



**PEDAGOGIA E
EMPREENDEDORISMO**

DADOS INSTITUCIONAIS

CNPJ:	17.145.404/0001-76
Razão Social:	CENTRO EDUCACIONAL MALTA LTDA
Nome de Fantasia:	FACULDADE MALTA
Esfera Administrativa:	PRIVADA
Endereço:	Av. Barão de Gurguéia, nº 3333b, Bairro Vermelha
Cidade/UF/CEP:	TERESINA-PI. CEP: 64018-500
Telefone:	(86) 3303-5002
E-mail de contato:	maltafaculdade@gmail.com
Site da unidade:	http://www.faculdademalta.edu.br/

Sobre a Autor(a)



FORMAÇÃO ACADÊMICA

Júlia Macêdo, Gestora no Senac-PI, Professora na Faculdade CESVALE, Especialista em Gestão Empresarial, Educação Profissional e Gestão de Pessoas. Administradora e educadora há mais de 10 anos no Ensino Superior, na Educação Profissional e Empreendedora na Educação Corporativa.

Possui formação em Coach por Competência, Analista de Perfil Comportamental e Programação Neolinguística (PNL). Uma apaixonada pelo desenvolvimento humano e das organizações através da Educação Transformadora.

APRESENTAÇÃO

Caro/a estudante,

Este material didático se destina aos alunos do curso de Pedagogia da Faculdade Malta-FACMA. Torna-se de fundamental importância para o profissional da Pedagogia conhecer os conceitos de Empreendedorismo, o perfil de um empreendedor de sucesso e sua mentalidade, entender a criatividade, a inovação, a comunicação e a liderança como competências essenciais para o empreendedor que vence barreiras e aprender a criar seu negócio na área da educação.

Na Unidade 1 – Conceitos Essenciais: nessa unidade vamos aprender o conceito de empreendedorismo para criação de uma mentalidade empreendedora, conhecer as características e o perfil de um empreendedor de sucesso.

Na Unidade 2 – Empreendedor Inovador: aqui vamos nos apropriar dos conceitos de criatividade, comunicação e liderança para exercer na prática um estilo diferenciado de empreendedor e garantir um diferencial nos negócios.

Na Unidade 3 – Entendendo sobre Negócios – essa unidade busca direcionar o Empreendedorismo na Educação e práticas para planejar o negócio.

Elencamos como necessário nesse processo, a importância à leitura deste material, bem como as leituras de apoio, além do aproveitamento das oportunidades de discussão com os colegas e o tutor/professor(a). Não pretendemos esgotar a discussão sobre tal temática com esta apostila, mas, buscamos incentivar à reflexão e à pesquisa para a construção de novos saberes sobre a temática. Boa aprendizagem!

Júlia Macedo.

Sumário

UNIDADE 1 - CONCEITOS ESSENCIAIS	6
OBJETIVOS:	6
3. Perfil e Características do Empreendedor	14
Hora de Revisar	20
Sugestões de Leitura	20
REFERÊNCIAS	20
UNIDADE 2 – EMPREENDEDOR INOVADOR	21
OBJETIVOS:	21
Comunicação	25
Liderança	30
Hora de Revisar	36
Sugestões de Leitura	37
REFERÊNCIAS	37
UNIDADE 3 – ENTENDENDO SOBRE NEGÓCIOS	38
OBJETIVOS:	38
Empreendedorismo na Educação	38
A Dinâmica dos Negócios	41
Planejando seu Negócio	54
Hora de Revisar	59
Sugestões de Leitura	59
REFERÊNCIAS	60

UNIDADE 1 - CONCEITOS ESSENCIAIS

OBJETIVOS:

- **Conhecer o conceito de Empreendedorismo;**
- **Adotar uma mentalidade empreendedora para o sucesso do negócio;**
- **Identificar o perfil empreendedor e suas características essenciais.**

1. Conceito de Empreendedorismo

A palavra empreendedor (*entrepreneur*) tem origem francesa e quer dizer aquele que assume riscos e começa algo de novo. O Século XVII surge os primeiros indícios da relação entre assumir riscos e empreendedorismo, onde o empreendedor estabelecia um acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos.

O primeiro uso do termo “empreendedorismo” foi registrado por Richard Cantillon, em 1755, para explicar a receptividade ao risco de comprar algo por um determinado preço e vendê-lo em um regime de incerteza. Jean Baptiste Say, em 1803 ampliou essa definição para ele, empreendedorismo está relacionado àquele que “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” ficando, portanto, convencido que quem abre seu negócio é um empreendedor.

Como já dito o empreendedorismo tem sua origem na reflexão dos pensadores econômicos do século XVIII e XIX. O empreendedorismo tem sido visto como um engenho que direciona a inovação e promove o desenvolvimento econômico. No entanto, outras ciências sociais têm contribuído para a compreensão do empreendedorismo: a sociologia, a psicologia, a antropologia e a história econômica.

Alguns conceitos administrativos predominaram em determinados períodos de tempo, principalmente no século XX, em virtude de contextos sociopolíticos, culturais, de desenvolvimento tecnológico de desenvolvimento e consolidação do capitalismo, entre outros. No início do século passado tivemos a racionalização do trabalho; na década de 1930, o movimento das relações humanas; nas décadas de 1940 e 1950, o movimento do funcionalismo estrutural; na década de 1960, o movimento dos sistemas abertos; nos anos 1970, o movimento das contingências ambientais.

No momento presente, não se tem um movimento predominante, mas acredita-se que o empreendedorismo irá cada vez mais mudar a forma de se fazer negócios no mundo.

Historicamente, empreendedorismo tem sido definido como maneira diferenciada de alocação de recursos e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando a diminuição de custos e melhoria de resultados.

O ato de empreender está relacionado à identificação, análise e implementação de oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor.

A Havard Business School, entende que Empreendedorismo é a identificação de novas oportunidades de negócio, independentemente dos recursos que se apresentam disponíveis ao empreendedor.

APROFUNDANDO O ASSUNTO

Para saber mais sobre Empreendedorismo através de uma análise fílmica, segue indicação da série *A Vida e a História de Madam C.J. Walker*. Essa série conta a história de uma afro-americana que venceu a pobreza, construiu um império de produtos de beleza e se tornou a primeira milionária pelo próprio esforço e é baseado em uma história real.

2. Empreendedor e Empreendedorismo

Para o dicionário, o **Empreendedor** é o indivíduo que apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos. Direcionando para **Empreendedorismo**, o dicionário diz que a qualidade

ou caráter do que é empreendedor.

O que você imagina quando ouve a palavra empreendedor? Podemos pensar na imagem de um sujeito inovador e arrojado que abriu uma empresa após criar um produto ou um serviço.

Mas essa não é a única maneira de empreender, vamos entender por quê? Ter ideias e implantar soluções para melhorar algo que já existe é uma ação empreendedora. Conseguir transformar problemas em oportunidades e soluções benéficas para os clientes, para uma empresa ou para a sociedade em geral, também é uma ação empreendedora.

Essa ação empreendedora requer uma mentalidade e uma postura diferenciada. A postura empreendedora requer muita energia e motivação para promover mudanças na maneira como as coisas são feitas. Nesse sentido, é fundamental uma boa dose de desconforto e insatisfação com o atual estado das coisas.

A partir daí, é preciso disposição para transformar a si mesmo e o ambiente em que se está inserido. Em outras palavras, o empreendedor é um agente de mudanças.

Como o objetivo é promover mudanças para criar valor e colocar em prática algo que foi imaginado, a ação de empreender exige do indivíduo uma mentalidade que fortaleça essas atitudes diariamente.

Empreendedores são pessoas comuns realizando coisas extraordinárias. Você já ouviu falar sobre Mindset Empreendedor? Vamos entender a história de dois amigos para falar sobre esse assunto:

José acredita que para crescer é preciso sorte. Já Roberto acredita que o sucesso é fruto de muito trabalho. José gosta de viver em sua zona de conforto e evita experiências novas, as pessoas o consideram um homem de baixo repertório. Roberto não se acomoda, lida bem com a incerteza e gosta de novidades.

Para começar a empreender, José estuda o mercado a fim de se sentir mais seguro, acredita que analisar números vai ajudá-lo. Prefere não conversar com outras pessoas porque tem receio de que roubem sua ideia, pois ele teme o fracasso e tem dificuldade para arriscar. José faz grandes planos e leva muito tempo para executá-los e quando erra, não tem ânimo para recomeçar.

Roberto começou de um jeito diferente. Conversou com amigos e desconhecidos para encontrar oportunidades. A partir dessas conversas, identificou coisas que faltavam no mercado. Ele acredita que para diminuir riscos é necessário

agir. Roberto faz pequenas apostas e, quando fracassa, encara os erros como aprendizado e fica motivado a recomeçar.

O que podemos tirar de reflexões dessa história? Consegue diferenciar a mentalidade de Roberto e a mentalidade de José?

Midset é um termo em alta e que representa a forma como vemos e compreendemos o mundo à nossa volta. Mind = Mente + Set = Configuração, ou seja, é a configuração da mente ou modelo mental.

Carol S. Dweck, PhD em Psicologia e professora da Universidade de Stanford, apresenta dois tipos de modelo mental: fixo e de crescimento.

Quem tem a forma de pensar fixa, acredita que, ao nascer, as pessoas recebem (ou não) habilidades e talentos, e que estes não podem ser desenvolvidos. Pensa que sucesso é uma questão de sorte. É o tipo de pessoa que tem medo de errar e não arrisca.

Quem possui o modelo mental de crescimento, acredita que talento é um ponto de partida. Enxerga críticas como aprendizado e procura desenvolver suas habilidades. Não tem medo de falhar e um bom trabalho é sinônimo de esforço.

Retornando a história dos dois amigos, José possui o modelo mental fixo, e Roberto, o modelo mental de crescimento. Empreendedores bem-sucedidos costumam adotar o modelo mental de crescimento, por isso que chamamos o modelo mental de crescimento de Mindset Empreendedor.

A realidade é a mesma para todos, mas cada empreendedor lida com ela à sua própria maneira, conforme a cor da lente que usa para interpretá-la. Mesmo que cada um (aquele que opte por ver tudo pelo lado negativo ou tudo pelo lado positivo) afirme que seu jeito de ver é o mais correto — o verdadeiro, enfim — sempre se notarão diferentes percepções da realidade. Uma para cada cor de lente. Portanto, tudo é uma questão de persistência.

MINDSET FIXO ⇌ MINDSET CRESC.

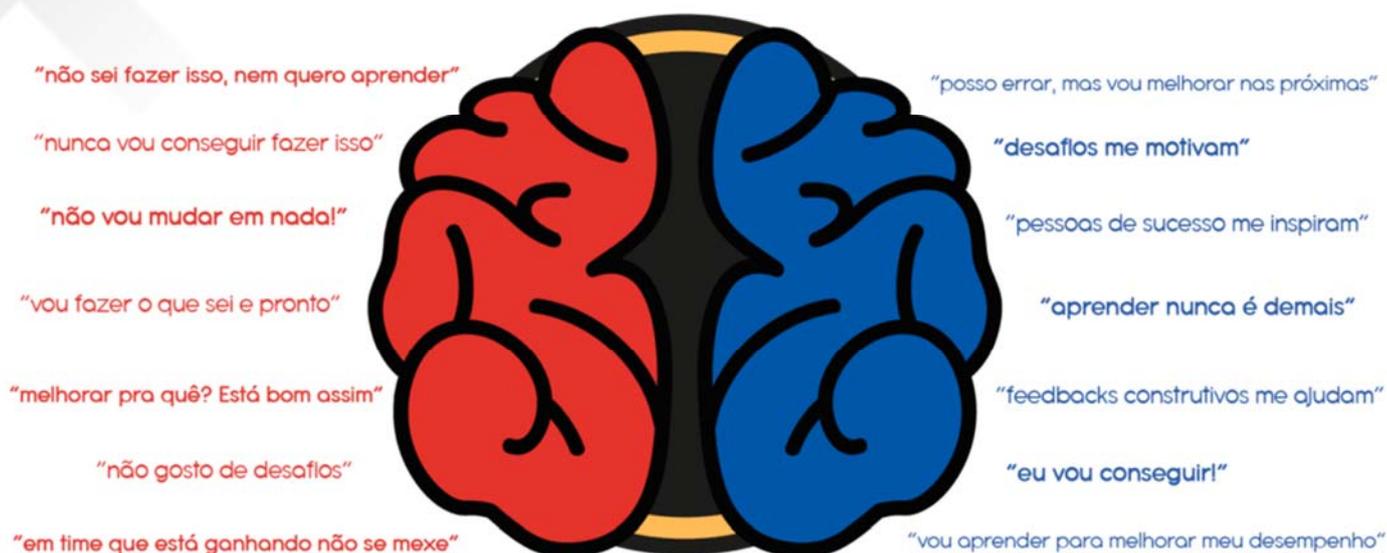


Figura – Tipos de Mindset

É a sua mentalidade? É fixa ou está voltada para o crescimento? Para confirmar isso convido você a fazer uma autoavaliação do seu perfil empreendedo (ambiente, atitudes e know-how), criada pelo autor José Dornelas. O teste busca fazer com que você se auto avalie. Você é um empreendedor em potencial? Veja as orientações:

- Atribua-se uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir e escreva a nota na última coluna.
- Some as notas obtidas para todas as características.
- Analise seu resultado global com base nas explicações ao final. Destaque seus principais pontos fortes e pontos fracos.
- Quais dos pontos fortes destacados são mais importantes para seu desempenho como empreendedor?
- Quais dos pontos fracos destacados deveriam ser trabalhados para que seu desempenho seja melhorado? É possível melhorá-los?

