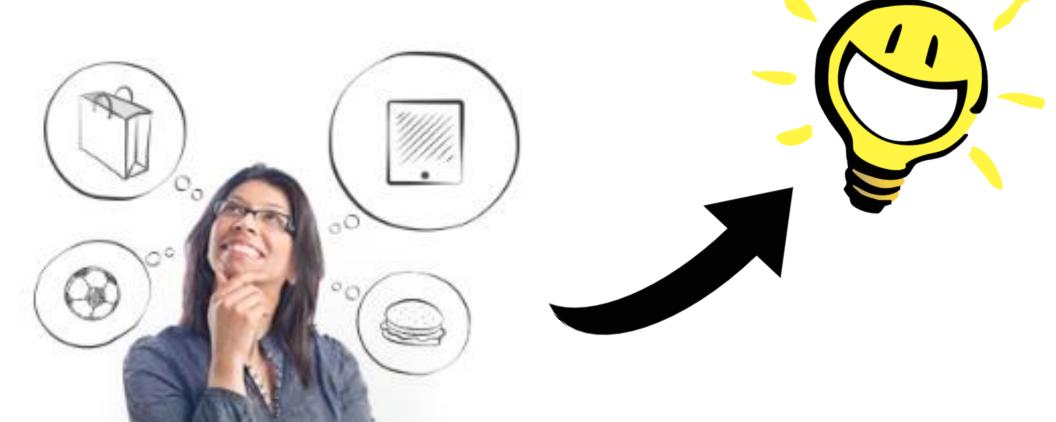


EMPREENDEDORISMO



DA MOTIVAÇÃO AO PLANO DE NEGÓCIO...

• Tudo começa com uma IDEIA...



DA MOTIVAÇÃO AO PLANO DE NEGÓCIO...



DA MOTIVAÇÃO AO PLANO DE NEGÓCIO...



O EMPREENDEDOR

"O empreendedor é alguém que SONHA e transforma o seu sonho em REALIDADE" (DOLABELA, 1999)



"Empreendedor é aquele que faz acontecer, se antecipa aos fatos, e tem uma VISÃO futura da organização" (DORNELAS, 2001)

O EMPREENDEDOR

Transforma **ideias** em **realidade**, conhecimento e oportunidade em **riqueza**, desenvolvendo mercados, potencializando economias e gerando **benefícios** para a sociedade.



PERFIL EMPREENDEDOR

Se conhecer (autoconceito) Busca oportunidades; Iniciativa e Persistência; Exige qualidade e eficiência; Corre riscos calculados; Tem Metas; É informado; Criativo Planeja e monitora o negócio; Poder de persuasão; **Networking**; Autoconfiança;



O QUE É EMPREENDEDORISMO?

"É qualquer tentativa de criação de um **novo negócio** ou empreendimento como, por exemplo, uma **atividade autônoma**, uma **nova empresa**, ou **expansão** de um empreendimento já existente. Em qualquer situação, a iniciativa pode ser de um **individuo**, **grupos** ou **empresas** já estabelecidas" (**Dolabela**, 1999)

"Empreendedorismo é o envolvimento de **pessoas** e **processos** que, em conjunto, levam a **transformação** de **ideias** em **oportunidades**" (Dornelas, 2008)

EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Composição

- 28% dos brasileiros são empreendedores
- Dos 72% que não são empreendedores
 - 33% pretendem abrir um negócio no futuro (empreendedores potenciais), enquanto 39% não pretendem empreender.

Motivação para abrir um negócio

- Oportunidade (70%)
- Necessidade (30%)



(ENDEAVOR, 2013)

CASOS DE SUCESSO NO EMPREENDEDORISMO









Steve Jobs

Conhecido comandar a revolução dos computadores, popularizando o acesso à informática com a criação do primeiro computador pessoal (Apple I). Foi um empreendedor ousado, perfeccionista, criativo, inovador.

Vendas: 108,2 bilhões de dólares Valor de mercado: 546 bilhões de

dólares

Funcionários: 63.300

Larry Page e Sergey Brin

A Google surgiu quando o seus fundadores sonharam que seria possível descarregar toda a internet num computador. Diariamente, 2,5 milhões das pesquisas na internet usam o Google. Investiram quase 12 bilhões de dólares em P&D, nos três últimos anos.

Vendas: 37,9 bilhões de dólares Valor de mercado: 203,2 bilhões de

dólares

Funcionários: 32.500

Mark Zuckerberg

O idealizador e fundador da rede social mais importante da atualidade. Tem o seu sucesso profissional atribuído a um fator essencial: dedicação. Persistente, ele fez de seu trabalho sua vida e transformou sua empresa em um dos melhores lugares para se trabalhar.

Vendas: 3,71 bilhões de dólares Valor de mercado: entre 75 e 100

bilhões de dólares Funcionários: 3.200 "Sucesso visível ajuda a reduzir a percepção de barreiras e riscos ao empreendedorismo e realça as recompensas tangíveis"



(ISENBERG, 2010)

Mas como fazer para chegar lá...?





Qual é a solução do seu negócio?

Você est' do algum

O processo de empreender envolve basicamente:

Percepção de oportunidades

Gestão de recursos escassos

Trabalho em equipe

Qual é a s

Ju negócio?



