o mercado americano não aceitaria de forma satisfatória os automóveis pequenos, pois o que era mais comum na comunidade americana, quase uma regra, era o consumo de automóveis enormes, pois ostentavam e passavam a ideia do *status* de quem os possuía.

Produto típico dos americanos, não?

Os japoneses foram inovadores. Utilizaram a tecnologia de automóveis pequenos criada pelos americanos, desenvolveram tais automóveis e pasmem: começaram a exportar os ditos automóveis pequenos para os americanos.

Isso mesmo. Aquele mercado cuja indústria automobilística americana tinha como paradigma que o mercado consumidor de automóveis nos Estados Unidos só tinha espaço para automóveis maiores.

Engano! Os japoneses inovaram ofertando tais produtos aos americanos e conseguiram retorno com essa ação.

### A PROPÓSITO, PERCEBEU O TERMO PARADIGMA?

Paradigma é um padrão que temos construído por nós devido a uma série de fatores e que, em muitos casos, resistimos em “quebrar”.

Daí vem o termo **“quebra de paradigmas”**.

Paradigma é o que consideramos ser comum, por isso, muitas vezes, não há a preocupação em questioná-lo.

Araújo (2001, p. 45) nos apresenta a definição de paradigma como sendo “uma forma de ver o mundo. É um padrão. Ele informa às pessoas como analisar e interpretar fatos, eventos ou determinadas situações”.

**CRIATIVIDADE**

Dolabela (1999) afirma que a criatividade gera ideias e que não é difícil gerar boas ideias. Afirma também que uma ideia em si não tem valor em termos mais práticos. Significa que uma ideia por si só não tem nenhuma utilidade se não estiver relacionada a um contexto.

**INOVAÇÃO**

Inovar parte do princípio que alguém fez algo novo. pode ser até que tenha como base algo que já existe.

**PARADIGMA**

Paradigma é um padrão que temos construído por nós devido a uma série de fatores e que, em muitos casos, resistimos em "quebrar".

**ENTÃO, PODEMOS CHEGAR A UMA CONCLUSÃO INTERESSANTE SOBRE:**

**CRIATIVIDADE, INOVAÇÃO E PARADIGMA**

Os criativos utilizam da inovação para quebrar esses paradigmas.

Perfeito?

Ótimo!

Já podemos, então, perceber que a criatividade e a inovação devem andar juntas e que, para utilizar a criatividade, as pessoas devem estar sempre "antenas" e atentas às situações e às mudanças do ambiente em que vive e do mundo. Devem estar atentas à sua realidade para que possam propiciar a mudança necessária.

O foco de se discutir aspectos relacionados à criatividade e à inovação no Empreendedorismo está atrelado ao fato de que o que necessitamos para o nosso país em desenvolvimento é formar empreendedores e não empresas.

Como assim?

Vejamos.

Empresas poderão ser formadas e criadas o tempo todo pela iniciativa de diversas pessoas.

Mas esse não é o caso ou a questão principal.

O grande desafio é a continuidade dessas empresas para que possam gerar o desenvolvimento esperado por todos nós brasileiros.

E arrisco ir mais além: o nosso país necessita de pessoas não somente nas empresas que geram lucro ou retorno financeiro.

Necessita de pessoas criativas e inovadoras também em instituições que promovam ações sociais para fomentar o desenvolvimento, ou seja, nas escolas, nas associações de bairros, nas associações de classe, nos governos etc.

Por isso é importante que o empreendedorismo seja visto de uma forma muito mais além do que características no perfil de um empresário. É sim possível sermos empresários empreendedores, assim como é possível sermos funcionários empreendedores, pesquisadores empreendedores, funcionários públicos empreendedores, trabalhadores autônomos empreendedores, etc. Para isso, vamos depender apenas da forma como nos posicionamos e agimos no nosso dia a dia.

Entende agora o motivo de começarmos nossa conversa discutindo sobre o sistema econômico, o mercado de trabalho e o desenvolvimento lá na unidade I?

Como disse, precisávamos tecer um pano de fundo que pudesse servir de suporte e contexto para essa caminhada.

**Legal, não?**

**Muito bom.**

Percebo que já está fazendo os *links* necessários para o entendimento do processo empreendedor.

Vamos a mais alguns links.

A inovação, conforme salientado por Dornelas (2005), é o grande diferencial do desenvolvimento. Para esse autor o desenvolvimento depende do que ele definiu como fatores críticos para o desenvolvimento.

#### **SÃO OS SEGUINTE FATORES:**

- **O TALENTO DAS PESSOAS:** que trabalhamos na unidade II;
- **AS IDEIAS OU CRIATIVIDADE:** que também trabalhamos na unidade II;
- **OS RECURSOS:** que representam um combustível nesse processo;
- **O KNOW-HOW (OU CONHECIMENTO) PARA O PROCESSO DE INOVAÇÃO:** o termo em inglês “know-how” faz referência ao conhecimento, ou seja, a capacidade de uma pessoa para realizar uma tarefa. É a bagagem que ela possui em um determinado assunto e que vai fazer diferença no momento de executar determinada atividade.

Portanto, ter um volume de empresas e negócios não necessariamente permite um país se desenvolver.

É fundamental qualidade nas empresas através das pessoas que nelas trabalham e também das pessoas que as criam, seus fundadores.

---

#### **REPITO:**

O paradigma a ser quebrado é que necessitamos formar empreendedores e não empresas.

---

### **RESUMO**

Falar sobre empreendedorismo é falar em mudança, ou pelo menos, estar aberto a mudança. Podemos também reforçar a ideia da necessidade de observação do mundo ao nosso redor. Empreender está diretamente relacionado à percepção de **necessidades e demandas das pessoas e/ou das organizações.**

Quando estudamos empreendedorismo, percebemos a contribuição da criatividade para o processo de inovação. E falando nisso, **criatividade** e **inovação** são a mesma coisa? Penso que não. Podemos fazer a distinção dizendo que **criatividade**



é o processo de gerar ideias. Porém, ideias sem aplicação prática não tem o menor valor. Aí surge o termo **inovação**, que trata exatamente da aplicação prática das ideias, ter uma utilidade para quem delas precisa. Por inovação entendemos a criação de algo novo, útil, ou a melhoria de alguma coisa que já existe, dando a ela uma nova forma, um novo uso, etc.

Para o processo de inovação é necessária a quebra de **paradigma**. Paradigmas são os padrões que nos ensinaram ou adotamos durante a vida. Quebrar **paradigma** está relacionado à pergunta: e por que não? Então, “os criativos utilizam da inovação para quebrar esses paradigmas.”

### **Caminhada legal, não?**

Conseguiu perceber as relações necessárias para entender o mundo à sua volta?

Na verdade, o que discutimos até aqui não é novidade nenhuma. Está presente na nossa realidade todos os dias. O que é importante é você despertar e começar a observar tudo que acontece, caso ainda não o faça, e fazer aquela perguntinha básica: e por que não?

**Bons estudos e até a próxima.**

## REFERÊNCIAS

Material elaborado por: Ms. Sandro Feu de Souza

Revisado por: Ms. Telêmaco Pompei / Esp. Wisley de Jesus Vieira

ARAÚJO, Luis César G. de. **Tecnologias de gestão organizacional**. São Paulo: Atlas, 2001.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

Disponível: <http://www.youtube.com/watch?v=gDJkbsfT55w>. Acesso em: ago. 2010.

## MÓDULO III

### UNIDADE I – CARACTERIZAR EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

#### Objetivos

- Caracterizar empreendedorismo e empreendedor;
- Apresentar as características e atitudes do comportamento empreendedor

#### O EMPREENDEDOR COMO AGENTE DE MUDANÇA E CRIADOR DE NOVOS NEGÓCIOS.

Olá ! Tudo bem?