Características	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Insuficiente	Nota
	5	4	3	2	1	



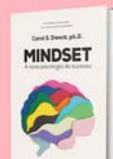
Comprometimento e determinação						
1. Proatividade na tomada de decisão						
2. Tenacidade, obstinação						
3. Disciplina, dedicação						
4. Persistência em resolver problemas						
5. Disposição ao sacrifício para atingir metas						
6. Imersão total nas atividades que desenvolve						
Obsessão pelas oportunidades						
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes						
8. É dirigido pelo mercado (<i>market driven</i>)						
9. Obsessão em criar valor e satisfazer os clientes						
Tolerância ao risco, ambigüidade e incertezas						
10. Toma riscos calculados (analisa tudo antes de agir)						
11. Procura minimizar os riscos						
12. Tolerância às incertezas e falta de estrutura						
13. Tolerância ao <i>stress</i> e conflitos						
14. Hábil em resolver problemas e integrar soluções						
Criatividade, auto-confiança e habilidade de adaptação						
15. Não convencional, cabeça aberta, pensador						
16. Não se conforma com o <i>status quo</i>						
17. Hábil em adaptar a novas situações						
18. Não tem medo de falhar						
19. Hábil em definir conceitos e detalhar idéias						
Motivação e superação						
20. Orientação a metas e resultados						
21. Dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados						
22. Não se preocupa com <i>status</i> e poder						
23. Autoconfiança						
24. Ciente de suas fraquezas e forças						
25. Tem senso de humor e procura estar animado						
Liderança						
26. Tem iniciativa						
27. Poder de autocontrole						
28. Transmite integridade e confiabilidade						
29. É paciente e sabe ouvir						
30. Sabe construir times e trabalhar em equipe						
TOTAL						

Definição de estratégia a seguir:

Resultados desejados e prazo para alcançá-los:

APROFUNDANDO O ASSUNTO

Se você gostou do conteúdo sobre Mindset, mergulhe na leitura do livro: Mindset, a nova psicologia do sucesso, de Carol Dweck.





3. Perfil e Características do Empreendedor

As qualidades que o empreendedor bem-sucedido deve apresentar, ou ter que desenvolver ou apenas aprimorar são:

1. Busca de oportunidades e iniciativa

- Faz as coisas antes de solicitado, ou antes, de ser forçado pelas circunstâncias;
- Age para expandir o negócio em novas áreas, produtos ou serviços;
- Aproveita oportunidades fora do comum para começar um negócio, obter financiamentos, equipamentos, terrenos, local de trabalho ou assistência.

O empreendedor é alguém que está sempre buscando novas oportunidades. Observando o ambiente, costuma ter ideias que possam ser transformadas em negócios e as coloca em prática.

2. Persistência

- Age diante de um obstáculo;
- Age repetidamente ou muda de estratégia a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo;
- Assume responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário para atingir metas e objetivos.

A persistência é uma das características do empreendedor. Todo negócio tem seus momentos difíceis. Mas é preciso persistir e buscar superação.

3. Comprometimento

- Faz sacrifícios pessoais ou desprende esforços extraordinários para completar uma tarefa;
- Colabora com os empregados, colaboradores e parceiros ou se coloca no lugar deles, se necessário, para terminar um trabalho;
- Esmera-se em manter os clientes satisfeitos

Estar comprometido com a empresa significa ter envolvimento pessoal para que ela mantenha sua qualidade e seus compromissos e continue sempre crescendo. Para isso, é importante conhecer e cuidar também da área financeira; ela é uma peça-chave do seu sucesso empresarial. É importante estar presente e ter cuidado com a

qualidade da produção e com o cumprimento de prazos. Às vezes, um esforço extra é necessário para garantir a satisfação do cliente.

4. Exigência de qualidade e eficiência

- Encontra maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido ou mais barato;
- Age de maneira a fazer coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência;
- Desenvolve ou utiliza procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda a padrões de qualidade previamente combinados.

A exigência de qualidade e eficiência é um importante diferencial em qualquer tipo de negócio. Quando você cumpre todos os prazos e garante a qualidade esperada pelo cliente, está conquistando a confiança dele. Lembre-se que, por mais qualidade que você forneça é preciso estar sempre melhorando para superar as expectativas e se destacar em relação à concorrência.

5. Corre riscos calculados

- Avalia alternativas e calcula riscos deliberadamente;
- Age para reduzir os riscos ou controlar os resultados;
- Coloca-se em situações que implicam desafios ou riscos moderados.

Montar uma empresa ou investir para melhorá-la implica riscos. Ser ousado é muito importante. No entanto, é fundamental calcular esses riscos para saber onde, como e quando você deve arriscar para fazer sua empresa crescer.

Aprender a correr riscos calculados significa avaliar as alternativas, reduzir os riscos e controlar os resultados. Se, por exemplo, você deseja investir em sua empresa para aumentar a produção e as vendas, é importante realizar uma pesquisa para saber se existe mercado para absorver este volume de produção adicional.

6. Estabelecimento de metas

- Estabelece metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal;
- Define metas de longo prazo, claras e específicas;

- Estabelece objetivos de curto prazo, mensuráveis.

Estabelecer uma meta é muito importante, pois especifica as condições, o tempo e onde se quer chegar. Para atingir sua meta é interessante que você crie estratégias. Se sua meta é abrir uma empresa, este curso é uma ótima oportunidade para você testar seu comportamento empreendedor. Para seu objetivo se transformar em uma meta você precisa saber onde quer chegar e definir como e quando chegar.

7. Busca de informações

- Dedicar-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes;
- Investiga pessoalmente como fabricar um produto ou fornecer um serviço;
- Consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial.

Conversar com clientes, fornecedores e concorrentes é essencial para posicionar melhor sua empresa no mercado. Um empreendedor está constantemente querendo saber mais e mais. Saber procurar e selecionar informações ajuda a melhorar o seu negócio. Você pode obter informações de diversas fontes. Procure saber as opiniões dos consumidores sobre o seu produto, fique atento às suas sugestões e observações; pesquise maneiras de melhorar seu produto ou serviço; identifique vantagens e desvantagens de sua empresa em relação a concorrência; leia jornais, revistas, navegue na Internet, há sempre cursos e palestras e novas informações no mercado. Visite o concorrente, experimente o modelo dele e, quando a sua pesquisa pessoal não for suficiente, procure a ajuda especializada de um técnico.

8. Planejamento e monitoramento sistemático

- Planeja dividindo tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos;
- Revisa seus planos constantemente, levando em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais;
- Mantém registros financeiros e utiliza-os para tomar decisões.

Para se tornar um empreendedor bem-sucedido é preciso que você aprenda a planejar. Por isso, é indispensável que você aprenda a fazer um planejamento de suas ações futuras.

Além de planejar, é preciso acompanhar sempre os resultados da empresa – fazer o que se chama de monitoramento sistemático, que consiste em:

- Divida as tarefas maiores em pequenas tarefas;
- Defina um prazo para cumprir cada uma dessas tarefas;
- Verifique sempre os resultados para saber se estão dentro do que havia sido planejado.

Fazendo um acompanhamento diário de tudo o que acontece na empresa você pode notar qualquer mudança que ocorra nas contas, no cliente ou no mercado. É claro que, à medida que o seu negócio se consolida, você deverá delegar tarefas, evitando a sobrecarga de funções. Se você ainda não tem um negócio, é importante saber que terá que desenvolver essa característica. Comece a desenvolvê-la elaborando o plano de negócio de sua empresa, que vamos ver mais à frente.

9. Persuasão e rede de contatos

- Utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros;
- Utiliza pessoas chave como agentes para atingir seus próprios objetivos;
- Age para desenvolver e manter relações comerciais.

Um empreendedor está sempre em contato com muitas pessoas: clientes, fornecedores, concorrentes, técnicos, especialistas de diversas áreas etc; Muitas vezes, são pessoas que não estão diretamente ligadas ao seu negócio, mas que, a qualquer momento, podem ser muito úteis. Busque manter contato com as pessoas que podem se tornar fonte de informações e/ou soluções para você.

Todo empreendedor precisa mais do que uma rede de contatos: precisa saber convencer as pessoas a fazerem o que ela deseja. Convencer o cliente a comprar mais ou o fornecedor a entregar mais rápido, por exemplo. Mas, para convencer alguém, é preciso ter bons argumentos, é preciso que estejam de acordo com os interesses da pessoa que está sendo convencida.

10. Independência e autoconfiança

- Busca autonomia em relação a normas e controles de outros;
- Mantém seu ponto de vista, mesmo diante da oposição ou de resultados inicialmente desanimadores;

- Expressa confiança na sua própria capacidade de complementar uma tarefa difícil ou enfrentar um desafio.

Um empreendedor é sempre autodeterminado, sabe tomar decisões com segurança. Faz questão de ser eu próprio patrão e dono do seu nariz; acredita em si e na capacidade de realizar sonhos e projetos. Tem a humildade para perguntar, pesquisar, ouvir e refletir sobre sugestões dadas, principalmente pelos mais experientes. Todo o empreendimento é um desejo concretizado por alguém que confiou no próprio potencial.

11. Comportamento pouco empreendedor

Maurício e Rogério se conhecem desde a adolescência; muita bola e muitos momentos vividos juntos. Tornaram-se adultos e cada um seguiu uma profissão. Maurício, meio que sem vontade, passou no processo seletivo para um banco privado na cidade onde morava. Mas como naquela época ser bancário significava trabalhar meio expediente e ganhar razoavelmente bem, ele contentou-se e, assim que pode, abandonou a faculdade de Agronomia.

Já Rogério não teve a oportunidade de seguir adiante nos estudos; ainda menino acompanhava o pai, entregando cargas pelas estradas deste país. Assim, ao completar 18 anos virou caminhoneiro também. Adora aventuras e de preferência no litoral do Nordeste: regado a sol, água de coco e gente bonita.

Com o passar dos anos, ambos sentiam que não estavam felizes em suas atividades profissionais e sempre que se encontravam comemoravam, choravam suas mágoas e sonhavam em trabalhar por conta própria, sem patrão e horários rígidos. Reclamaram tanto que Deus resolveu ouvir o pedido deles! Passados uns dois meses após seu último encontro, os dois estavam desempregados.

Na calçada de uma rua qualquer – Maurício e Rogério – se encontram:

(Rogério) – Você por aqui a esta hora?

(Maurício) – Pois é amigo. Sabe, fui fazer minha rescisão de contrato, estou desempregado. Fui pressionado a pedir demissão, sabe como é aquele papo de enxugar a máquina..?

(Rogério) – Não diga! Cara, eu também perdi meu emprego.... Ah, vamos tomar um cafezinho que te conto tudo.

Naquela tarde mesmo eles resolveram abrir um negócio juntos, já que compartilhavam o mesmo desejo e, até porque, para voar solo a grana não era suficiente. Afoitos para se tornarem proprietários, embarcaram na primeira oferta que

lhes fizeram e, sem se informarem acerca das regras e procedimentos que envolvem um empreendimento, decidiram pegar a quitandinha que Sr. Zé, que sabe lá por quais motivos, estava passando adiante.

Negócio fechado, festinha de inauguração, começaram a trabalhar. Só que não se preocuparam em conversar com o antigo proprietário para perguntar coisas fundamentais, como por exemplo: Quem seriam seus fornecedores? Seriam eles rápidos e eficientes em suas entregas, reposição e trocas de mercadorias, primando pela qualidade e excelência? Quando se trata de produtos alimentícios, isto é uma baita responsabilidade, não é mesmo?

Não perguntaram nem a si próprios se iriam continuar atendendo apenas a clientela antiga ou se deveriam desenvolver estratégias visando a conquistar maior número de consumidores; ou ainda, inserir alguma prestação de serviços, como por exemplo, recebimento de luz, água e telefone. Acreditavam que para um negócio dar certo só era necessário ter alguém que entendesse de contas a pagar, recebimento, prazos a cumprir, saldo devedor, receitas e despesas, anotações e conferências e fluxo de caixa. E se tem uma coisa de que Maurício, orgulhosamente saca é de planejamento e monitoramento sistemático, pois afinal, já trabalhou anos a fio em um Banco.

Acontece que essa concepção de empreendedorismo é inconsistente porque, como vimos até agora, existem outras características do comportamento empreendedor que precisam estar presentes. O movimento na venda estava abaixo de suas expectativas, mas acharam que isso deveria ser inerente a todo período de transição e logo iria melhorar. Afinal, eram tão populares na cidade que todo mundo iria querer comprar na quitanda deles.

Porém, chegou no 5º mês de funcionamento e o negócio ia de mal a pior. Decidiram, então, que tinham de tomar alguma atitude. E foi assim, sem avaliar os prováveis fatores responsáveis pela crise e sem perceberem a delicadeza da situação e os riscos que corriam, que tomaram a atitude menos indicada: dispuseram o restinho de capital de giro da empresa em reforma estética. Pode????!!!

Bem, acredito que você já pode imaginar o desfecho desta história, não é mesmo? Portanto reflita sobre essa situação e o que ela pode trazer de aprendizado.

Hora de Revisar

- Empreendedorismo é a identificação de novas oportunidades de negócio, independentemente dos recursos que se apresentam disponíveis ao empreendedor.
- Para o dicionário, o Empreendedor é o indivíduo que apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos. Direcionando para Empreendedorismo, o dicionário diz que a qualidade ou caráter do que é empreendedor.
- Empreendedores bem-sucedidos costumam adotar o modelo mental de crescimento, por isso que chamamos o modelo mental de crescimento de Mindset Empreendedor.
- As qualidades que o empreendedor bem-sucedido deve apresentar, ou ter que desenvolver ou apenas aprimorar são: busca de oportunidades e iniciativa; persistência; comprometimento; exigência de qualidade e eficiência; corre riscos calculados; estabelecimento de metas; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemático; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.

Sugestões de Leitura

- O ponto de virada: Como as pequenas coisas podem fazer grande diferença, de Malcolm Gladwell;
- O segredo de Luísa, de Fernando Dolabela;
- A startup enxuta, de Eric Ries.

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José. **Dicas essenciais de empreendedorismo**. Editora empreende, 2020.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo, transformando ideias em negócios**. Editora empreende, 2021.

DWECK, Carol. **Mindset: a nova psicologia do sucesso**. Objetiva, 2017.

MENDES, Jerônimo. **Empreendedorismo 360º - A Prática na Prática**, 3ª edição. Grupo GEN, 2017.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. Senac, 2019.

SAMPAIO, Mara. **Atitude empreendedora: descubra com Alice seu país das Maravilhas**. Editora Senac São Paulo, 2019.

UNIDADE 2 – EMPREENDEDOR INOVADOR

OBJETIVOS:

- **Despertar o potencial criativo e empreendedor;**
- **Desenvolver a habilidade de comunicação;**
- **Desenvolver a habilidade de liderança.**

Criatividade

Muitas pessoas acreditam que criatividade é um dom, mas na verdade é uma habilidade que pode ser treinável. A criatividade nos possibilita transformar ideias novas em realidade e a pessoas criativa tem a capacidade de ver o mundo de outras formas, de novas maneiras.

Para o psicólogo existencialista Rollo May, a criatividade é o processo de trazer algo realmente novo à realidade. Essa habilidade tem dois processos: pensamento e produção. Quando temos apenas ideias e não agimos sobre elas, temos o processo do pensamento, ou seja somos apenas imaginativo e não criativo. A criatividade exige ação, e nesse momento, temos a o processo de produção.

Vamos viajar nessa história: No primeiro milênio a carta de um rei foi interceptada por um súdito, que chantageando o soberano, cobrava pelo seu silêncio, estipulando um preço para sua devolução. O rei pagou os melhores investigadores da época para que conseguissem reaver sua carta. Tais investigadores fizeram de tudo, destruíram móveis, cavaram buracos, tudo em vão. A curiosidade do rei foi maior que a raiva por tamanha ousadia, o que o levou a chamar o súdito fazendo-lhe a seguinte proposta: "Não me interessa mais teu silêncio; Te pago o dobro do que pedes, não para reaver a carta, mas para que me contes onde a escondeste!" O homem aceitou a proposta pegou o dinheiro e levou o rei e toda sua corte até seu escritório. Sobre a escrivaninha, entre os papéis amassados, estava a tal carta.

Esta história retrata o quanto as respostas estão no óbvio, na simplicidade e dentro dos próprios problemas. Não existe nada que nasça sem uma resposta.

Criatividade está em moda e até ouvimos: "temos de ser criativos". Nós não "temos", nós "somos". Todos nós já nascemos equipados para isto. O período mais criativo e rico de nossas vidas é entre 4 e 5 anos de idade. É quando estamos curiosos, que perguntamos, que mexemos procurando fazer algo diferente. Qual a criança que já não desmontou seu brinquedo para tentar conhecê-lo e modificá-lo? Por meio do lúdico, da liberdade de ação e do livre pensar, a criança cresce, aprende e amadurece.

Com a idade ficamos com medo de ser audaciosos, medo das críticas e acabamos nos transformando em uma grande massa, "patinando" em conceitos antigos alterando apenas o designer, sem novos conceitos. Então podemos definir: criatividade - é se utilizar da espontaneidade e da visão holística, e dar vazão a "loucuras" de idéias que, lapidadas, podem se tornar grandes cúmplices e aliadas de nosso desenvolvimento.

Por que a criatividade é tão importante para os empreendedores? A criatividade é a chave para a diferenciação no mercado competitivo de hoje. Empreendedores criativos têm a capacidade de reinventar seus negócios, melhorar a eficiência, aumentar a qualidade de produtos e serviços e até mesmo criar novas tendências.

Existem alguns passos que podem contribuir e muito neste caminho:

- Colocar as questões em uma posição que nos permita uma visualização global. O nosso campo de percepção tem uma distância necessária para evitar distorções. Muito longe, fica faltando conhecimento. Muito próximo (tatuado em nós), fica apenas uma visão parcial.
- No momento de criação esqueça as críticas; elas vão aparecer quando do desenvolvimento do projeto.
- Compartilhe com outras pessoas, pois cada um vai possuir um campo de visão diferente, enriquecendo algo que talvez sem esta contribuição fosse inútil.
- Utilize o exemplo da criança; por meio do lúdico, podemos aprender muito. Não diga não sou mais uma criança; nós somos um kit completo, com bagagem para sermos aquilo que quisermos.
- Explore suas ideias, não necessariamente nos locais de trabalho. Existe uma peça teatral de grande sucesso que foi criada no momento em que o escritor estava lendo os classificados de uma revista.

- Liberte-se da mesmice em suas horas de lazer. Temos a tendência de frequentar os mesmos lugares da moda e de voltar para lugares onde já gostamos de estar.
- Pergunte-se: "Estou olhando ou enxergando o que está a minha volta"?
- Movimente-se, isto proporciona um ângulo diferente das coisas. Quando observo a minha rua de uma janela é diferente do que vejo quando estou caminhando nela!
- Utilize conceitos antigos como alicerces, não como uma prisão.
- Seja ousado, arrisque ser diferente.
- Tenha audácia.
- Experimente vivenciar os desafios com bom humor.
- Curta suas vitórias, mas lembre-se que neste momento já fazem parte do passado. O "aqui/agora" é que estão mais próximos do futuro.

"Sempre foi feito assim". Esta frase é muito ouvida nos meios profissionais, como também "em time que está ganhando não se mexe". Isto é o que eu chamo de verdadeiros calabouços dos nossos sonhos produtivos e ideias progressivas. Calabouço porque fica se deteriorando em algum lugar e, como nada é estanque, se transformando em algo inútil.

O "velho modo", de fazer alguma coisa pode parecer o "único modo". Podemos ficar cegos a novas ideias e soluções. Seja qual for o ramo de atividade, entender isto é absolutamente vital para o futuro de um negócio ou de uma profissão.

Para a criatividade valer a pena, é importante aplicá-la a algo produtivo. Para empreendedores inovadores, isso significa encontrar novas maneiras de resolver problemas, inovar em um produto ou serviço e sempre estar a um passo da concorrência.

Como estimular sua criatividade?

1. Encontre inspiração em algum lugar: comece a prestar atenção nas coisas ao seu redor e se esforce para ver as coisas de uma perspectiva diferente.
2. Divirta-se: permita-se brincar com as cores, palavras e ideias de maneiras incomuns.
3. Colabore com outras pessoas: o brainstorming de ideias em grupo pode ajudar a gerar inspiração ainda mais criativa.

Exemplos de empresas criativas:

APPLE



A Apple é uma empresa inovadora conhecida por seus produtos tecnológicos elegantes e de alta qualidade.

LEGO



O Lego é um ótimo exemplo de uma empresa que permite que as pessoas explorem sua criatividade enquanto constroem algo com suas próprias mãos.

NIKE



A Nike é famosa por sua capacidade de projetar produtos esportivos avançados e de moda em uma variedade de cores e estilo.

A criatividade pode trazer muitos benefícios para os negócios, incluindo a capacidade de ser visionário, resolver problemas com mais facilidade, inovar e construir marcas mais fortes.

Se você já tem uma empresa, pode pensar em novas formas de se comunicar com os clientes, apresentar suas mercadorias e, até mesmo fabricar seu produto.

Se você está começando agora a desenvolver um produto ou um serviço, pegue todas as orientações que foram abordadas nessa apostila e lembre-se: a mudança de postura e um novo olhar para as coisas é sempre uma excelente escolha. Uma ideia criativa puxa a outra e, assim, você estará sempre exercendo sua capacidade criativa!

APROFUNDANDO O ASSUNTO

Para saber mais sobre Criatividade, convido você a conhecer um expert no assunto: Murilo Gun. Ele é Palestrante e Professor de Criatividade, que oferece de forma gratuita um curso sobre criatividade. Basta acessar a plataforma <https://www.murilogun.com.br/>, clique em cursos e você pode mergulhar nesse aprendizado.

Comunicação

A comunicação é uma habilidade essencial para o sucesso nos negócios, e os
Avenida Barão de Gurguéia, 3333 B – Vermelha – Teresina - Piauí

empreendedores não são uma exceção. No entanto, muitos empreendedores enfrentam desafios ao transmitir suas ideias de forma clara e persuasiva. Isso pode prejudicar seu crescimento e impacto no mercado.

Uma das principais razões pelas quais a comunicação é tão importante para os empreendedores é que ela permite transmitir sua visão e valores aos *stakeholders*, como investidores, clientes e colaboradores. Uma comunicação eficaz ajuda a estabelecer confiança e credibilidade, o que é fundamental para atrair investimentos, conquistar clientes e motivar a equipe.

Além disso, a comunicação também desempenha um papel crucial na construção de relacionamentos profissionais sólidos. Os empreendedores precisam se comunicar com parceiros de negócios, fornecedores e outros profissionais da área. Uma boa comunicação facilita a colaboração, o compartilhamento de conhecimento e a criação de parcerias estratégicas.

Outro aspecto importante da comunicação empresarial é a capacidade de adaptar sua mensagem ao público-alvo. Cada *stakeholders* tem necessidades diferentes e espera receber informações relevantes para suas decisões e interesses. Um empreendedor eficaz sabe como ajustar sua linguagem, tom e conteúdo para se conectar com diferentes públicos.

Um exemplo inspirador de um empreendedor que dominou a arte da comunicação eficaz é o Elon Musk fundador da Tesla Motors e SpaceX. Musk é conhecido por sua habilidade de transmitir sua visão de um futuro sustentável e exploratório. Ele usa uma linguagem clara e apaixonada para envolver seu público, seja em apresentações públicas ou nas redes sociais.

Para melhorar suas habilidades de comunicação como empreendedor, é importante praticar a escuta ativa. Isso significa estar presente no momento da comunicação, prestando atenção ao que sendo dito e respondendo de forma adequada. A escuta ativa ajuda a entender as necessidades e preocupações dos outros, permitindo uma comunicação mais eficaz.

Outra estratégia para melhorar a comunicação como empreendedor é investir no desenvolvimento de habilidades de apresentação. Uma boa apresentação requer planejamento cuidadoso, organização clara das ideias e uso efetivo de recursos visuais. Praticar a arte da apresentação pode ajudar os empreendedores a transmitir suas ideias com confiança e respeito.

A comunicação é a chave para o sucesso nos negócios. Quer se trate de comunicação com os funcionários ou com os clientes, a capacidade de se comunicar efetivamente determina quão bem o seu negócio é executado.

Embora a comunicação seja essencial para os empreendedores, existem desafios comuns que podem dificultar o processo. Um desses desafios é a falta de clareza na transmissão das ideias. Muitos empreendedores têm grandes visões, mas lutam para expressá-las de maneira precisa e compreensível. Isso pode levar à confusão por parte do público-alvo e prejudicar o impacto da mensagem.

Outro desafio comum na comunicação é a falta de habilidades interpessoais. Os empreendedores precisam se relacionar com uma variedade de pessoas, desde investidores até clientes e colaboradores. A falta de habilidades interpessoais podem levar a mal-entendidos, conflitos e relacionamentos prejudicados.

Além disso, a comunicação também enfrenta desafios no contexto digital. Com o aumento do uso das mídias sociais e tecnologias emergentes, os empreendedores precisam se adaptar a novas formas de comunicação. Isso inclui aprender a usar plataformas digitais para promover sua marca pessoal, alcançar um público maior e gerenciar sua reputação on-line.

SE LIGA NESSAS DICAS:

- ✚ Matenha a identidade da sua marca – sua identidade visual deve aparecer tanto em sua comunicação digital quanto offline. Garanta que seus clientes reconheçam sua marca em todos os conteúdos publicados.
- ✚ Seja transparente – a transparência é crucial para estabelecer a confiança com seu público. Seja honesto e direto sobre o que você oferece e como você pode ajudar seus clientes.
- ✚ Utilize as redes sociais a seu favor – as redes sociais são uma ótima maneira de comunicar com seus clientes. Saiba quais redes sociais são mais populares entre seu público-alvo e use-as para promover seus serviços ou produtos.

Quais as estratégias para melhorar a comunicação como empreendedor?

1. Investir no desenvolvimento de habilidades de negociação

A negociação é uma parte fundamental da comunicação empresarial, pois permite chegar a acordos mutuamente benéficos com parceiros de negócios, fornecedores e clientes. Aprender técnicas de negociação eficazes pode ajudar os

empreendedores a obter melhores resultados nas transações comerciais.