Pronto para reiniciar nossa discussão sobre o mundo empreendedor?

Até agora discutimos assuntos relacionados ao mundo empreendedor, como, por exemplo, os aspectos econômicos, do mercado de trabalho, a relação da criatividade e da inovação com o empreendedor e como tudo isso afeta o desenvolvimento.

O objetivo dessa unidade é apresentar a definição de empreendedorismo, a definição de empreendedor e as características e atitudes inerentes ao comportamento empreendedor. Também é finalidade dessa unidade discutir sobre as visões do empreendedor, segundo a teoria visionária de Louis Jacques Filion (1993).

Bom, percebeu que ainda não discutimos as definições de **EMPREENDEDORISMO** e **EMPREENDEDOR**?

Estamos exatamente no momento de trabalharmos mais detalhadamente essas definições.

O empreendedorismo não é algo novo, mas ganhou notoriedade e destaque nas últimas décadas. Praticamente, em todas as esferas do conhecimento estamos presenciando pessoas discutindo a necessidade de conhecer aspectos relacionados ao empreendedorismo.

Historicamente, Dolabela (1999) cita dois autores clássicos quando o assunto é o **EMPREENDEDORISMO**. Um deles é Jean-Baptiste Say (1827), considerado o pai do empreendedorismo, e o economista austríaco Joseph A. Schumpeter (1934), que associou as ideias sobre empreendedorismo, o empreendedor e o seu importante papel no desenvolvimento econômico, relacionando o agente empreendedor ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios.

### MAS O QUE SIGNIFICA O TERMO EMPREENDEDORISMO?

O nosso amigo Dolabela (1999) nos informa que **EMPREENDEDORISMO** é uma livre tradução da palavra em francês *entrepreneurship*. É muito utilizado para indicar ou designar estudos relacionados ao sujeito empreendedor, às características do seu perfil, suas origens, seus sistemas de atividades, bem como seu universo e ambiente de atuação. Dolabela ainda salienta que, além de estar relacionado à criação de empresas, o termo **EMPREENDEDORISMO** abrange outros temas, como: geração de auto-emprego, que diz respeito ao trabalhador autônomo; como as comunidades empreendem, também chamado de empreendedorismo comunitário; o empregador como empreendedor no seu ambiente de trabalho, também chamado de intra-empendedorismo; e as políticas do governo relacionadas ao empreendedorismo ou simplesmente políticas públicas.

Como citamos na unidade anterior, dá para notar que o termo realmente é bem amplo e por esse motivo está associado às várias áreas da vida do ser humano e da sociedade, e não somente ao empresário e à sua empresa.

Parece uma definição complicada? Mas não é. É bem abrangente, mas simples.

O que Dolabela salienta na definição de **EMPREENDEDORISMO** é que tal palavra está relacionada a todas as ações do sujeito empreendedor, suas atitudes e características associadas ao seu comportamento.

**Outros autores apresentam outras perspectivas sobre o tema EMPREENDEDORISMO. Vejamos.**

---

Hisrich e Peters (2004, p. 29) afirmam que **EMPREENDEDORISMO** “é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal”.

---

Dá para observar que esses autores já salientam questões econômicas e a criação de algo novo relacionados à definição de **EMPREENDEDORISMO**. Além do mais enfatizam a independência econômica e pessoal do agente empreendedor.

Começou a associar a criatividade e a inovação da unidade anterior à definição de **EMPREENDEDORISMO**?

Percebeu que os autores Hisrich e Peters (2004) mencionam a criação de algo novo?

É isso mesmo. A criatividade e a inovação são utilizadas no empreendedorismo como ferramentas que proporcionem a criação de algo novo e criativo e que permita usufruir retornos para quem cria ou implementa. É isso que Hisrich e Peters querem dizer quando mencionam “criar algo novo com valor”...e “...recebendo as consequentes recompensas de satisfação e independência econômica e pessoal”.

Viu como não é difícil a definição de **EMPREENDEDORISMO** quando associamos várias ideias e utilizamos do conhecimento adquirido com as unidades anteriores?

Você já deve ter notado que na discussão da definição de **EMPREENDEDORISMO** existem duas vertentes importantes: uma que apresenta aspectos relacionados a fatores sociológicos, psicológicos e comportamentais e outra que aponta tendências relacionadas aos aspectos econômicos, à criatividade e à inovação como principal fator, tudo isso associado ao desenvolvimento.

E é isso mesmo que temos atualmente sobre a discussão do **EMPREENDEDORISMO**.

Na verdade, a palavra **EMPREENDEDORISMO** passa toda a ideia do agente empreendedor, seu comportamento e atuação na sociedade, bem como sua participação no desenvolvimento dessa sociedade.

É muito importante que possamos desenvolver a definição de **EMPREENDEDOR**.

- **EMPREENDEDOR**, para Dolabela (1999, p. 68), é considerado “alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito”. Quando define o que vai fazer, o **EMPREENDEDOR** considera seus sonhos, desejos, preferências, o estilo de vida que deseja ter. Para o autor, o **EMPREENDEDOR** é um ser social e é fruto do meio em que está inserido.
- Para Filion (1993), um dos maiores autoridades mundiais em empreendedorismo, o **EMPREENDEDOR** “é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. É a partir dessas visões que o empreendedor consegue criar algo novo. Mais adiante vamos falar dessas tais visões de forma mais detalhada e clara. Não encare essas visões como ficção ou alucinação, ok?

Note como o **EMPREENDEDOR**, no contexto colocado por Dolabela (1999), está relacionado a alguém que se predispõe a fazer algo, levando em consideração as suas características pessoais e atitudes. É uma definição que leva em conta aspectos psicológicos, sociais, comportamentais, bem como aspectos relacionados à realidade onde ele vive ou à sociedade onde está inserido.

Temos outras perspectivas também sobre o **EMPREENDEDOR**, de acordo com os vários entendimentos existentes. Essas perspectivas nos ajuda a entender melhor a participação desse agente na sociedade.

**Hisrich e Peters (2004) apontam três perspectivas diferentes para o termo.**

**Vejamos:**

Para o economista, o empreendedor é responsável pela combinação de recursos, trabalho, materiais etc. para aumentar o valor de algo. É também responsável por introduzir mudanças e inovações, alterando a ordem existente.

Para alguns homens de negócios, por um lado, o empreendedor é considerado uma ameaça, um concorrente e, por outro lado, é considerado um aliado, um fornecedor, um cliente ou alguém que cria riqueza para outros.

Para o psicólogo, o empreendedor é aquele sujeito que é impulsionado por forças, como a necessidade de obter algo, experimentar e realizar coisas novas, colocar em práticas suas ideias.

É curiosa a quantidade de perspectivas que existem sobre o termo **EMPREENDEDORISMO** e, principalmente, sobre a figura do **EMPREENDEDOR**. Por isso esse assunto instiga e fascina tantas pessoas pelo mundo inteiro. A relação do empreendedor com as situações atuais é muito íntima e pode ser utilizada para explicar diversos acontecimentos que ocorrem.

Degen (1989), Dolabela (1999), Chiavenato (2004) e Dornelas (2005) citam em suas obras a definição do economista Schumpeter (1934) para o termo **EMPREENDEDOR**, ou seja, “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Parece um revolucionário, não?

O **EMPREENDEDOR** questiona a ordem vigente e propõe nova ordem através da inovação em produtos, serviços e processos. Quando ele questiona a ordem existente ele está questionando os paradigmas existentes e propondo melhorias.

Isso mesmo!

O **EMPREENDEDOR**, diante desse contexto, é considerado “o agente do processo de destruição criativa”, conforme proposto por Schumpeter (1934), “é o impulso fundamental que aciona e mantém em marcha o motor capitalista”.

Bom, essa visão de Schumpeter (1934) está impregnada por variáveis das Ciências Econômicas. Por isso, acredita-se que o **EMPREENDEDOR** é o agente de mudança que coloca em marcha o sistema capitalista através da criatividade e inovação.

Porém, não podemos deixar de lado a ideia do empreendedor enquanto sujeito com características e atitudes peculiares. Tais características e atitudes envolvem o estudo do comportamento desse agente.

Sempre existiu uma discussão ferrenha no que diz respeito à origem do empreendedor, isto é, se o empreendedor nasce empreendedor ou se é possível desenvolver um empreendedor.

Parece uma discussão sem muitas respostas coerentes. Mas vamos analisar alguns fatos.

O fato de uma pessoa ser filho ou filha de empreendedores não determina, obviamente, que essa pessoa será uma empreendedora. Podemos dizer que “está no

sangue”, mas se não existir condições do meio onde essa pessoa vive que impulse o desenvolvimento dessas características, pode ser que nada aconteça o que essa pessoa nada realize. Essa é uma corrente de pensamento.

Outra corrente acredita que são genéticas tais características e que se uma pessoa é filho ou filha de empreendedores, obviamente será também empreendedora.

Nas últimas décadas estamos presenciando o esforço de instituições e governos para desenvolver empreendedores através de treinamentos e cursos que possibilitem o desenvolvimento de habilidades e competências que formem o perfil dos empreendedores.

Escolha sua posição e não se sinta intimidado em assumi-la. Procure pesquisar fatos e argumentos que reforcem a sua posição.

E você? Considera-se um empreendedor? Possui características do comportamento empreendedor? Quais características você acredita que define o seu perfil empreendedor?

Bom, muita coisa tem sido publicada sobre as características do comportamento empreendedor. Você vai encontrar inúmeras publicações apontando tais características. Para facilitar a discussão e o seu entendimento, vamos utilizar o conjunto de características citado por Dolabela (1999). Veja ao final dessa aula o texto complementar intitulado “*Resumo das Principais Características dos Empreendedores*”, extraído do livro O Segredo de Luísa.



---

Uau! Agora você deve estar realmente com muitas informações. É preciso organizá-las coerentemente na sua mente.

Quero lhe informar que esse volume de informações e definições é só a “ponta do iceberg” nessa discussão sobre o empreendedorismo.

Calma!

Fique tranquilo. Vamos desvendando esse mistério juntos.

Sugiro que leia e converse com outras pessoas sobre o tema. Ele é fascinante e realmente existe muita coisa a ser descoberta e desvendada.

---

Uma coisa que você deve ter em mente é que existem teorias que trabalham o processo criativo e inovador do empreendedor, ou seja, o que Filion (1993) denominou de visões e desenvolveu uma teoria: **a teoria visionária**. Parece coisa de futuro, ou adivinhações, não é? Talvez muito místico?

Vejamos.

Nosso amigo Filion (1993) define a visão como uma imagem que é projetada no futuro. Significa dizer que é uma imagem do lugar que se pretende ver ocupado pelos seus produtos no mercado, bem como a imagem projetada do tipo de organização é necessária para conseguir essa posição no futuro.



Figura 01 - Louis Jacques Filion.

Conheça mais sobre o trabalho de Filion. Faça a leitura do material que está disponível no ambiente EaD. O título do artigo é “Relações: Elementos para um Metamodelo Empreendedor”.





De acordo com a teoria visionária de Fillion (1993), existem três categorias de visões: visões emergentes, visão central e visões complementares.

As visões emergentes estão associadas às várias ideias de produtos ou serviços que povoam a mente do empreendedor.

A visão central é a lapidação das várias visões emergentes e que culmina em uma única visão. A visão central se divide em externa (que se refere ao lugar que se espera ocupar com o produto ou serviço no mercado) e interna (refere-se à compreensão da organização necessária para dar suporte à visão externa).

Já as visões complementares compreendem atividades de gestão definidas e que são necessárias para dar suporte à visão central.

Observe que as visões, na verdade, representam uma sequência e começa exatamente pela ideia e criatividade do empreendedor.

Fillion (1993) ainda identificou alguns elementos que dão suporte à formação da visão. De forma objetiva, são eles:

- Conceito de si: relacionado à auto-imagem e como a pessoa se vê.
- Energia: refere-se ao tempo dedicado ao trabalho, no que diz respeito à qualidade e à quantidade desse tempo.
- Liderança:
- Compreensão do setor: refere-se à identificação de uma oportunidade real de negócio através do desenvolvimento do conhecimento e compreensão do setor.
- Relações: a influência recebida pelo empreendedor, oriunda das pessoas com as quais se relacionam.
- Espaço de si: refere-se às convenções formais e informais que regem as relações existentes entre as pessoas numa determinada sociedade.

---

**Bem legal as colocações do Filion, não acha?**

Dá para perceber e assimilar que o empreendedorismo está intimamente ligado à figura do empreendedor e o ambiente onde ele vive. Essa combinação permite a formação e a construção de visões.

Nessa unidade, você teve a oportunidade de entender as definições de empreendedorismo e empreendedor, de acordo com diversas perspectivas e entender as visões do empreendedor à luz da teoria visionária de Filion.

Não deixe de ler o texto complementar a seguir e o artigo do Filion que está disponível no ambiente EAD. Tais materiais lhe proporcionarão maior gama de informações e enriquecerá suas discussões.

**Até a próxima.**

---

**TEXTO COMPLEMENTAR****Resumo das principais características dos empreendedores, baseadas nas pesquisas de Timmons (1994) e Hornaday (1982):**

- O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia.
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.
- Trabalha sozinho.
- Tem perseverança e tenacidade.
- O fracasso é considerado um resultado como outro qualquer. O empreendedor aprende com os resultados negativos, com os próprios erros.
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar os seus esforços para alcançar resultados.
- Sabe fixar metas e alcançá-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar um espaço não ocupado por outros no mercado, descobrir nichos.

- Tem forte intuição. Como no esporte, o que importa não é o que se sabe, mas o que se faz.
- Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz.
- Cria situações para obter *feedback* sobre o seu comportamento e sabe utilizar tais informações para o seu aprimoramento.
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.
- É sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro.
- É líder. Cria um sistema próprio de relações com os empregados. É comparado a um “líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, extraindo deles o que têm de melhor, mas conseguindo transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo uma partitura, um tema, um objetivo.
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho.
- Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar os seus objetivos. A rede de relações interna (com sócios, colaboradores) é mais importante que a externa.
- O empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo em que atua.
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.
- Traduz seus pensamentos em ações.
- Define o que deve aprender (a partir do não definido) para realizar as suas visões. É pró-ativo diante daquilo que deve saber: primeiramente define o que quer, aonde quer chegar, depois busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. Preocupa-se em aprender a aprender, porque sabe que no seu dia-a-dia será submetido a situações que exigem a constante apreensão de conhecimentos que não estão nos livros. O empreendedor é um fixador de metas.

- Cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz. Emoção e afeto são determinantes para explicar o seu interesse. Aprende indefinidamente.
- Tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar as pessoas as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo. A empresa é um sistema social que gira em torno do empreendedor. Ele acha que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua.
- O empreendedor não é um aventureiro; assume riscos moderados. Gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo. (A inovação é relacionada ao produto. É diferente da invenção, que pode não dar consequência a um produto.)
- Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza e é hábil em definir a partir do indefinido.
- Mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999, p. 37-38.