2. Praticar a empatia

Praticar a empatia na comunicação é uma estratégia importante para um melhor posicionamento da comunicação. Empatia significa colocar-se no lugar do outro e tentar entender suas perspectivas e necessidades. Ao adotar uma abordagem empática, os empreendedores podem construir relacionamentos mais fortes, resolver conflitos de forma eficaz e criar um ambiente de trabalho colaborativo.

3. Ser autêntico na comunicação

Ser autêntico na comunicação significa ser verdadeiro consigo mesmo e com os outros. Os empreendedores devem evitar a tentação de exagerar ou distorcer informações para impressionar o público. A autenticidade cria confiança e credibilidade fundamentais para o sucesso nos negócios.

É importante lembrar que a comunicação é um processo contínuo de aprendizado e aprimoramento. Os empreendedores devem estar abertos a feedbacks construtivos e buscar constantemente oportunidades para desenvolver suas habilidades de comunicação.

VOCÊ SABIA?

Existe um conceito chamado Comunicação Assertiva. A assertividade é uma palavra que poucos conhecem, embora alguns associem com agressividade, isso não é verdade. A assertividade está ligada a palavra asserção, ela não tem a ver com acerto ou acertar e sim de afirmar.

Pesquise mais sobre o assunto acessando o livro *Seja Assertivo* de Vera Martins.

A importância dos relacionamentos profissionais para empreendedores:

Os relacionamentos profissionais desempenham um papel fundamental no sucesso de um empreendedor. Eles são essenciais para o crescimento do negócio, a obtenção de recursos e oportunidades, e até mesmo para o desenvolvimento pessoal do empreendedor.

Uma das principais razões pelas quais os relacionamentos profissionais são importantes é porque eles podem abrir portas para novas oportunidades de negócios.

Ao construir uma rede sólida de contatos, os empreendedores têm acesso a informações valiosas sobre o mercado, tendências emergentes e potenciais clientes ou parceiros comerciais. Essas conexões podem levar a parcerias estratégicas, colaborações e até mesmo investimentos que impulsionam o crescimento do negócio.

Além disso, os relacionamentos profissionais também fornecem suporte emocional e mentorias. Empreender pode ser um caminho solitário e desafiador, mas ao construir relacionamentos com outros empreendedores ou mentores experientes, é possível obter orientação, conselhos e encorajamento quando necessário. Esses relacionamentos podem ajudar a superar obstáculos, fornecer insights valiosos e oferecer apoio durante momentos difíceis.

Outro benefício dos relacionamentos profissionais é a possibilidade de aprender com os erros e sucesso dos outros. Ao se conectar com pessoas que já passaram por experiências semelhantes às suas, você pode obter insights valiosos sobre as melhores práticas, estratégias eficazes e armadilhas a serem evitadas. Essa troca de conhecimento pode acelerar o crescimento do seu negócio e ajudá-lo a evitar erros comuns.

Para construir relacionamentos profissionais eficazes, é importante ser autêntico e genuíno. As pessoas são mais propensas a se conectar com alguém que seja autêntico e mostre interesse genuíno em conhecê-las. Além disso, é importante cultivar esses relacionamentos ao longo do tempo, mantendo contato regularmente, oferecendo ajuda quando possível e sendo um recurso valioso para os outros.

Destaca-se que os relacionamentos profissionais são fundamentais para o sucesso de um empreendedor. Eles fornecem oportunidades de negócios, suporte emocional, aprendizado e crescimento pessoal. Ao investir na construção de uma rede sólida de contatos e cultivar relacionamentos significativos, os empreendedores podem impulsionar o crescimento de seus negócios e alcançar o sucesso desejado.

Cases Inspiradores

Um exemplo inspirador é o caso da Sara Blakely, fundadora da Spanx. Blakely enfrentou o desafio de comunicar sua ideia revolucionária de roupas íntimas modeladoras para investidores céticos. Ela usou sua habilidade de contar histórias para transmitir a necessidade do produto e como ele poderia resolver um problema comum enfrentado pelas mulheres. Sua abordagem convincente permitiu que ela conseguisse investimentos iniciais e lançasse com sucesso sua empresa.

Outro exemplo é o caso de Brian Chesky, cofundador do Airbnb. Chesky teve que superar a falta de confiança inicial dos usuários em relação ao compartilhamento de suas casas com estranhos. Ele adotou uma abordagem transparente e focada na construção da comunidade, comunicando os benefícios sociais e econômicos do Airbnb. Ao ouvir as preocupações dos usuários e responder a elas diretamente, Chesky conseguiu conquistar a confiança das pessoas e transformar o Airbnb em uma plataforma globalmente reconhecida.

Liderança

O líder empreendedor assume riscos calculados; gosta de trabalhar com pessoas e acompanha as mudanças tecnológicas que aparecem em uma velocidade estonteante, assim como desenvolve sua competência técnica para formular conhecimentos necessários e imprescindíveis que suportem as decisões estratégicas que ele terá que tomar diariamente. Um líder, para exercer sua liderança necessita de poder e autoridade.

Definir uma visão clara é um dos primeiros passos para se tornarum líder empreendedor eficaz. Uma visão clara é a imagem mental do futuro que você deseja criar para sua empresa. Ela serve como um guia para suas ações e decisões, fornecendo direção e propósito.

Uma visão clara inspira e motiva tanto você quanto sua equipe. Ela deve ser ambiciosa, desafiadora e ao mesmo tempo alcançável. Ao definir sua visão, é importante considerar o impacto que você deseja ter no mundo, bem como os valores e princípios que orientam suas ações.

Para definir uma visão clara, é importante realizar uma reflexão profunda sobre seus objetivos pessoais e profissionais. Pergunte-se: qual é o propósito da minha empresa? O que eu quero alcançar? Como eu quero impactar o mundo? Ao responder essas perguntas, você estará mais preparado para articular sua visão de forma clara e convincente.

Além disso, é fundamental comunicar sua visão de maneira eficaz para sua equipe. Isso envolve compartilhar sua visão de forma inspiradora e envolvente, garantindo que todos entendam o propósito e a direção da empresa. Uma comunicação clara e consistente é essencial para alinhar todos os membros da equipe em torno da visão comum.

APROFUNDANDO O ASSUNTO

Para aprofundar seus conhecimentos sobre como definir uma visão clara, recomenda-se a leitura do livro *Comece pelo seu porquê*, de Simon Sinek. Nesse livro, o autor explora a importância de começar com o porquê ao comunicar sua visão e como isso pode inspirar outros a seguirem você.

Temos várias definições sobre liderança, a mais difundida diz que liderança é um processo de influenciar as atividades de um grupo organizado com relação aos seus esforços em relação ao estabelecimento de objetivos e ao esforço para atingi-los.

A liderança, também, pode ser definida como o processo de influenciar e orientar um grupo de pessoas ou uma organização em direção a objetivos comuns. Ela envolve a habilidade de inspirar, motivar e guiar os membros da equipe para que trabalhem juntos de forma eficaz e alcancem metas estabelecidas. A liderança é um conjunto de habilidades que pode ser desenvolvida e aprimorada ao longo do tempo. Em resumo, a liderança é um processo dinâmico que envolve a capacidade de inspirar e guiar outros em direção ao sucesso e à realização de objetivos comuns.

Podemos observar quatro estilos de básicos de liderança, que são:

1. **Liderança Autocrática:** é o líder quem determina as ideias e o que será executado pelo grupo, e isso implica na obediência por parte dos demais.
2. **Liderança Democrática:** nesse estilo de liderança, o grupo é considerado o centro das decisões, não tão somente a pessoa do líder. Isso não significa que, na liderança democrática, o papel do líder perca sua importância, pois é exatamente aí que a mesma fica bem caracterizada, distinguindo-se das funções de simples chefia e ganhando um sentido mais profundo.
3. **Liderança Liberal:** é aquela em que o líder funciona apenas como agente de informação, reduzindo sua importância na atividade de grupo e obtendo o mínimo de controle; o líder estimula a iniciativa e a criatividade, atuando como facilitador do processo.
4. **Liderança Situacional:** a ideia de liderança situacional parte do princípio

de que o estilo de liderança a ser utilizado deve depender mais da situação do que da personalidade do líder.

O líder empreendedor deve compreender esses estilos de liderança e adotar o melhor estilo para a condução dos negócios e das pessoas que estão envolvidas, uma vez que pode ser um fator de influência na motivação e no comportamento do grupo de trabalho.

Como construir equipes de alto desempenho?

Construir equipes de alto desempenho é um aspecto fundamental da liderança empreendedora. Uma equipe forte e coesa é capaz de alcançar resultados excepcionais e superar desafios com sucesso.

Uma das principais habilidades necessárias para construir equipes de alto desempenho é a capacidade de identificar talentos e montar uma equipe diversificada. É importante buscar pessoas com habilidades complementares às suas próprias, pois isso permite que você aproveite ao máximo as diferentes perspectivas e experiências.

Além disso, é essencial criar um ambiente de trabalho positivo e motivador. Isso envolve estabelecer metas claras, fornecer feedback construtivo regularmente e reconhecer o bom trabalho realizado pela equipe. Um líder empreendedor eficaz também deve incentivar a colaboração entre os membros da equipe, promovendo um ambiente onde todos se sintam valorizados e encorajados a contribuir.

Um exemplo notável de construção de equipes de alto desempenho é a empresa Google. A empresa é conhecida por sua cultura de trabalho colaborativa e inovadora, onde os funcionários são incentivados a compartilhar ideias e contribuir para projetos em diferentes áreas. Essa abordagem resultou em uma equipe altamente talentosa e criativa, capaz de desenvolver produtos inovadores que impactam o mundo.

Para construir equipes de alto desempenho, é importante investir no desenvolvimento dos membros da equipe. Isso pode ser feito através do fornecimento de treinamentos e oportunidades de aprendizado contínuo. Ao capacitar sua equipe com as habilidades necessárias para realizar seu trabalho de forma eficaz, você estará fortalecendo a capacidade da equipe como um todo.

Uma boa dica no desenvolvimento de equipes é investir incansavelmente no autoconhecimento e na inteligência emocional do líder e sua equipe.

O autoconhecimento e a inteligência emocional são habilidades essenciais para líderes empreendedores eficazes. O autoconhecimento envolve entender suas

próprias forças, fraquezas, valores e motivações. Isso permite que você tome decisões informadas e alinhe suas ações com seus objetivos pessoais e profissionais.

A inteligência emocional refere-se à capacidade de reconhecer, compreender e regular suas próprias emoções, bem como as emoções dos outros. Isso é fundamental para estabelecer relacionamentos saudáveis e produtivos com sua equipe, clientes e parceiros de negócios.

Um líder empreendedor que possui um alto nível de inteligência emocional é capaz de se adaptar às mudanças, lidar com o estresse e resolver conflitos de forma construtiva. Essas habilidades são especialmente importantes no contexto do empreendedorismo, onde a incerteza e os desafios são constantes.

Um exemplo inspirador de um líder empreendedor com alta inteligência emocional é Satya Nadella, CEO da Microsoft. Desde que assumiu o cargo, Nadella transformou a cultura da empresa, promovendo uma abordagem mais inclusiva e colaborativa. Sua capacidade de entender as necessidades dos funcionários e criar um ambiente de trabalho positivo tem sido fundamental para o sucesso da empresa.

Para desenvolver o autoconhecimento e a inteligência emocional, recomenda-se a prática da autorreflexão regularmente. Isso pode ser feito através da meditação, do diário pessoal ou do feedback recebido dos outros. Além disso, é importante buscar oportunidades de aprendizado e desenvolvimento nessas áreas, como participar de cursos ou workshops sobre inteligência emocional.



Figura - Exemplos de produtos/serviços

Os líderes empreendedores têm na sua jornada alguns desafios, que valem a pena ressaltar aqui para aprendermos como podemos contorná-los:

1. Gestão do tempo

A gestão do tempo é um dos desafios mais comuns enfrentados pelos empreendedores. Com múltiplas tarefas e responsabilidades, é essencial saber como priorizar e organizar o tempo de forma eficaz. A falta de uma boa gestão do tempo pode levar a atrasos, estresse e até mesmo ao fracasso de um negócio.

Uma das estratégias mais eficazes para gerenciar o tempo é criar uma lista de tarefas prioritárias. Ao identificar as tarefas mais importantes e urgentes, os empreendedores podem se concentrar no que realmente importa e evitar desperdiçar tempo em atividades menos relevantes. Além disso, é importante definir prazos realistas para cada tarefa, permitindo que haja um planejamento adequado.

Outra técnica útil é a delegação de tarefas. Os empreendedores muitas vezes têm dificuldade em confiar em outras pessoas para realizar certas atividades, mas aprender a delegar pode liberar tempo valioso para se concentrar nas áreas mais estratégicas do negócio. É importante identificar as habilidades e pontos fortes da equipe e atribuir as tarefas de acordo.

Além disso, é fundamental estabelecer limites claros entre o trabalho e a vida pessoal. Muitos empreendedores tendem a trabalhar longas horas sem descanso, o que pode levar à exaustão física e mental. Definir horários específicos para o trabalho e reservar tempo para atividades pessoais ajuda a manter um equilíbrio saudável entre vida profissional e pessoal.

2. Tomada de decisão sob pressão

A tomada de decisões sob pressão é um desafio constante para os empreendedores. Em um ambiente empresarial dinâmico e competitivo, os líderes precisam ser capazes de tomar decisões rápidas e assertivas, mesmo quando enfrentam situações estressantes ou incertas.