## RESUMINDO

Na aula de hoje compreendemos melhor os conceitos de empreendedorismo e também as características do comportamento empreendedor.

Voce conseguiu perceber quantos pensamentos que se completam, quando o assunto é empreendedorismo? Vale a pena relembrar:

Degen (1989), Dolabela (1999), Chiavenato (2004) e Dornelas (2005) citam em suas obras a definição do economista Schumpeter (1934) para o termo EMPREENDEDOR, ou seja, “aquele que destroi a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

EMPREENDEDOR, para Dolabela (1999, p. 68), é considerado “alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito”. Quando define o que vai fazer, o EMPREENDEDOR considera seus sonhos, desejos, preferências, o estilo

de vida que deseja ter. Para o autor, o EMPREENDEDOR é um ser social e é fruto do meio em que está inserido.

Para Filion (1993), um dos maiores autoridades mundiais em empreendedorismo, o EMPREENDEDOR “é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. É a partir dessas visões que o empreendedor consegue criar algo novo.

Filion (1993) ainda desenvolveu o conceito de teoria visionária, que em muito contribui para o desenvolvimento do comportamento empreendedor.

E você? Considera-se um empreendedor? Possui características do comportamento empreendedor?

Quais características você acredita que define o seu perfil empreendedor?

**Bons estudos e até a próxima.**

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. 1989. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

FILION, Louis Jacques. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **Revista de administração de empresas**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 33 (6). Nov./Dez. 1991, p. 50-61.

HISRICH, Robert D. e PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

Figura 01 disponível em: <http://www.cdt.unb.br/noticias/ctrPortalNoticias.php?idNot=42&m=1&a=4>

Figura 02 disponível em: [http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html/ar\\_10\\_01.html](http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html/ar_10_01.html)

## MÓDULO IV

### UNIDADE I – PLANOS DE NEGÓCIOS: ESTRUTURA E ELABORAÇÃO

#### Objetivos

- Discutir planejamento.
- Conceituar plano de negócios.

Oi!

Estamos novamente juntos para mais uma jornada sobre Empreendedorismo. Tem estudado muito? Tem refletido sobre sua postura empreendedora e suas ações?

É muito importante que nossa discussão não fique somente na unidade de ensino. Meu maior objetivo em caminhar com você é fazê-lo refletir enquanto agente de um mundo em constantes mudanças e qual o seu papel como agente ativo dessas mudanças.

O que você pode proporcionar para o desenvolvimento da sua cidade, da região onde mora?

Você é muito importante nesse processo. Por isso é fundamental que reflita e busque constantemente o desenvolvimento de características empreendedoras. Perfeito?

Bom, nessa unidade nosso objetivo é discutir um fundamento básico do empreendedorismo que não é somente comportamental, mas também técnico: é uma ferramenta conhecida mundialmente como business plan. No português, plano de negócios.

Pronto?

Vamos, então...

Já vimos na unidade anterior a importância da função de planejamento para o processo empresarial. Não existe prática coerente sem que haja o planejamento. É o planejamento que nos permite definir nossos objetivos, como alcançá-los, quais recursos e quanto devemos utilizar desses recursos para alcançá-los.



Porém, o plano de negócios não é somente para isso. É muito mais do que um mero documento que permite a viabilização de financiamentos ao empreendedor para a montagem do negócio.

Dornelas (2001) afirma que “o plano de negócios é uma ferramenta de gestão com múltiplas aplicações”.

É uma ferramenta ampla que permite ao empreendedor “colocar” literalmente sua ideia no papel para que ele possa visualizar o que deve ser feito e facilitar a implementação do negócio proposto. É um documento composto de algumas etapas e que permite ao empreendedor uma direção do que deve ser feito. O plano é considerado a tomada antecipada de decisões sobre um negócio e o seu mercado.

Degen (1989) salienta que o plano é a etapa de formalização das ideias, da oportunidade detectada pelo empreendedor, do conceito do negócio, dos riscos envolvidos e das ações para minimizá-los, bem como a proposta de planos de marketing, de vendas, operacional e financeiro que justifica e é necessário para viabilizar o negócio.

É um documento bem completo e que deve ser realmente investido tempo para sua elaboração. É a **bússola** do empreendedor.

Chiavenato (2004, p. 128) faz uma colocação bem completa sobre plano de negócios e que vale a pena apresentá-la. Ele nos diz que:

---

O plano de negócio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade e dos seus riscos, bem como facilitar sua implantação. É uma espécie de plano de viabilização da ideia, um pequeno check list para não deixar passar nada despercebido.

---

## VAMOS JUNTAR ALGUMAS COISAS QUE JÁ VIMOS?

Você pode perceber que o plano de negócio representa as visões complementares que auxiliarão o empreendedor a operacionalizar a visão central. Logo, o plano de negócios compreende um conjunto de informações e procedimentos relacionados aos aspectos gerenciais e mercadológicos do negócio, o que Fillion (1993) definiu como visões complementares, pois complementa e auxilia o empreendedor a colocar em prática sua visão central.



O plano de negócios deve ser confeccionado pelo empreendedor, pois permite a ele uma direção acerca do seu negócio, permite apresentá-lo aos futuros fornecedores, aos futuros colaboradores, além disso, como já foi mencionado, permite a apresentação desse documento a uma instituição financeira para fornecimento de crédito e financiamento. É o seu cartão de visitas.

Como o plano de negócios é uma sequência de etapas, ele deve ser desenvolvido de forma que, no conjunto do plano, o empreendedor tenha exatamente documentado o que precisa fazer para implementar sua ideia e conseguir retorno com ela.

### **MAS QUE ETAPAS SÃO ESSAS E QUAL A SUA UTILIDADE?**

Bom, o volume de livros e materiais publicados nas últimas décadas apresenta uma série de roteiros para a estruturação e a elaboração de um plano de negócios. Quero informá-lo que não existe aquele roteiro melhor do que esse. Cabe ao empreendedor verificar o que realmente ele precisa e utilizar o roteiro dentre os propostos pelos autores que mais lhe atende.

Aqui estarei apresentando um roteiro básico de plano de negócios com base nas diversas visões dos autores e das instituições que trabalham o plano de negócios como ferramenta gerencial para o empreendedor.

### **VAMOS LÁ?**



Um bom plano de negócio deve conter, como primeiro passo, uma boa sequência de descrições. A principal é sobre o ramo de negócio que o empreendimento vai estar inserido. É muito importante que o empreendedor consiga levantar todas as informações pertinentes ao negócio. Essa descrição do ramo de negócio ou setor permite desenvolver o que se define como análise de mercado ou diagnóstico estratégico.

Nessa análise de mercado é importante perceber que toda organização possui em seu ambiente, o ambiente externo e o ambiente interno. Esses ambientes são compostos, respectivamente, de variáveis externas (ambiente externo) e variáveis internas (ambiente interno). Tais variáveis é que receberão a atenção do empreendedor no que diz respeito à análise.

O ambiente externo está representado pelo mercado da empresa. As variáveis externas são não controláveis, pois o empreendedor não consegue controlar a influência dessas variáveis sobre o seu negócio. Influência que pode ser tanto positiva quanto negativa.

No ambiente externo nota-se uma subdivisão: o macroambiente (que é comum a todas as empresas, independente do setor onde atua) e o ambiente setorial, de tarefa ou específico (que é o ambiente específico de empresas inseridas em determinado setor).

No macroambiente temos variáveis como variáveis políticas, sociais, demográficas, ambientais, legais, culturais, tecnológicas e econômicas e que afetam qualquer tipo de empresa, independente do setor onde esteja inserida. Por exemplo, a alta do dólar afeta a todas as empresas, algumas mais, outras menos; a mudança de presidente em um país afeta todas as empresas, umas mais, outras menos.

O ambiente setorial, como o próprio nome já diz, é o ambiente específico de um determinado setor e é composto por variáveis externas também não controláveis que afetam as empresas desse setor. Nesse ambiente estão presentes três agentes que são específicos dos setores. São eles: os fornecedores, os concorrentes e os consumidores. Por exemplo, uma empresa que trabalha com gêneros alimentícios concorre com as outras empresas desse setor e disputam os consumidores desse mercado. Entendeu como é a divisão?

No mercado ou no ambiente externo, as variáveis aí presentes delineiam situações para as empresas. Através da análise dessas variáveis é possível identificar:

- **QUAIS SÃO AS AMEAÇAS E AS OPORTUNIDADES DO SETOR?**

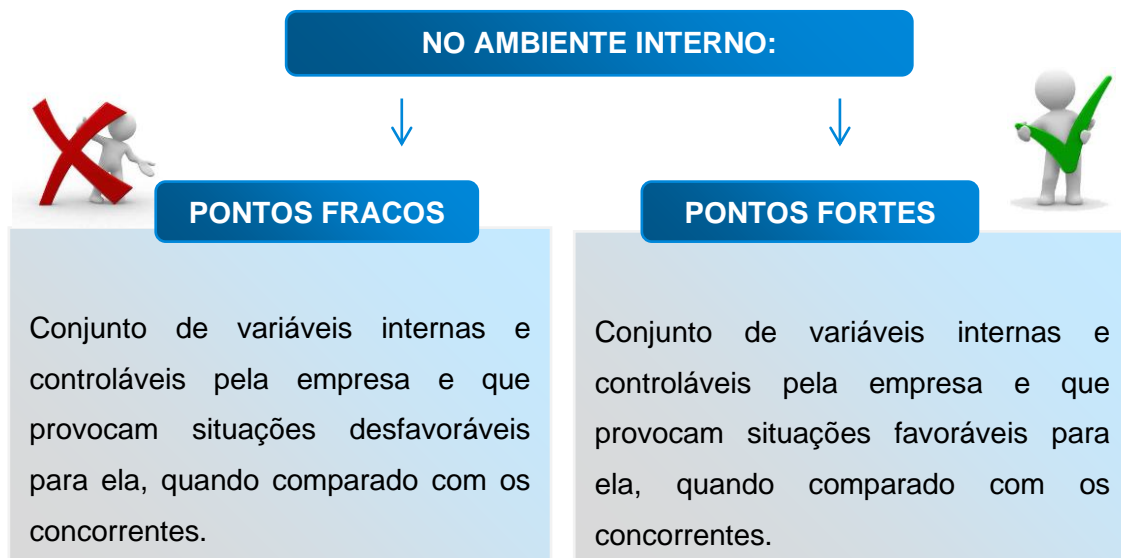
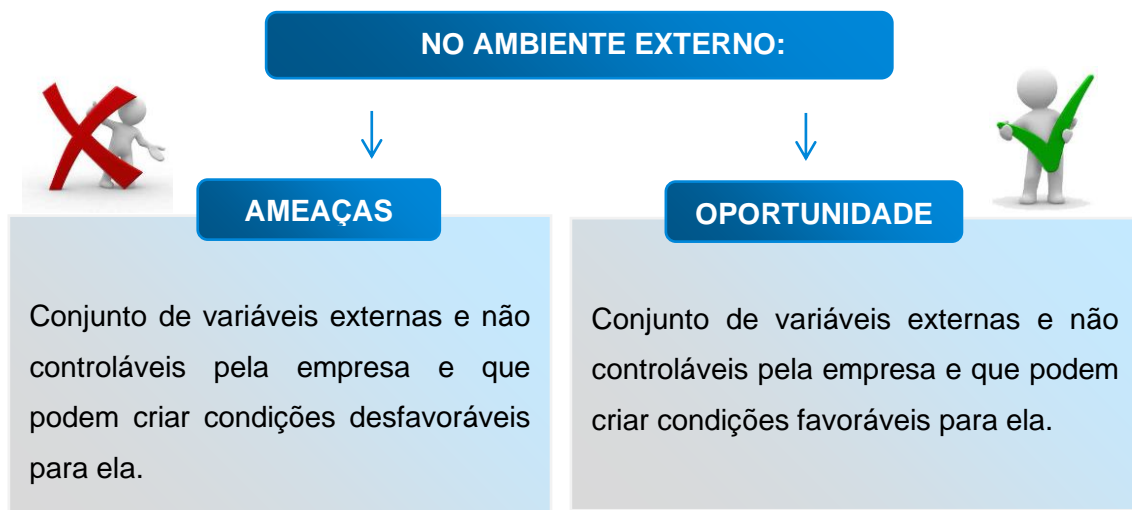
Já o ambiente interno é composto por variáveis internas controláveis pelo empreendedor, já que ele possui condições de criá-las e influenciá-las.

No ambiente interno, ao analisar tais variáveis, é possível identificar:

- **QUAIS OS PONTOS FORTES E OS PONTOS FRACOS DO NEGÓCIO?**

Vamos definir melhor, então, cada um desses conjuntos de variáveis, de acordo com as colocações de Oliveira (2006)?

**Vamos lá.**



Dessa forma temos uma análise do ambiente do empreendimento, levando-se em consideração as situações do mercado e as condições da empresa no mercado.

Ao se trabalhar a análise do mercado fornecedor, concorrente e consumidor, são necessários o maior volume de informações possíveis para descrever:



<http://www.endeavor.org.br/>

**a) EM RELAÇÃO AO MERCADO FORNECEDOR:**

- Quem são meus principais fornecedores?
- Onde se localizam?
- Quais as principais vantagens oferecidas?

**b) EM RELAÇÃO AO MERCADO CONCORRENTE:**

- Quem são meus concorrentes?
- Onde se localizam?
- Quais são os principais pontos fortes e pontos fracos dos concorrentes?

**c) EM RELAÇÃO AO MERCADO CONSUMIDOR:**

- Quem são meus clientes?
- Onde se localizam?
- O que tem valor para os clientes?

Com base nessa análise de mercado, o empreendedor tem condições de definir três pontos importantes ainda dentro do diagnóstico estratégico. São eles:

A missão: compreende a razão de existir da empresa e, de forma sucinta, deve procurar, através de uma frase ou trecho, explicitar o negócio que a empresa está inserida, o produto ou serviço ofertado e o público-alvo. Não, necessariamente, ou, via de regra, deve conter esses itens, mas são bons parâmetros para se definir a razão de existir da empresa.

A visão: a visão representa a articulação da empresa em relação ao futuro, ou seja, é a idealização de um futuro para a empresa.

Os objetivos: compreendem o que a empresa pretende alcançar em determinado período de tempo, levando-se em consideração as condições do ambiente externo e as situações do ambiente interno. São alvos a serem atingidos no longo prazo.