Uma das habilidades essenciais para tomar decisões sob pressão é a capacidade de analisar rapidamente as informações disponíveis. Os empreendedores devem ser capazes de identificar os principais pontos relevantes e avaliar as possíveis consequências de cada opção antes de tomar uma decisão. Isso requer agilidade mental e uma mente aberta para considerar diferentes perspectivas.

Outra estratégia útil é buscar conselhos ou opiniões externas. Os empreendedores podem se beneficiar ao consultar especialistas ou mentores que

possam oferecer insights valiosos e ajudar a tomar decisões mais informadas. Além disso, é importante confiar em sua intuição e experiência, pois muitas vezes esses recursos podem ser fundamentais para tomar decisões rápidas e eficazes.

3. Resolução de conflito

A resolução de conflitos é um aspecto crítico do empreendedorismo. Conflitos podem surgir entre membros da equipe, parceiros comerciais ou até mesmo clientes. Saber como lidar com essas situações de forma eficaz é fundamental para manter um ambiente de trabalho saudável e promover o crescimento do negócio.

Uma das estratégias mais importantes na resolução de conflitos é a comunicação eficaz. Os empreendedores devem ser capazes de ouvir ativamente todas as partes envolvidas, entender suas perspectivas e expressar seus próprios pontos de vista de forma clara e respeitosa. A comunicação aberta e transparente ajuda a evitar mal-entendidos e permite que as partes encontrem soluções mutuamente satisfatórias.

Além disso, é importante buscar soluções colaborativas. Em vez de adotar uma abordagem vencedor-perdedor, os empreendedores devem procurar encontrar soluções que atendam aos interesses de todas as partes envolvidas. Isso requer flexibilidade e disposição para comprometer-se em prol do bem maior do negócio.

Cases Histórias Inspiradores

Superar desafios é uma parte inevitável da jornada empreendedora. Cada empreendedor enfrenta obstáculos únicos, mas muitas vezes há desafios semelhantes que surgem ao longo do caminho. Conhecê-los pode ajudar a enfrentar esses obstáculos, vem comigo!

Um dos principais desafios enfrentados pelos empreendedores é a falta de recursos financeiros. Muitas vezes, iniciar um negócio requer um investimento significativo de capital, e nem todos os empreendedores têm acesso a esse financiamento inicial.

Um exemplo notável é o fundador do Airbnb, Brian Chesky. Quando ele e seus co-fundadores começaram o Airbnb, eles estavam lutando para pagar as contas e não tinham dinheiro para investir no desenvolvimento do site. Em vez de desistir, eles encontraram uma solução criativa: alugaram colchões infláveis e transformaram seu próprio apartamento em um "bed and breakfast" improvisado para arrecadar dinheiro para o negócio.

Essa história ilustra a importância da criatividade e da busca por soluções

alternativas quando se enfrenta a escassez de recursos financeiros. Em vez de ficarem paralisados pela falta de dinheiro, os empreendedores podem encontrar maneiras inovadoras de gerar receita ou obter apoio financeiro através de parcerias estratégicas ou crowdfunding.

Além disso, os empreendedores enfrentam frequentemente o desafio de equilibrar trabalho e vida pessoal. A dedicação necessária para construir um negócio bem-sucedido pode levar ao esgotamento físico e emocional. No entanto, é possível superar esse desafio encontrando maneiras eficazes de gerenciar o tempo e estabelecer limites saudáveis.

Um exemplo inspirador é a história de Sara Blakely, fundadora da Spanx. Quando Blakely começou seu negócio de roupas íntimas femininas, ela trabalhava durante o dia como vendedora de fax nas horas vagas para financiar sua empresa. Ela enfrentou inúmeras dificuldades e teve que equilibrar seu trabalho diário com o crescimento de seu negócio.

Essa história mostra a importância da determinação e do planejamento cuidadoso para superar os desafios de conciliar trabalho e vida pessoal. Os empreendedores bem-sucedidos aprendem a priorizar suas tarefas, delegar responsabilidades quando necessário e estabelecer limites claros entre o trabalho e a vida pessoal.

Em resumo, superar desafios é uma parte essencial da jornada empreendedora. Embora cada empreendedor enfrente obstáculos únicos, existem desafios semelhantes que surgem ao longo do caminho. Essas histórias inspiradoras de empreendedores bem-sucedidos mostram que é possível superar esses desafios através da criatividade, resiliência e determinação.

Hora de Revisar

- Para empreendedores, a criatividade é a chave para: uma diferenciação no mercado, a melhoria da eficiência e criação de novas tendências.
- A criatividade pode ser estimulada por meio de: observação, lazer e colaboração.
- A comunicação é fundamental para o sucesso de qualquer negócio. Desde a comunicação interna até as redes sociais, é importante ter uma estratégia clara e eficaz.
- Um líder empreendedor tem uma visão mais crítica e reivindicativa perante as atitudes e ações que deve desempenhar, devendo saber ajudar cada membro da equipe a ajustar o seu comportamento para o alcance das metas e a

encontrar a sua satisfação pessoal nesta trajetória. Enquanto líder terá que basear a sua gestão na confiança, na valorização das pessoas, na sinergia, na cooperação e em um processo de comprometimento e de envolvimento mental constante e negociado.

Sugestões de Leitura

- Inteligência Emocional, Daniel Goleman;
- Tríade do Tempo, Christian Barbosa;
- Os 5 desafios das equipes: Uma história sobre liderança, Patrick Lencioni.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. Saraiva: 3ª ed., 2008.

DRUCKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor**: Prática e princípios. São Paulo: Ed. Pioneira, 2002.

KAWASAKI, GUY . **A Arte do Começo**. Nacional: Best Seller, 2006.

UNIDADE 3 – ENTENDENDO SOBRE NEGÓCIOS

OBJETIVOS:

- **Conhecer o Empreendedorismo na Educação;**
- **Identificar a dinâmica dos negócios;**
- **Aprender a planejar seu negócio com ferramentas assertivas.**

Empreendedorismo na Educação

Inicialmente, empreender em Pedagogia é uma ótima forma de se tornar um empresário na área da educação, pois é um setor que está em crescimento. De maneira geral, a cada ano que se passa, mais turmas estão sendo abertas, em formato presencial ou on-line. Esses novos formatos digitais nos permitem várias formas de empreender na Pedagogia, tais como: cursos on-line, e-books, áudio books, mentorias em projetos educacionais e ferramentas pedagógicas.

Isso nos possibilita enxergar uma Pedagogia que foge dos padrões arcaicos onde o professor era o detentor do conhecimento, o mestre falava e o alunos anotavam, alunos sem desenvolvimento crítico e criativo.

No lugar dessa rigidez pedagógica, entra em cena novas metodologias de ensino onde o aluno é o protagonista do conhecimento, fomentando a criticidade, a criatividade e o interesse dos alunos em fazer parte do processo ensino-aprendizagem.

Nessa nova roupagem, o professor ganha o papel de mediador do conhecimento, e isso vem dando lugar para a criação de novas plataformas de ensino, softwares, currículos e metodologias que nascem com a ambição de encantar os estudantes.

Essas novas tendências no mercado da educação tem o objetivo de construir modelos de negócios mais personalizados, divertidos e adequados à habilidade requeridas para um mundo digital e globalizados no qual estamos inseridos.

As startups da educação já nascem batizadas com o nome de edTechs. E abrir uma delas pode ser uma grande oportunidade. Estima-se que o mercado global de tecnologia aliada à educação cresça 17% ao ano, alcançando ganhos milionários, conforme o relatório da *edTechXGlobal*, uma plataforma de educação.

Por mais que esse setor esteja em crescimento, nem sempre os empreendedores possuem uma visão tão clara sobre o mercado, portanto é importante acompanhar as tendências e se adaptar as essas mudanças, principalmente em relação a tecnologia.

Segue algumas possibilidades de negócios nessa área:

1. Empreender em plataformas inovadoras e games;
2. Empreender em Educação à distância;
3. Empreender em projetos de assessoria pedagógica.

Além dessas possibilidades, adotar negócio com metodologias inovadoras é sempre uma excelente escolha. Isso inclui, também, projetos em educação inclusiva e outras possibilidades como: abrir escolas convencional, escolas de reforço, investir em infoprodutos ou aplicativos para a educação ou se tornar um pesquisador ou palestrante na área.

Empreender na educação é uma verdadeira missão, segundo Paulo Freire quando diz que a educação não transforma o mundo, educação mudas as pessoas e pessoas transformam o mundo.

É importante ressaltar que nesse mundo tecnológico quando se propõe o uso de recursos digitais, o empreendedor deve saber exatamente o que os alunos devem aprender, pois a tecnologia é a ferramenta e não o objetivo. A expectativa é que a ferramenta digital ajude o aluno a resolver problemas, mas sem perder sua autonomia e criticidade.

Por fim, é relevante ressaltar que quem deve desenvolver esses projetos são especialistas na área, ou seja, pedagogos ou profissionais da educação que desenvolva um produto ou um serviço que gere impacto na sociedade. Todo mundo acha que entende de educação só porque já foi aluno um dia, mas não é bem assim quando se fala em criar um negócio na área da educação, fica a dica!

Case Inspirador

Avenida Barão de Gurguéia, 3333 B – Vermelha – Teresina - Piauí

Marco Fisbher, um professor de física que criou o Descomplica, hoje uma das maiores plataformas de ensino on-line do país, fundada há mais de uma década. Em 2022 a extraordinária marca de 300.000 mil alunos matriculados.

O negócio começou de forma caseira, onde o CEO gravava aulas em casa e colocava na internet. A ideia surgiu da própria trajetória de vida, ou seja, um aluno de escola pública, cursava engenharia de produção e dava aulas em um cursinho pré-vestibular caro, onde ele sentiu falta de uma solução mais acessível. “Não é justo que você tenha que pagar tanto para entrar em uma faculdade pública”, disse Fisbher.

O desafio maior era alcançar cada vez mais gente e produzir bom material — o que ele conseguiu com sua Edtech, atualmente com 4 milhões de inscritos no canal de YouTube e cerca de 300 000 alunos matriculados entre o curso preparatório para o Enem e os braços de graduação e pós-graduação lançados em 2002. As mensalidades bem acessíveis são coerentes com a missão da empresa e que está impressa na parede de seu escritório: “Aprender é pra todos”.

Bruno Berchielli é um experiente Empreendedor da Educação Brasileira. Apaixonado por tecnologia, ele acredita que o próximo passo da educação está associado a atender interesses cada vez mais específicos dos alunos.

O empreendedor começou sua carreira como mantenedor e gestor de marketing no concorrido mercado paulista de ensino superior. Bruno criou a startup Blox, que propõe a flexibilização da educação formal, permitindo que o aluno seja mais livre em sua trilha curricular, onde já quebrou o paradigma para dezenas de escolas e faculdades impactando milhares de estudantes.

A Blox foi a primeira Edtech a compor a vertical de Educação do Cubo Itaú em 2018, o maior mais sofisticado ambiente de inovação aberta da América Latina.

AS LIÇÕES DE MARCO FISBHER:

Trace um planejamento

“Embora escrever um plano de negócios esteja fora de moda hoje em dia, o processo de estudar e registrar no papel o tamanho do setor, os pontos fortes e fracos da concorrência e as oportunidades de mercado é enriquecedor e pode fazer toda a diferença”

Seja persistente

“Não mude seu modelo de negócios de três em três meses. Quando se fala em startups, há uma associação direta com velocidade e agilidade. Mas, nessa área, é

preciso ter um pouco de persistência e visão de longo prazo para provar suas ideias, sobretudo no início do negócio”.

Em 2015, foram feitas 2,4 milhões de matrículas no ensino superior, 7% a menos que em 2014, de acordo com o censo do Inep (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais). A queda interrompeu um movimento de crescimento que já durava uma década — entre 2004 e 2014, o número de universitários brasileiros dobrou no país. Quase um terço desses alunos usou linhas de crédito do Fies, o programa de empréstimos com juros subsidiados do governo federal. A crise econômica, porém, paralisou o Fies, fazendo o mercado regredir nos últimos dois anos. “Para trazer de volta os alunos, as faculdades estão buscando tecnologias acessíveis que ajudem a flexibilizar o currículo, ofertar disciplinas à distância e melhorar seus processos internos”, diz Denis Mizne, da Fundação Lemann.

No ensino superior, diferentemente do que acontece com a educação básica, 80% dos cursos são ministrados por instituições privadas. “Isso facilita a atuação das startups, que não precisam lidar com a burocracia dos editais”, afirma Mizne.

AS LIÇÕES DE BRUNO BERCHIELLIO:

Engaje os professores

“Um dos maiores erros de quem empreende com EdTech é achar que o engajamento de escolas e professores será alto desde o início. É preciso ensinar como funciona o sistema diversas vezes para fazer com que entendam a real proposta de valor para eles”

Tenha foco

“Não existe uma bala de prata que resolva todos os gargalos da educação. Trabalhe para resolver um problema de cada vez”.

A Dinâmica dos Negócios

Negócio é um esforço organizado por determinadas pessoas para produzir bens e serviços a fim de vendê-los em um determinado mercado e alcançar recompensa financeira pelo esforço.