O plano de negócios ainda é composto por um conjunto de planos específicos. Cada plano representa ou é composto por um conjunto de ações de áreas específicas da empresa que, juntas, devem propiciar a operacionalização do negócio. Tais planos são:

- **O PLANO OPERACIONAL:** responsável por descrever os processos de fabricação a serem utilizados e desenvolvidos pela empresa, tanto as que ofertam produtos quanto as que ofertam serviços.
- **O PLANO DE *MARKETING*:** responsável por descrever todas as ações que a empresa desenvolve no mercado para uma melhor visibilidade da empresa e dos produtos e serviços que oferta. As ações de *marketing* compreendem ações relacionadas ao composto ou mix de *marketing*, que é composto pelas ações de produto/serviço; pelas ações de preço; pelas ações de distribuição (ponto de venda); e pelas ações de comunicação (propaganda/promoção).
- **O PLANO FINANCEIRO:** responsável por detalhar a estrutura de investimentos e gastos necessários para a abertura e operacionalização do negócio. O investimento é subdividido em: investimento fixo (máquinas, equipamentos, estrutura física, móveis, instalações etc.); investimento pré-operacional (investimentos necessários antes de a empresa iniciar seu funcionamento e que não se enquadram em itens físicos, como, por exemplo, elaboração do contrato social, pagamento de alvará de funcionamento, registro da empresa etc.); investimento em capital de giro (montante necessário para a empresa bancar suas operações antes do recebimento oriundo das vendas, garantindo a cobertura de custos/despesas antes dos recebimentos).

## RESUMINDO

O plano de negócio é um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento, que define suas principais características e condições para proporcionar uma análise de sua viabilidade e dos seus riscos, bem como facilitar sua implantação. É uma espécie de plano de viabilização da ideia, um pequeno checklist para não deixar passar nada despercebido (Chiavenato, 2004:128).

Um bom plano de negócio deve conter, como primeiro passo, uma boa sequência de descrições. A principal é sobre o ramo de negócio que o empreendimento vai estar inserido. É muito importante que o empreendedor consiga levantar todas as informações pertinentes ao negócio. Essa descrição do ramo de negócio ou setor permite desenvolver o que se define como análise de mercado ou diagnóstico estratégico.

Nessa análise de mercado é importante perceber que toda organização possui em seu ambiente, o ambiente externo e o ambiente interno. Esses ambientes são compostos, respectivamente, de variáveis externas (ambiente externo) e variáveis internas (ambiente interno).

Para a elaboração do plano de negócios é importante que o empreendedor saiba responder as seguintes questões: 1. Quais são as ameaças e as oportunidades do setor em que pretende atuar? 2. Quais os pontos fortes e os pontos fracos do negócio? Essas questões vão ajudar o empreendedor a compreender melhor as variáveis do ambiente externo e o ambiente interno.

Dessa forma temos uma análise do ambiente do empreendimento, levando-se em consideração as situações do mercado e as condições da empresa no mercado. Além disso, será necessário realizar a análise do mercado fornecedor, concorrente e consumidor.

Dentro dessa visão, temos uma ideia bem mais dinâmica do plano de negócios. Procure pesquisar e ler um pouco mais sobre o plano de negócios. Vai perceber que realmente é uma ferramenta interessante. O livro Segredo de Luísa, do autor Fernando Dolabela é aqui indicado novamente.

Procure aproveitar ao máximo sua leitura e não se prenda apenas à nossa discussão.

Procure ampliar seus horizontes.

Até a próxima.

Um grande abraço.

**REFERÊNCIAS**

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DEGEN, Ronald. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Mc Graw Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia, práticas. 22. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

**UNIDADE II – EMPREENDEDORISMO E VISÃO DE NEGÓCIOS****Objetivos**

- Apresentar a relação existente entre visão de negócio e a abertura de empreendimentos;
- Conceituar o termo oportunidade;
- Desenvolver compreensão sobre vantagem competitiva.

**Olá!**

**Tudo bem?**

E aí, como foi na primeira etapa de notas? Assimilou bastante o conteúdo da unidade de ensino Empreendedorismo?

Espero que esteja aproveitando bastante o que estamos discutindo e construindo juntos.

É muito importante, não para simplesmente ter notas e conseguir a aprovação na unidade de ensino, mas para realmente refletir sua participação como agente do processo onde se insere e definir qual o seu papel nesse contexto. Lembre-se que a formação superior não é somente um título ou um diploma para se colocar na parede. É uma mudança de comportamento através do desenvolvimento pessoal e profissional. E esse é um dos objetivos da unidade de ensino Empreendedorismo: auxiliá-lo na formação para que possa descobrir o melhor caminho para a sua vida tanto pessoal quanto profissional.

Na verdade, estamos fazendo uma reflexão desse movimento chamado empreendedorismo e que tanto interessa ao mundo todo no intuito de propiciar crescimento e desenvolvimento às regiões, aos países e ao mundo como um todo. Precisamos como já dizia um velho ditado, pensar globalmente e agir localmente.

É por isso que estamos construindo essa unidade de ensino juntos e o principal objetivo ao final é que você reflita sua participação como agente de mudança na sociedade onde está inserido.

**Qual é a sua contribuição? O que você pode fazer?  
Vamos a mais uma unidade?**



O objetivo dessa unidade IV é apresentar como a visão de negócio discutida por Filion (1993) está relacionada ao surgimento de empreendimentos ou negócios dentro do sistema econômico. Na verdade, vamos discutir aqui a relação existente entre o perfil empreendedor e o que eles podem fazer quando abrem o seu próprio negócio.

Se você se recordar, vai perceber que estamos trabalhando agora mais pela questão econômica e de gestão, isto é, estamos trabalhando uma visão mais técnica do que psicológica da abrangência do Empreendedorismo.

Quando apresentamos as características do perfil empreendedor, estávamos trabalhando mais o aspecto psicológico.

Vamos, então?

Na unidade anterior vimos que Filion (1993) aponta três categorias de visão que representam uma sequência que dá origem a um empreendimento, conjugando a ideia, chamada de criatividade, com a inovação.

Essas visões têm sua origem nas visões emergentes.

Essas visões emergentes são garimpadas e avaliadas até se moldar a visão central.

E, por fim, para dar corpo, coerência, continuidade e subsídio à visão central, o empreendedor desenvolve as visões complementares.

Esse casamento faz surgir um negócio, uma atividade que permite atender às necessidades e aos desejos de grupos que se tornam consumidores dos produtos ou serviços ofertados por esse negócio ou atividade, com possibilidades de retorno para o criador ou para quem implementa a ideia.

Logo, estamos falando da abertura de um empreendimento e da exploração de uma situação com o intuito de atender às necessidades e desejos de pessoas e obter lucro com o empreendimento.

Surge, então, a oportunidade a ser aproveitada. Essa oportunidade vai permitir o empreendedor obter retornos financeiros atendendo aos anseios das pessoas.

Você já parou para refletir o que é a **OPORTUNIDADE**?

Refletindo um pouco mais sobre o termo **OPORTUNIDADE**, percebe-se que sempre há uma “confusão” entre ideia e oportunidade.

Na verdade, os dois termos estão associados, mas não significa que um seja sinônimo do outro.

Mas, e aí, e a **OPORTUNIDADE**, o que significa?

Filion (1999) define a oportunidade como uma ideia atrelada a um produto ou serviço que agrega valor a quem consome esse produto ou serviço, denominado consumidor.

Esse valor pode ser agregado ao produto ou ao serviço através da inovação (você já sabe do que se trata) ou da diferenciação.



### **VAMOS À DEFINIÇÃO DE DIFERENCIAÇÃO...**

A diferenciação significa oferecer algo (produto ou serviço) diferente que ninguém ainda oferece.

Por isso o termo diferenciação.

Esse termo é muito utilizado no mundo dos negócios.

Essa diferenciação é também conhecida como **VANTAGEM COMPETITIVA**, já que representa algo que traz vantagem ao produto ou serviço de uma organização em relação aos produtos ou serviços oferecidos pelos concorrentes.

Cabe salientar aqui que essa vantagem deve ser duradoura.

Significa dizer que a empresa que possui vantagens competitivas deve ser conhecida por essas vantagens e deve desenvolver ações para que elas se tornem cada vez mais difícil de ser copiada por outra empresa.

Filion (1999) complementa a definição de **OPORTUNIDADE** salientando que essa ideia tem algo novo e atende a uma demanda dos clientes ou consumidores que representam um nicho de mercado, ou seja, uma parcela do mercado que ainda não está satisfeita com os produtos ou serviços que estão sendo ofertados e que esse produto ou serviço diferenciado e inovador, que tem algo mais, possibilita atender à demanda dessa parcela de mercado.

Esse termo **OPORTUNIDADE** é de extrema importância para o empreendedor já que ele procura aproveitar as oportunidades do mercado.

Até mesmo o perfil do empreendedor influencia na análise dessas oportunidades.

As pequenas empresas geralmente atuam em nichos de mercado onde a grande empresa não atua por questões de viabilidade.

Por nicho entende-se uma pequena fatia do mercado composta por consumidores que possuem necessidades e desejos específicos e que ainda não foram plenamente satisfeitos pelos produtos ou serviços existentes.

Chiavenato (2004, p. 37) aponta três pontos fundamentais onde as grandes empresas não têm interesse ou não sabem aproveitar e que são considerados oportunidades para os pequenos negócios. São eles:

Pequenos nichos de mercado que, na verdade, envolvem um pequeno volume de negócios para a empresa: representa pequenos mercados ainda não explorados, exatamente por conter um pequeno volume de negócios, muitas vezes não atrativo para uma empresa;

Atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, o que envolve atendê-los com produtos e serviços personalizados;

Surgimento de oportunidades passageiras de mercado que envolve agilidade e prontidão para atendê-las, representando uma característica de flexibilidade que só as pequenas empresas possuem: essa característica de flexibilidade permite ao pequeno negócio uma mudança no foco de suas atividades caso o mercado onde a empresa estiver inserida apresentar algumas ameaças que causem dificuldades à empresa.

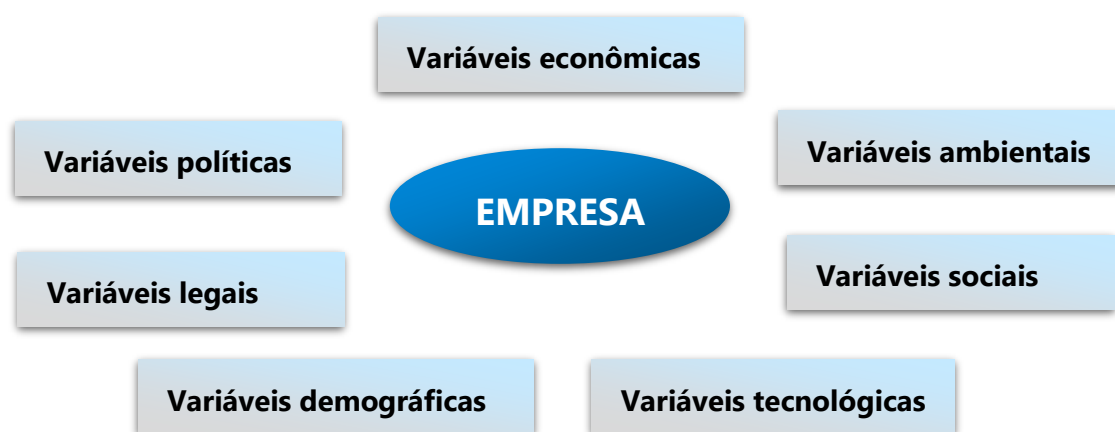
A pequena empresa geralmente atua em mercados não atendidos pela grande empresa e procura se diferenciar através da atuação nesse mercado e do atendimento às necessidades e desejos muito específicos dos consumidores desse mercado. Olha a visão de nicho aí novamente...

Oliveira (2006) define ainda a **OPORTUNIDADE** de forma mais técnica, indicando que as oportunidades são as variáveis externas à empresa, ou seja, variáveis de mercado, que a empresa não controla e que podem criar condições favoráveis para ela, desde que tenha condições de usufruir ou aproveitar essas situações favoráveis. Por isso, falamos em aproveitar as oportunidades.

Observe que por ser uma situação externa, a oportunidade é representada por um conjunto de variáveis que devem ser analisadas para que se possa chegar a uma conclusão sobre a influência dessas variáveis no mercado.

**Essas variáveis são compiladas nos seguintes grupos de variáveis externas e não controláveis:**

Observe a figura abaixo:



Observe que o empreendimento chamado empresa está rodeado, no seu ambiente, das variáveis externas.

É por isso que falamos em oportunidades de mercado, pois tais variáveis estão no mercado e cabe ao empreendedor identificá-las para que possa aproveitá-las. É importante também ter consciência que, apesar de por trás de uma oportunidade existe uma ideia, boas ideias não necessariamente são boas oportunidades. Ideias só se tornam oportunidades quando dão origem a produtos e serviços que atendam às necessidades e aos desejos dos consumidores. Significa dizer que as ideias só serão oportunidades se atender a uma demanda de mercado.

É isso mesmo!

Uma ideia só dará origem a uma oportunidade se conseguir satisfazer alguma carência ou lacuna do mercado. Nessa lacuna o empreendedor deve encaixar seu produto ou serviço.

Percebeu a relação entre as visões de Filion (1993), as ideias e as oportunidades?

As categorias de visões salientadas por Fillion (1993) mostram o surgimento das ideias e a utilização dessas ideias para aproveitar oportunidades de mercado e que atendam à demanda desse mercado.

A forma de atender à demanda desse mercado é através do surgimento do que denominamos de empreendimento. E o que significa **EMPREENDIMENTO**?

Nada mais é do que a materialização da ideia para aproveitar a oportunidade através de uma organização ou empresa.

Isso é um empreendimento. Algo que necessita de investimento em tempo, recursos, esforços e dedicação das pessoas, principalmente do empreendedor, para transformar seus sonhos em realidade. É o surgimento da empresa.

E o mais interessante que essa empresa é considerada o somatório de um conjunto de recursos para atender à demanda do mercado. Esses recursos geralmente são classificados da seguinte forma:

- **OS RECURSOS MATERIAIS:** são todos os materiais necessários para criar o produto e dar suporte à sua criação;
- **OS RECURSOS HUMANOS:** são as pessoas que são necessárias para o suporte ou complemento para a concretização da ideia. É o que denominamos talento;
- **OS RECURSOS FINANCEIROS:** são os valores monetários para operacionalizar uma ideia e aproveitar uma oportunidade. É considerado o combustível do empreendimento;
- **OS RECURSOS TECNOLÓGICOS:** são as máquinas e equipamentos necessários para a produção e oferta de produtos e serviços aos clientes para atender à demanda;
- **A CAPACIDADE GERENCIAL:** são as pessoas que conhecem técnicas para gerenciar e administrar todos os recursos necessários ao empreendimento, de forma a conseguir produtividade esses recursos. Conforme Souza (2007, p. 7), a capacidade gerencial representa o empresário que é a pessoa que reúne recursos com o propósito de adquirir recursos de produção ou produtivos e produzir bens ou serviços destinados ao mercado, mediante utilização de determinada com o objetivo de obtenção ou realização de lucros.

Dessa forma, temos aí a definição de empreendimento.

Caminhamos nessa unidade no sentido de introduzir a materialização do sonho do empreendedor em algo palpável e que lhe possibilite obter retornos, não somente financeiros, mas também pessoais.

Percebeu que de uma ideia as coisas acontecem, desde que detectemos as oportunidades e saibamos aproveitá-las?