Todo negócio evolve necessariamente o ato de produzir ou vender um produto ou de prestar um serviço. Produto é um bem concreto; algo que se pode pegar ver e apalpar. Uma mercadoria ou bem que pode ser destinado ao consumo (bens de

consumo) ou à produção de outros bens (bens de produção); um bem ou produto é um complexo de atributos tangíveis e intangíveis, incluindo embalagem, cor, preço, prestígio do produtor, prestígio do varejista, serviços proporcionados pelo produtor ou varejista, que o comprador aceita como satisfatórios para suas necessidades e desejos. Mas um serviço é também uma atividade especializada.

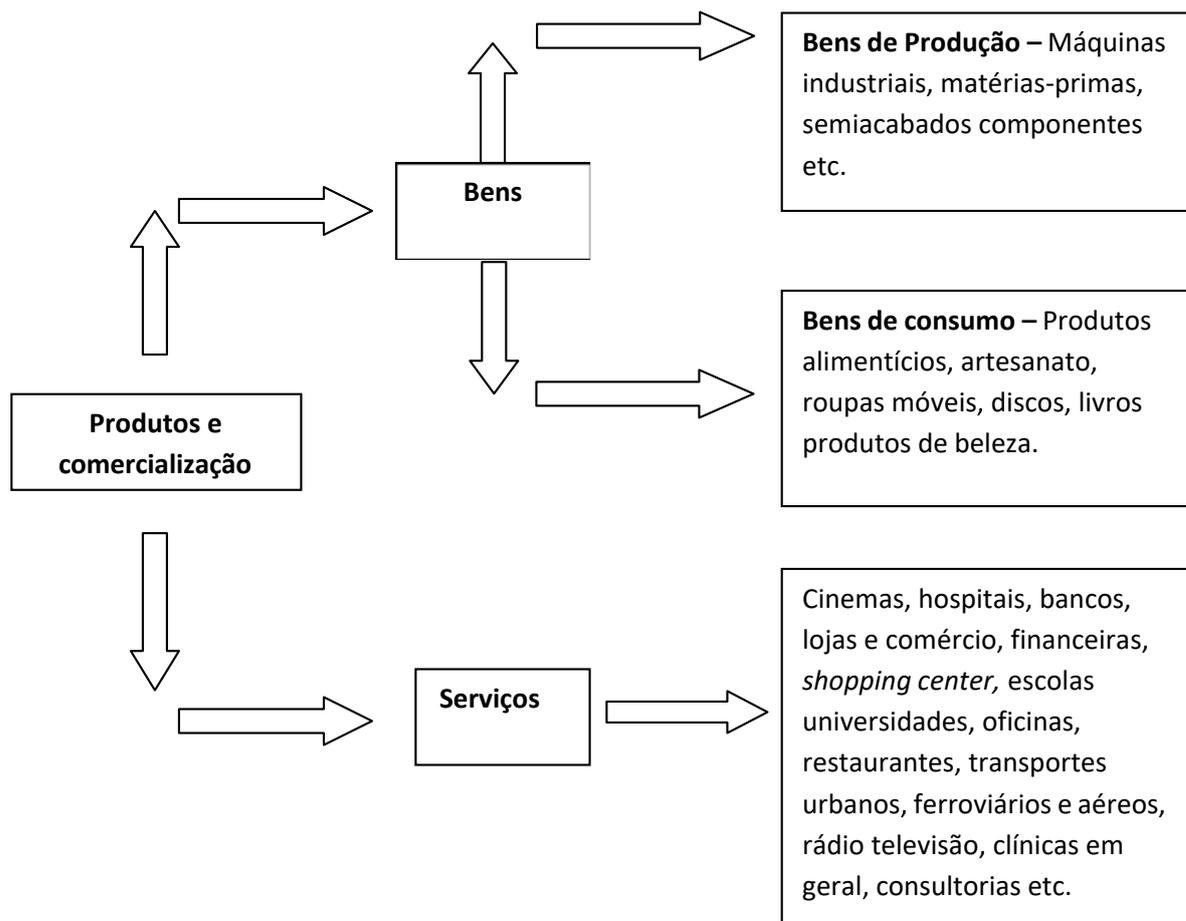


Figura - Exemplos de produtos/serviços

As empresas se especializam na produção ou comercialização de determinados bens ou serviços. Na área de bens (produtos), elas podem se direcionar para o mercado de consumo ou para o mercado de produção.

O objetivo de um negócio é produzir e vender com lucro produtos/serviços que satisfaçam necessidades e desejos da sociedade. Necessidades e desejos que podem ser do mercado, ou, mais especificamente, do cliente. Tais bens ou serviços são produzidos para estarem disponíveis em um mercado, que é o lugar, físico ou

virtual, em que os compradores e os vendedores se localizam ou se reúnem para efetuar suas transações. Os produtos/serviços estão sendo continuamente passados e repassados dos vendedores para os compradores em uma cadeia interminável de transações.

Para operar um negócio, faz-se necessário assumir vários riscos, seja quanto ao capital empatado seja quanto ao tempo e ao esforço investidos, principalmente quando sua aplicação pode resultar em possíveis perdas.

Risco significa possibilidade de perda. Os riscos que podem provocar perdas incluem obsolescência do produto, disputas trabalhistas, administração incompetente, forças extraordinárias (como fogo, inundações etc.) e dificuldade em competir vantajosamente.

Adam Smith, o criador da moderna economia, já dizia, no século XVII, que há uma mão invisível do mercado que se manifesta por meio da competição. É a lei da oferta e da procura que define como o mercado funciona. Ele queria dizer que algumas pessoas iniciam seus negócios e conseguem competir com mais sucesso que outras; estas últimas, em contrapartida, tornam-se ineficientes, perdem a corrida e desaparecem do mapa.

O mar está para peixe? É a pergunta que todo pescador faz, diariamente, antes de partir para a pesca em alto-mar. A mesma pergunta fazem os empreendedores quando analisam o investimento em algum novo negócio. Há muitas razões para esse questionamento.

As empresas não são entidades absolutas nem vivem isoladas do mundo. Elas operam em um ambiente que representa tudo aquilo que existe fora das fronteiras de uma empresa, ou seja, o ambiente é tudo o que existe externamente a ela. Também representa a sociedade, o país, o cenário mundial. Como o ambiente é muito vasto e complexo, costumamos separá-lo em dois estratos diferentes. O estrato maior é o ambiente geral ou macroambiente. O outro mais imediato é o ambiente de tarefa, ou microambiente.

Macroambiente

Todos os negócios operam em um ambiente geral, que é composto de uma multiplicidade de variáveis que interagem dinamicamente entre si, como variáveis econômicas, sociais, tecnológicas, culturais, legais, demográficas e ecológicas. Todas essas variáveis causam impactos profundos em todas as empresas, sem qualquer discriminação. Daí a denominação ambiente geral.



Variáveis econômicas

Estão relacionadas com os eventos econômicos, como desenvolvimento ou recessão econômica, aquecimento ou desaquecimento econômico, renda per capita da população, Produto Interno Bruto (PIB), inflação, juros, preços, aluguéis, câmbio, balança comercial etc. Todas essas variáveis são importantes para qualquer negócio, pois constituem indicadores da situação econômica do ambiente. Queira ou não, essas variáveis influenciam poderosamente o ambiente de negócios e afetam direta ou indiretamente as empresas, independentemente de seu tamanho.

Variáveis sociais

Estão relacionadas com os eventos sociais propriamente ditos, como nível de emprego, melhoria da educação, saúde, previdência social, segurança e bem-estar, itens afins. Os negócios dependem muito das variáveis sociais, porque elas determinam os hábitos de compra e as necessidades individuais a serem satisfeitas.

Variáveis Tecnológicas

Cada empresa utiliza e desenvolve sua própria tecnologia e todas as empresas estão envolvidas em um contínuo trabalho de desenvolvimento de novos métodos e processos, de novos equipamentos e instalações etc., o que produz mudança e inovação. A tecnologia tem sido uma poderosa impulsionadora de novos negócios e uma alavanca para novas necessidades do mercado.

Variáveis culturais

Estão relacionadas com os eventos culturais, como arte, arquitetura, tipo de vida, expectativas da população etc.

Variáveis legais

Constituem todo o conjunto de leis e normas que regulam as atividades dos negócios, seja em um determinado país (quando o negócio é local ou nacional), seja em vários países (quando o negócio envolve comércio exterior).

Além disso, há a legislação municipal, estadual e federal, que deve ser obedecida pelas empresas.

Variáveis demográficas

Referem-se às características de densidade populacional, perfil etário da população, distribuição, migração etc.

Variáveis Ecológicas

Estão relacionadas com o ambiente natural, que consiste nos recursos naturais de uma dada região, como água, terra, clima etc. A instalação de uma empresa pode

levar à destruição desses recursos por meio da poluição do ambiente. Todas essas variáveis exercem influência recíproca em um ambiente geral — macroambiente —, que é comum a todos os negócios e a todas as empresas, afetando-os de uma maneira genérica e abrangente. Em suma, sua influência é relativamente igual para todas as empresas.

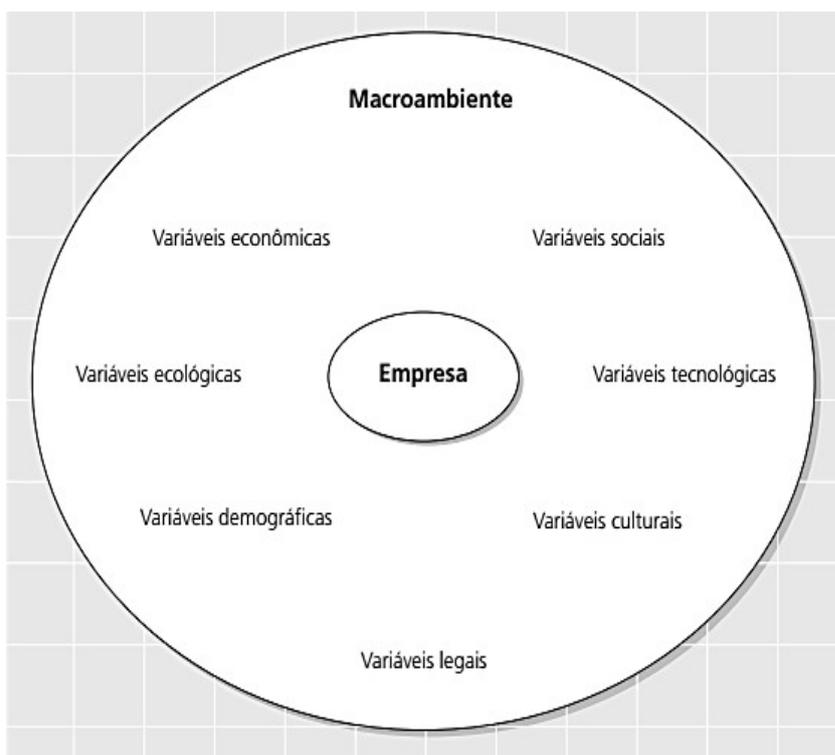


Figura - Variáveis que influenciam o ambiente geral (macroambiente).

Microambiente

Na realidade, cada empresa opera em um microambiente específico, do qual retira seus recursos e em que coloca seus produtos/serviços. Esse microambiente constitui uma parte específica do ambiente geral e pode ser denominado ambiente de tarefa ou ambiente de operações da empresa. É o nicho em que a empresa se situa e procura estabelecer seu domínio. É o ponto no qual estão seus mercados imediatos, no qual a empresa obtém recursos e comercializa seus produtos/serviços.

Em suma, no ambiente de tarefa, ocorrem as entradas de recursos e as saídas de produtos/serviços. Ele pode ser dividido em quatro setores distintos:

Fornecedores

São as empresas e os indivíduos que fornecem recursos ou insumos para o negócio. Existem os fornecedores de recursos financeiros (mercado de capitais, mercado financeiro, investimentos, empréstimos etc.), os fornecedores de recursos

materiais (matérias-primas, materiais semiacabados ou semiprocessados etc.), fornecedores de recursos tecnológicos (máquinas, equipamentos, tecnologias), recursos humanos (talentos e competências) etc. À medida que seus produtos/serviços tornam-se mais heterogêneos ou complexos, tanto mais heterogêneos e diferenciados tornam-se seus fornecedores.

Clientes e Consumidores

São os usuários dos produtos/serviços produzidos pela empresa. Conforme seus produtos/serviços tornam-se mais heterogêneos, tanto mais heterogêneos e diferenciados serão seus clientes.

Concorrentes

São as empresas que disputam os mesmos fornecedores ou os mesmos clientes ou consumidores. Em outras palavras, concorrem com as entradas e com as saídas. À medida que seus produtos/serviços tornam-se mais heterogêneos, tanto mais heterogêneos e diferenciados serão seus concorrentes e tanto mais complexa será a competitividade.

Agências Reguladoras

São as entidades externas que regulam determinados aspectos das operações da empresa, como os órgãos do governo incumbidos de fiscalizar e monitorar o trabalho das empresas, os grupos regulamentadores, os sindicatos, as organizações não-governamentais (ONGs) etc.

Assim, o microambiente constitui o cenário de operações específico, particular e mais próximo de cada empresa. É nele que a empresa coloca seus produtos/serviços e toma suas entradas ou insumos. Mas a empresa não está sozinha nem isolada do mundo. O microambiente oferece os recursos e os insumos, bem como os clientes que asseguram sua existência, mas lhe impõe o desafio dos concorrentes e a vigilância das agências reguladoras. Em outros termos, o ambiente oferece oportunidades e recursos, mas, ao mesmo tempo, traz consigo ameaças e dificuldades; oferece clientes e fornecedores, mas também impõe concorrentes e entidades reguladoras que controlam a empresa.

É no ambiente de tarefa que estão os mercados que a empresa se empenha em disputar e conquistar.

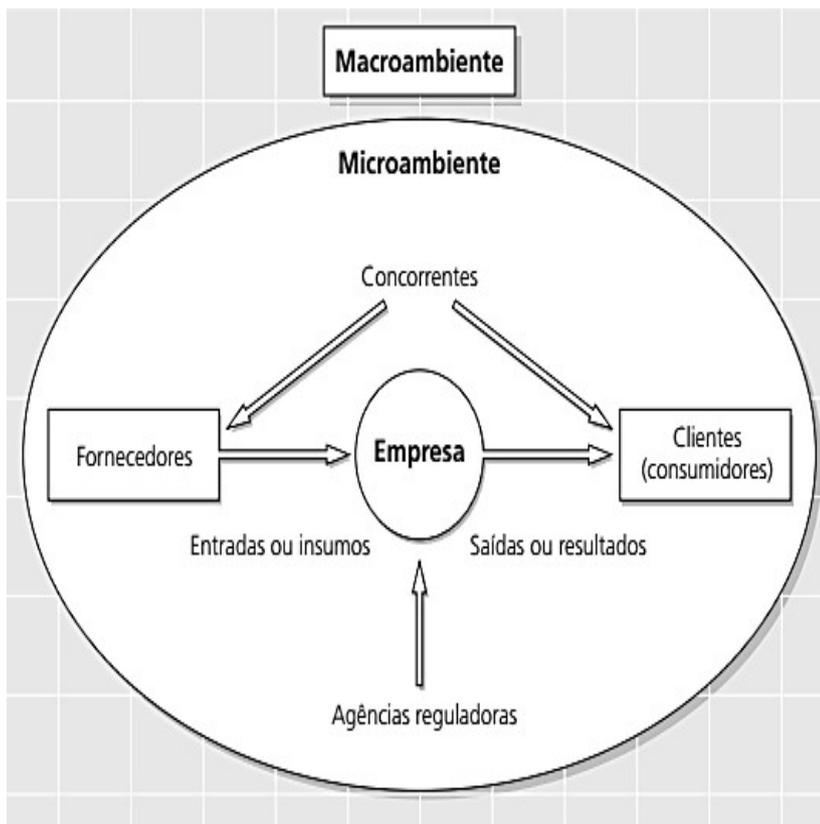


Figura - Os componentes do microambiente.

Antigamente, mercado era o local físico no qual se reuniam os vendedores e os compradores de determinados produtos/serviços. Hoje, com a globalização da economia e com a tecnologia da informação, os mercados sofreram profundas mudanças e têm uma incrível abrangência. O local físico foi substituído por redes de informação, redes de distribuidores e similares, que fizeram com que o mundo se tornasse uma verdadeira aldeia global, em que os negócios passaram a ser mundiais e não mais internacionais, nacionais ou regionais. A globalização veio para ficar definitivamente.

Em virtude desse ambiente mutável, toda empresa precisa estar constantemente aberta e atenta ao que acontece ao seu redor, para poder perceber e interpretar as mudanças que ocorrem em seu ambiente, particularmente no ambiente de tarefa. Como essas mudanças são intensas e complexas, o empresário experimenta uma sensação de incerteza com relação a elas. Lidar com a incerteza parece ser hoje o grande desafio da administração das empresas.

O QUE FAZER? POR ONDE COMEÇAR?

- Identificando oportunidades de negócios
- Reunindo forças

- A viabilidade financeira do negócio
- Como definir o investimento inicial
- Quais as potencialidades e os riscos do negócio
- Como otimizar as suas chances de sucesso

Se você intenciona começar um negócio ou desenvolver e impulsionar seu negócio atual, o primeiro passo é fazer suas escolhas iniciais. Como detectar uma oportunidade? Como transformar a oportunidade em um negócio comercializável? Quem será o seu cliente? Qual será o seu produto/serviço? Como produzi-lo? Como montar o seu negócio? Como financiá-lo? Para isso, você precisa parar para pensar. O que fazer? Por onde começar?

A identificação de uma oportunidade é o primeiro passo que impulsiona o empreendedor para o desenvolvimento de um produto ou serviço que propiciará o negócio. Geralmente, a oportunidade é uma lacuna detectada ao se avaliar o mercado e os produtos e serviços oferecidos. No entanto, a oportunidade existe quando o empreendedor consegue visualizar a realização de seu sonho pessoal, identifica uma oportunidade para lucrar, ou uma forma de subsistência quando em situação de desemprego, insatisfação profissional ou outros motivos.

Uma pesquisa desenvolvida pela The NFIB Foundation e patrocinada pela American Express apontou que quatro categorias usualmente são identificadas como fontes de ideias para criação de negócios:

1. **Experiência pessoal:** uma base para as ideias de novos negócios é a experiência pessoal, que é obtida tanto em casa quanto no trabalho. Do conhecimento adquirido de empregos atuais ou recentes, alguns empregados veem a possibilidade de modificar produtos existentes, aprimorando um serviço ou reproduzindo um conceito de negócios em um local diferente.
2. **Hobbies:** às vezes, os hobbies crescem além de sua condição de hobbies e se tornam negócios, sendo frequentemente transformados em novos negócios por executivos de empresas, ao se aposentarem.
3. **Descoberta acidental:** qualquer pessoa pode topor com uma ideia útil no decorrer do dia-a-dia.
4. **Busca deliberada:** uma ideia de novo negócio pode também emergir de uma busca deliberada de um empreendedor em perspectiva – uma exploração

proposital para encontrar uma nova ideia. Os empreendedores podem estudar as suas próprias capacidades e então olhar para novos produtos ou serviços que são capazes de produzir, ou primeiro podem procurar as necessidades de mercado.

Identificadas as ideias surge a necessidade de refiná-las. A ideia de um novo empreendimento, frequentemente, requer um período para refinamento e teste para avaliar se requer modificações e adaptações.

A Viabilidade Financeira do Negócio

O sucesso de qualquer negócio — seja uma empresa industrial, comercial ou de serviços — depende de várias decisões que o empreendedor deve tomar antes de iniciá-lo. Para fundamentar essas decisões, o empreendedor deve elaborar um pequeno projeto que lhe sirva de guia no futuro e oriente seu processo decisório para: identificar e tentar potencializar as oportunidades do mercado e todos os aspectos que poderão aumentar as chances de dar certo; reconhecer e procurar neutralizar as ameaças do mercado e todos os aspectos que poderão reduzir as chances de dar certo; descobrir como criar valor para o cliente e como gerar riqueza para a empresa. Perguntas fundamentais precisam ser previamente respondidas, tais como:

1. O que produzir? Qual é o produto/serviço que a empresa deverá servir ou prestar? Quais são os atrativos que poderão diferenciar o produto/serviço diante da concorrência? Como diferenciar as atividades da empresa em relação à concorrência? Existe um mínimo produto viável?
2. Para quem? Quem será o cliente? Qual é o perfil do cliente a ser abordado, em se tratando de faixa etária, sexo, renda, profissão, estilo de vida, classe social etc.? Como chegar ao cliente? O que tem valor para o cliente, isto é, como criar valor para o cliente e superar suas expectativas?
3. Por quê? Qual é o motivo do investimento em tal negócio? O negócio é novo? Supre alguma carência de mercado ou deficiência dos concorrentes? Traz alguma inovação tecnológica? Aproveita alguma brecha de mercado ou responde apenas a uma necessidade de independência financeira do empreendedor?
4. Com quem? Quem serão os sócios? Eles serão escolhidos quanto à disponibilidade de capital ou quanto à contribuição com novas ideias ou técnicas? Será ainda por afinidade pessoal ou familiar?

5. Por quem? Qual será a equipe necessária para tocar o negócio? Essa equipe será formada por familiares, parentes ou talentos buscados no mercado? Deverão ser treinados? Deverão ser profissionais qualificados? Como essa equipe deverá ser avaliada e remunerada?
6. Como? Qual será a forma de produzir ou vender? Será produção própria ou por intermédio de terceiros? A empresa fará vendas diretas ou por meio de representação? Qual será a tecnologia aplicada na produção e na venda?
7. Onde? Qual será a localização do negócio? Qual será o espaço necessário? Há facilidade de acesso? Espaço próprio ou alugado? Qual é a relação de custos-benefícios envolvida? Será físico ou virtual?
8. Quando? Quando será o início da operação? Próximo a algum evento importante? Há regularidade ou sazonalidade no comportamento do mercado?
9. Quanto? Qual é a quantidade a ser produzida e/ou vendida? Qual é a capacidade de produção definida por maquinário e mão-de-obra? Qual é o volume de vendas necessário ou possível?
10. Por quanto? Qual será o preço do produto/serviço cobrado? Qual é o preço que o mercado pode suportar? Qual é o preço da concorrência? Qual é a valorização por parte do cliente? Qual é o preço promocional para conquistar clientes inicialmente?

Em outras palavras, torna-se necessário um projeto de viabilidade financeira do negócio para saber a partir de que volume de atividade econômica a empresa se torna viável e lucrativa. A primeira coisa é descobrir qual é esse volume. Definir o volume de atividade econômica depende das respostas das perguntas a seguir.

- Qual é o volume de vendas?
- Quanto se pode vender?
- Qual é o volume de compras?
- Quanto se pode comprar?
- Qual é o capital inicial que deverá ser investido no negócio?
- Quais e quantas máquinas e equipamentos serão necessários?
- Quantas pessoas serão necessárias para tocar o negócio?

- Qual é o espaço físico necessário?

A primeira etapa do estudo de viabilidade econômica é a definição dos custos da empresa. Existem dois tipos de custos: os fixos e os variáveis:

- **Custos fixos** são aqueles que independem do volume de produção ou do nível de atividade da empresa, por isso são planos e constantes. Qualquer que seja a quantidade de produtos produzidos ou vendidos, os custos fixos permanecem inalterados. Mesmo que a empresa nada produza ou nada venda, eles se mantêm constantes. Quanto maior o volume produzido, menor o seu valor agregado. Envolvem aluguéis, seguros, manutenção, depreciação, salários dos chefes, do pessoal de escritório etc.;
- **Custos variáveis** são os que estão diretamente relacionados com o volume de produção ou com o nível de atividade da empresa. Variam proporcionalmente com a produção. Constituem uma variável dependente da produção realizada e englobam custos de materiais diretos (materiais ou matérias-primas que são transformados diretamente em produto ou que participam diretamente na elaboração do produto) e custos de mão-de-obra direta (salários e encargos sociais do pessoal que realiza as tarefas de produção).

A partir dos custos fixos e variáveis, pode-se calcular o chamado ponto de equilíbrio (break-even point), ou ponto de paridade. O ponto de equilíbrio pode ser definido como o valor e/ou a quantidade vendida que não apresenta nem lucro nem prejuízo para a empresa. É o patamar de operação da empresa em que as receitas se igualam com as despesas, proporcionando um ponto de equilíbrio entre elas. Trata-se, pois, de um ponto neutro em que não existe lucro ou prejuízo. Assim, o volume de operação da empresa deve referir-se a uma quantidade de unidades a serem vendidas para ultrapassar o ponto de equilíbrio e fazer com que as receitas ultrapassem as despesas, produzindo um lucro excedente.

A partir do ponto de equilíbrio pode-se definir qual é o volume de receita mínimo que a empresa deve produzir para ultrapassar os seus custos fixos e variáveis. Até o ponto de equilíbrio, as operações da empresa serão deficitárias (despesas maiores que receitas), mas depois do ponto de equilíbrio as operações serão gradativamente superavitárias (receitas maiores que despesas). Normalmente, em seu início, o

empreendimento é deficitário, porque os clientes ainda não foram conquistados e as receitas crescem paulatinamente com a intensificação das vendas. Não confunda ponto de equilíbrio com taxa de retorno do investimento. O ponto de equilíbrio pode fornecer alguns parâmetros para o cálculo do retorno do investimento, mas é importante que as receitas sejam superiores às despesas para proporcionar um excedente que remunere o investimento efetuado.

O retorno financeiro de uma empresa é o lucro. O lucro é sempre uma possibilidade de ganho. Aumentar o lucro e diminuir os custos são as duas grandes preocupações do empreendedor.

O lucro pode ser aumentado de várias maneiras:

- Com volume maior de receitas;
- Com redução de custos;
- Com investimentos em ativos mais rentáveis, que produzam maiores receitas.

Os custos podem ser reduzidos de duas maneiras:

- Pagando-se menos pelos itens ou serviços utilizados;
- Administrando-se os recursos com maior eficiência.