É por isso que são necessárias ao empreendedor as características que discutimos na unidade anterior.

São características que determinam as atitudes do empreendedor e a formação das suas competências e habilidades.

Observe que já estamos fazendo a junção entre a visão de negócio, dos psicólogos e dos economistas quando falamos do empreendedorismo.

É importante ainda salientar que somente criatividade não é suficiente para concretizar uma ideia, um sonho.

É necessário conhecimento técnico, principalmente de aspectos gerenciais, que é denominado por Filion (1993) como visões complementares.

Esse é um dos recursos necessários em qualquer empreendimento.

E denominamos esse recurso de capacidade gerencial.

Esse aparato de conhecimentos técnicos envolve o desenvolvimento de competências para desempenhar algumas funções primordiais para gerir um negócio.

Vamos ver quais são essas funções?

---

## PLANEJAMENTO

---

**PLANEJAMENTO:** Representa o estabelecimento de objetivos, o levantamento e o equacionamento dos recursos necessários para se atingir esses objetivos e a elaboração de estratégias ou ações necessárias para atingir os objetivos propostos.

É importante perceber que o estabelecimento de objetivos representa aonde se quer chegar ao futuro. Porém, sem as ações no presente não será possível galgar os caminhos necessários para atingir os objetivos.

---

## ORGANIZAÇÃO

---

**ORGANIZAÇÃO:** Está relacionado a estruturar o trabalho dentro da empresa, distribuindo o trabalho e os recursos de forma eficiente. Representa cada recurso no seu devido lugar e na quantidade certa.

---

## DIREÇÃO

---

**DIREÇÃO:** Atualmente, o termo direção tem sido substituído pela liderança. Representa o poder de líderes influenciarem outras pessoas a desenvolver algo.

A comunicação e a motivação são ferramentas importantes para o desempenho dessa função.

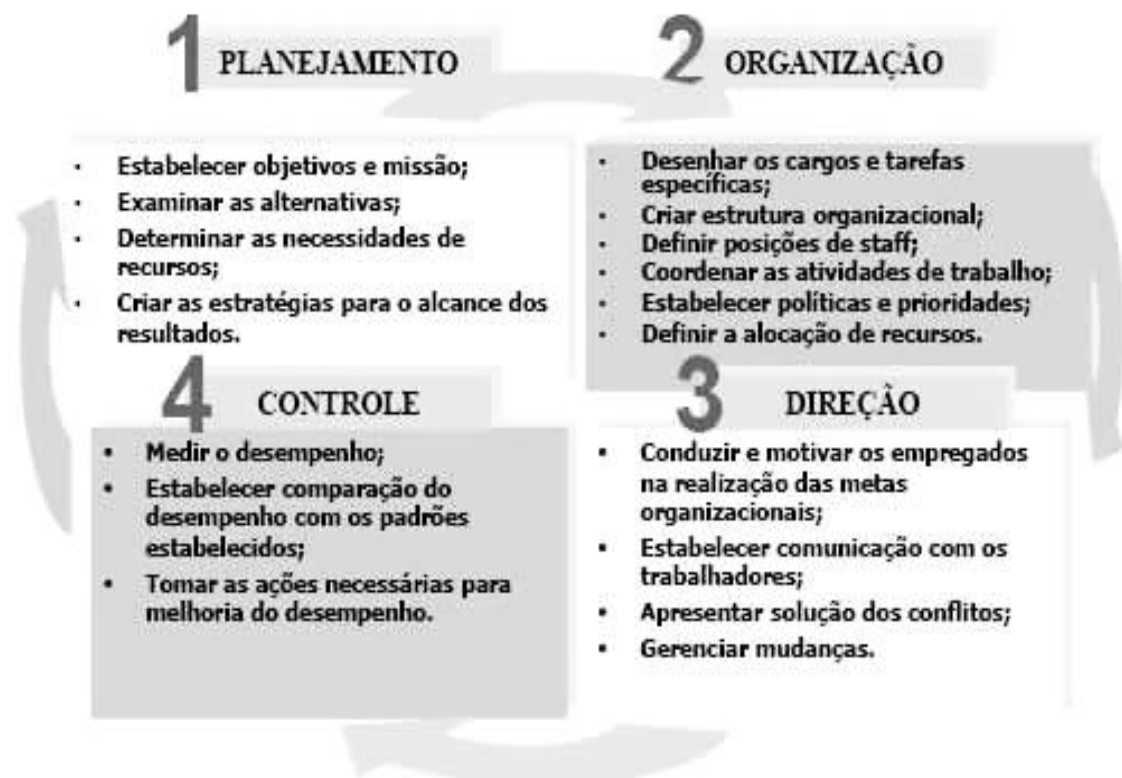
---

## CONTROLE

---

**CONTROLE:** Exercer o acompanhamento dinâmico das operações de uma empresa no intuito de avaliar se os resultados alcançados estão em consonância com os objetivos propostos.

Observe a figura:



Veja que na figura acima é apresentado algumas atividades inerentes a cada uma das funções do empreendedor.

Juntas, essas quatro funções também dão origem ao termo **PROCESSO EMPRESARIAL**.

**PROCESSO EMPRESARIAL** porque são atividades essenciais para o desenvolvimento de qualquer negócio e cabe aos gestores desenvolver essas funções.

## RESUMO

O termo OPORTUNIDADE foi definido por Filion (1999) como uma ideia atrelada a um produto ou serviço que agrega valor a quem consome esse produto ou serviço, denominado consumidor.

Esse valor pode ser agregado ao produto ou ao serviço através da inovação ou da diferenciação. A diferenciação significa oferecer algo (produto ou serviço) diferente, que ninguém ainda oferece.

Essa diferenciação é também conhecida como VANTAGEM COMPETITIVA, já que representa algo que traz vantagem ao produto ou serviço de uma organização em relação aos produtos ou serviços oferecidos pelos concorrentes. Cabe salientar aqui que essa vantagem deve ser duradoura.

Filion (1999) complementa a definição de OPORTUNIDADE salientando que essa ideia tem algo novo e atende a uma demanda dos clientes ou consumidores que representam um nicho de mercado, ou seja, uma parcela do mercado que ainda não está satisfeita com os produtos ou serviços que estão sendo ofertados e que esse produto ou serviço diferenciado e inovador, que tem algo mais, possibilita atender à demanda dessa parcela de mercado.

Por nicho entende-se uma pequena fatia do mercado composta por consumidores que possuem necessidades e desejos específicos e que ainda não foram plenamente satisfeitos pelos produtos ou serviços existentes.

Oliveira (2006) define ainda a OPORTUNIDADE de forma mais técnica, indicando que as oportunidades são as variáveis externas à empresa, ou seja, variáveis de mercado, que a empresa não controla e que podem criar condições favoráveis para ela, desde que tenha condições de usufruir ou aproveitar essas situações favoráveis.



É importante também ter consciência que, atrás de uma oportunidade existe uma idéia. Boas ideias não necessariamente são boas oportunidades. Ideias só se tornam oportunidades quando dão origem a produtos e serviços que atendam às necessidades e aos desejos dos consumidores.

Significa dizer que ideias só serão oportunidades se atender a uma demanda de mercado.

E assim, chegamos ao final de mais uma caminhada. Opa, final não, é só o começo!

Agora é com você: descubra sua verdadeira vocação e invista no desenvolvimento do seu perfil empreendedor. Boa sorte e sucesso!

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia, práticas. 22. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Economia básica**. São Paulo: Atlas, 2007.

Figura 01 disponível em:

<http://monografias.brasilecola.com/administracao-financas/empreendedor-com-perfil-popular-suas-dimensoes.htm>