Os Riscos e Potencialidades de um negócio:

Riscos	Potencialidades
<ul style="list-style-type: none">▪ Ameaças relacionadas com a concorrência▪ Desvantagens em relação aos concorrentes▪ Dificuldades de fornecimento e abastecimento▪ Retração do mercado consumidor▪ Perfil inadequado do produto/serviço	<ul style="list-style-type: none">▪ Oportunidades do mercado▪ Vantagens quanto aos concorrentes▪ Facilidades de fornecimento▪ Expansão do mercado consumidor▪ Perfil excelente do produto/serviço

Por mais incrível que possa parecer, muitas empresas falharam ou tiveram sérios problemas por causa da indefinição de seu negócio. Outras foram modificando lenta e progressivamente suas atividades até conseguirem concentrar-se naquilo que seria o seu negócio definido e definitivo. Histórias como a da 3M, que começou como uma empresa mineradora e manufatureira de Minnesota, nos Estados Unidos, e que foi alterando ao longo do tempo as suas atividades até se transformar em uma empresa voltada para a inovação em seus produtos/serviços, não são raras. Hoje, a 3M é uma das empresas mais inovadoras do planeta. Seu negócio? Inovação, conforme comentamos anteriormente. O foco está nos clientes. E o resto é consequência.

É muito comum acontecer um certo constrangimento ou dúvida quando se

pergunta aos dirigentes de certas empresas quem é o seu cliente, para quem eles trabalham. E a resposta costuma ser muito evasiva. Isso ocorre em empresas que não focalizam o cliente ou o mercado, porque não sabem mirar o alvo de suas operações. Elas atiram ao acaso e não sabem em que acertam, se é que acertam em alguma coisa. Conhecer o cliente é fundamental. Quais são as suas características pessoais: idade, sexo, nível socioeconômico, grau de escolaridade, onde mora, o que faz, seus interesses pessoais, seus valores, quais seus hábitos de compra, suas necessidades, aspirações e expectativas quanto ao que pretende comprar. Qual é o produto/serviço? Você deve visualizar seu produto/serviço da maneira como o cliente os vê. Ponha-se no lugar do comprador: imagine-se diante do produto/serviço. Como você o percebe em termos de comparação com outros produtos/serviços concorrentes? Como você pode usá-lo, senti-lo e obter satisfação com a compra feita? Use sua empatia para ter uma visão do cliente. Isso se chama foco no foco do cliente: vestir-se de cliente para avaliar o que você está oferecendo a ele. Mire-se naquilo que o cliente focaliza quando vê um produto/serviço. Isso lhe dará uma ideia melhor do que oferecer a ele.

Analise cuidadosamente o seu produto. Verifique se o seu produto apresenta vantagens competitivas em relação aos demais existentes no mercado. Para isso, considere os itens a seguir.

1. Padrões internos para o produto quanto a:
 - Qualidade
 - Segurança
 - Design
2. Vida média do produto em comparação a: produtos concorrentes; produtos substitutos; padrões internos de excelência ou obsolescência programada.
3. Desempenho do produto quanto a:
 - Eficácia
 - Garantia
 - Disponibilidade
 - Preço
 - Utilidade
4. Embalagem do produto: comparação com a embalagem dos concorrentes — tipos e características; impacto ambiental — o produto e a embalagem

são recicláveis?

Planejando seu Negócio

Para ser bem-sucedido, o empreendedor precisa planejar o seu negócio. Improvisar jamais. Saltar no escuro não é exatamente uma boa pedida. Empreendedores tendem a negligenciar o estágio de planejamento seja pela ansiedade em iniciar o novo negócio, seja pela descrença no instrumento ou mesmo pela desinformação sobre como elaborar um planejamento.

Planejar significa estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que a empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura. Se o futuro vai chegar — e ele chega de qualquer maneira —, por que deixar que ele surja sem que se esteja devidamente preparado para enfrentá-lo, a ponto de se improvisar soluções repentinas e apressadas, que nem sempre são as melhores ou mais adequadas à nova situação?

O planejamento produz um resultado imediato: o plano. Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma sequência lógica de eventos, os quais, se bem-sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende. Geralmente, um plano é um curso predeterminado de ação sobre um período especificado de tempo e proporciona respostas às seguintes questões: o que, quando, como, onde e por quem. Na verdade, é uma tomada antecipada de decisões sobre o que fazer, antes de a ação ser necessária. Planejar consiste em simular o futuro desejado e estabelecer previamente os cursos de ação exigidos e os meios adequados para atingi-los.

O planejamento é uma relação entre coisas a fazer e o tempo disponível para realizá-las. Como o passado já se foi e o presente vai andando, é com o futuro que o planejamento se preocupa. O planejamento pode ser aplicado a qualquer atividade. Existe o planejamento físico (para lidar com arranjos espaciais ou físicos, como localização de fábricas ou de equipamentos, arranjo de lojas, escritórios ou agências bancárias), o planejamento financeiro, o planejamento orçamentário etc. O

planejamento global é uma combinação de todos os planos existentes na empresa e é o processo que amarra todos os seus planos internos ao esquema maior.

Se você pretende abrir um novo negócio, precisa ter algum projeto em mente para colocá-lo em prática. É como se você quisesse fazer uma longa viagem de carro por vários estados do país: você precisa de um roteiro, de um mapa detalhado, de um projeto e de um cronograma para guiá-lo nessa empreitada. No caso da abertura de um negócio, a viagem é bem mais longa e complicada, além de estar sujeita a problemas de travessia, chuvas e trovoadas. O roteiro do plano de negócio não elimina os possíveis erros, mas ajuda a enfrentá-los e a direcionar melhor os esforços. Além disso, um bom plano de negócios é um instrumento que ajuda a atrair investidores, fornecedores e parceiros.

O que é um Plano de Negócio?

O plano de negócio — *business plan* — descreve a ideia de um novo empreendimento e projeta os aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios propostos, geralmente, para os próximos três ou cinco anos.

Seu preparo permite a análise da proposta e ajuda o futuro empreendedor a evitar uma trajetória decadente que o levará do entusiasmo à desilusão e ao fracasso.

Todo novo empreendimento deve ser visualizado do ponto de vista de um plano de negócio completo e que contenha todos os elementos importantes para caracterizá-lo adequadamente. O plano deve trazer a descrição do setor, a natureza jurídica do negócio, a estrutura organizacional da empresa, os relatórios financeiros simulados, um plano estratégico e um plano operacional.

A seguir, apresentamos o modelo de um plano de negócio composto de sete partes básicas envolvendo um sumário executivo, uma análise completa e detalhada do setor em que a microempresa vai operar e um resumo sobre as características do negócio com simulações financeiras e planos estratégico e operacional do negócio.

O Sebrae desenvolveu um esboço de plano de negócio para ajudar os futuros empreendedores que ali procuram socorro. Abaixo, segue um quadro com os principais itens de um plano de negócio:

Roteiro esquematizado para o projeto do negócio, segundo o Sebrae

Plano de Negócios

1. Ramo de atividade:
 - Por que escolheu este negócio?
2. Mercado Consumidor:
 - Quem são os clientes?
 - O que tem valor para os clientes?
3. Mercado fornecedor:
 - Quem são os fornecedores de insumos e serviços?
4. Mercado concorrente:
 - Quem são os concorrentes?
5. Produtos/serviços a serem ofertados:
 - Quais são as características dos produtos/serviços?
 - Quais são os seus usos menos evidentes?
 - Quais são as suas vantagens e desvantagens diante dos concorrentes?
 - Como criar valor para o cliente por meio dos produtos/serviços?
6. Localização:
 - Quais são os critérios para a avaliação do local ou do “ponto”?
 - Qual é a importância da localização para o seu negócio?
7. Processo operacional:
 - Como sua empresa vai operar etapa por etapa? (Como fazer?)
 - Como fabricar?
 - Como vender?
 - Como fazer o serviço?
 - Qual trabalho será feito? Quem o fará? Com que material? Com que equipamento?
 - Quem tem conhecimento e experiência no ramo?
 - Como fazem os concorrentes?
8. Previsão de produção, previsão de vendas ou previsão de serviços:
 - Qual é a necessidade e a procura do mercado?
 - Qual é a sua provável capacidade de produção?
 - Qual é a disponibilidade de matérias-primas e de insumos básicos?
 - Qual é o volume de produção/vendas/serviços que você planeja para seu negócio?
9. Análise financeira:
 - Qual é a estimativa da receita da empresa?
 - Qual é o capital inicial necessário?
 - Quais são os gastos com materiais?
 - Quais são os gastos com pessoal de produção?
 - Quais são os gastos gerais de produção?
 - Quais são as despesas administrativas?
 - Quais são as despesas de vendas?
 - Qual é a margem de lucro desejada?

1. Sumário Executivo:

- Texto de um parágrafo sobre a natureza do negócio e os aspectos mais importantes do empreendimento; inclui missão e visão do negócio;
- Texto de um parágrafo sobre as necessidades que a empresa vai atender no mercado; inclui o papel do empreendimento em relação à



responsabilidade social; resumo das características do mercado em que a empresa vai operar;

- Mostra como o mercado está se comportando em relação ao produto/serviço a ser oferecido;
- Breve relatório sobre os sócios do empreendimento;
- Breve relatório sobre os recursos financeiros necessários.

2. Análise completa e detalhada do setor:

- Principais características do setor;
- Inclui as variáveis econômicas, sociais, demográficas e políticas que influenciam o mercado;
- Oportunidades encontradas no mercado;
- Identificação dos fornecedores de entradas (matérias-primas, dinheiro e crédito, tecnologia, mão-de-obra etc.).

3. Natureza jurídica e estrutura organizacional da empresa:

- Currículo dos sócios do empreendimento que contenha a formação e as competências pessoais de cada um;
- Funcionários necessários para o empreendimento estabelecendo o perfil profissional de cada um.

4. Plano financeiro:

- Balanço de abertura da empresa;
- Previsão de receitas, fluxo de caixa e o balanço para o período coberto pelo planejamento.

5. Plano estratégico:

- Definição da missão e da visão da empresa;
- Definição do negócio;
- Estabelecimento dos objetivos específicos da empresa;
- Definição da estratégia da empresa;
- Declaração de premissas do planejamento;
- Estabelecimento dos objetivos estratégicos de longo prazo.

6. Plano Operacional

- Previsão de vendas;
- Planejamento da produção;
- Orçamento de despesas gerais;

- Previsão do lucro operacional;
- Previsão do fluxo de caixa e balancete;
- Balanço patrimonial simulado;
- Previsão de índices operacionais e financeiros.

7. Apêndices

- Contatos pertinentes;
- Informações técnicas.

Os banqueiros e capitalistas de risco exigem um plano de negócio para aprovar empréstimos ou financiamentos para todo e qualquer novo empreendimento. Muitos candidatos a sócios querem analisar o plano de negócio para avaliá-lo e decidir sobre sua participação. Relatórios financeiros simulados são importantes para que tanto investidores como sócios saibam antecipadamente quais serão os futuros desdobramentos do empreendimento.

De qualquer maneira, o novo negócio precisa ter uma forma específica e ser bem administrado para alcançar o sucesso. O plano de negócio deve ser simultaneamente conciso e abrangente de tal maneira que quem o leia e o analise tenha uma ideia completa do empreendimento.

Na verdade, o plano de negócio permite melhores condições para planejar, organizar, dirigir, avaliar e controlar o negócio. Em outras palavras, ele serve para retratar o início, o meio e o fim de um empreendimento. É imprescindível fazer revisões contínuas no plano de negócio para mantê-lo atualizado e dinâmico. Lembre-se de que ele se assemelha a um plano de voo: indica o início, o meio e o fim de uma viagem e deve levar em conta todos os acidentes de percurso, a influência do clima externo e as possíveis turbulências do caminho.

Hora de Revisar

- Inicialmente, empreender em Pedagogia é uma ótima forma de se tornar um empresário na área da educação, pois é um setor que está em crescimento. De maneira geral, a cada ano que se passa, mais turmas estão sendo abertas, em formato presencial ou on-line. Esses novos formatos digitais nos permitem várias formas de empreender na Pedagogia, tais como: cursos on-line, e-books, áudio books, mentorias em projetos educacionais e ferramentas pedagógicas.
- Para operar um negócio, faz-se necessário assumir vários riscos, seja quanto ao capital empatado seja quanto ao tempo e ao esforço investidos, principalmente quando sua aplicação pode resultar em possíveis perdas.
- O plano de negócio é um projeto indispensável para definir os rumos atuais e futuros do novo empreendimento: cobre todos os aspectos internos e externos do negócio, abrange todos os aspectos atuais e futuros do negócio; funciona como uma visão integrada e sistematizada do negócio; serve como um guia abrangente para a condução do negócio; divulga aos parceiros internos e externos as características do negócio; funciona como um meio de avaliação dos desdobramentos do negócio.

Sugestões de Leitura

- A arte de empreender: Manual do Empreendedor e do gestor das empresas de sucesso, Janguê Diniz;
- Como criar um negócio do zero: O jeito Moving Girls de empreender, Camila Vidal;
- Negócios para criativos: Quando a arte encontra no empreendedorismo o seu maior aliado, inevitavelmente a plateia não será mais o seu lugar, Kiko Loureiro.

REFERÊNCIAS

CORTINAS, Felipe. Como Empreender em Pedagogia? 2021. Disponível em: <https://blog.voomp.com.br/dicas/mercado-de-trabalho/como-empresender-em-pedagogia>. Acesso em 17 de set. 2023.

FEIJÓ, Bruno Vieira. Os Novos Empreendedores da Educação. Disponível em: <https://cieb.net.br/os-novos-empresendedores-da-educacao/>. Acesso em 17 de set. 2023.

Apostila Como Elaborar um Plano de Negócios - Sebrae.

CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um negócio? São Paulo: Makron Books, 1995. 140 p., il.



**Av. Barão de Gurguéia, 3333B - Vermelha
Teresina - Piauí**

f @/maltafaculdade

 www.faculdademalta.edu.br