O PROCESSO EMPREENDEDOR



Identificar/Avaliar Oportunidade

- Valores percebidos e reais
- Análise dos riscos
- Análise do retorno
- Competências necessárias
- Situação dos Competidores



Desenvolver Plano de Negócio

- Sumário Executivo
- Conceito
- Análise de mercado
- Plano de Marketing
- Plano Operacional
- Plano Financeiro
- Análise Estratégica



Determinar e Captar Recursos

- Próprios
- Terceiros
- Bancos
- Governo
- Angels
- Capitalistas de Risco
- Incubadoras



Gerenciar o Negócio

- Estilo de Gestão
- Fatores Críticos Sucesso
- Identificar problemas
- Sistemas de Gestão
- Profissionalizar a gestão e expandir mercados

Fonte: Dornelas (2001)

OUTROS ASPECTOS IMPORTANTES NO PROCESSO DE EMPREENDER











FONTES DE OPORTUNIDADES

- Novo produto/serviço requer novo tipo de negócio que ainda não existe no mercado (Ex. Asilos que são flats de luxo para idosos)
- 2. Mudanças estruturais Desenvolvimento de nova tecnologia (Muda o processo produtivo, surgem novas tendências/oportunidades)
- 3. Desenvolvimento de um novo mercado (Fornecer ao mercado C, produtos antes oferecidos ao mercado A. Ex. Iphone C).
- Mudanças demográficas e de percepção (valores)
 (Idade, renda, sexo, envelhecimento população, escolaridade, tamanho da família, etc.)
 (consumidores sustentáveis, veganos e vegetarianos)
- 5. Desenvolver benefícios para o mercado atual (Inovações incrementais, upgrades, melhorias)
- 6. Incongruências na percepção de valor **(valor real x valor percebido)**



Invenção x Inovação

 Invenção: É o resultado de uma atividade tecnológica, busca a solução de um <u>problema prático</u>. A motivação é TÉCNICA. São protegidas por patentes (INPI).



 Inovação: tem como objetivo a <u>exploração comercial</u> de uma invenção ou descoberta, transformando-a em um produto/serviço aceito no mercado (motivação ECONÔMICA).

Invenções que solucionam demandas são consideradas inovações.

INOVAÇÃO

Inovações radicais ou incrementais são FONTES DE OPORTUNIDADE para empreender a partir da necessidade de ajustes, criação de novos processos a partir da substituição de valores e crenças, da transformação da estrutura das indústrias e dos mercados, bem como do rompimento e obsolescência de alguns produtos e serviços, que são suplantados por novos conhecimentos e tecnologias novas (inovadoras).

Identificar pessoas que trazem soluções para os desafios emergentes do negócio!

REDES DE CONTATO

Estabelecer **redes de contatos** com os **stakeholders** que são **importantes** para o negócio.

Manter e desenvolver **PARCERIAS** que podem ser fundamentais para **o sucesso a longo prazo**.



Relacionamentos **construtivos**, **cooperativos**, **laços de confiança**, ganha-ganha, redes saudáveis.

A **competitividade** reside no **poder da rede** e a posição do negócio nela.

PROCESSO VISIONÁRIO

(OPORTUNIDADE + LIDERANÇA + ENERGIA + PERCEPÇÕES = VISÃO)

 Ser visionário é saber identificar se a ideia/sonho realmente se caracteriza em uma oportunidade de negócio (oportunidade ≠ ideia)

Ideia/sonho

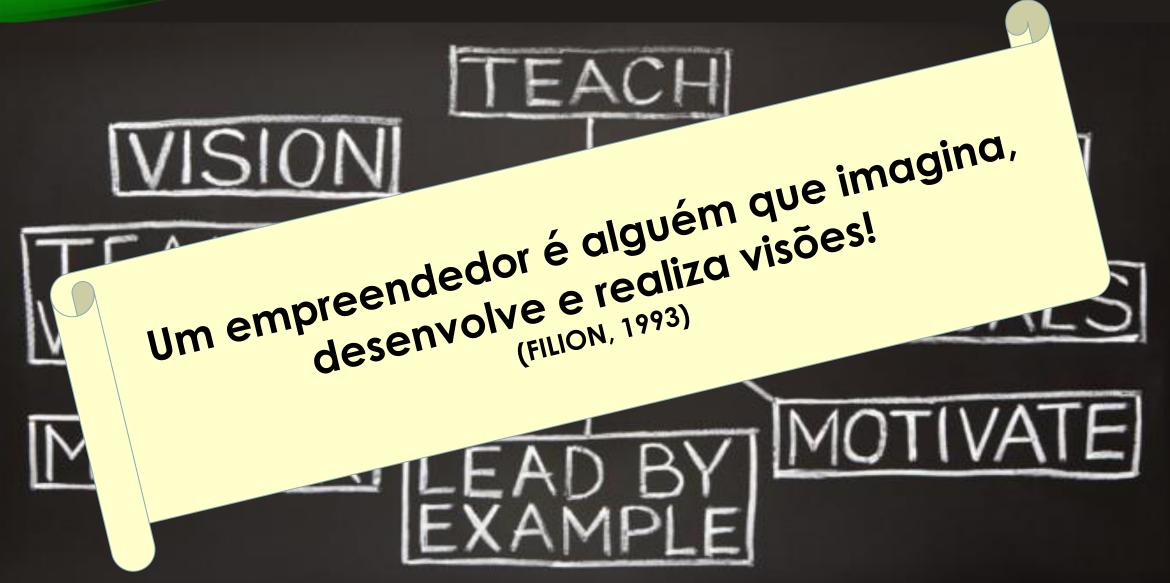
Oportunidade de Negócio (FILION, 1993)

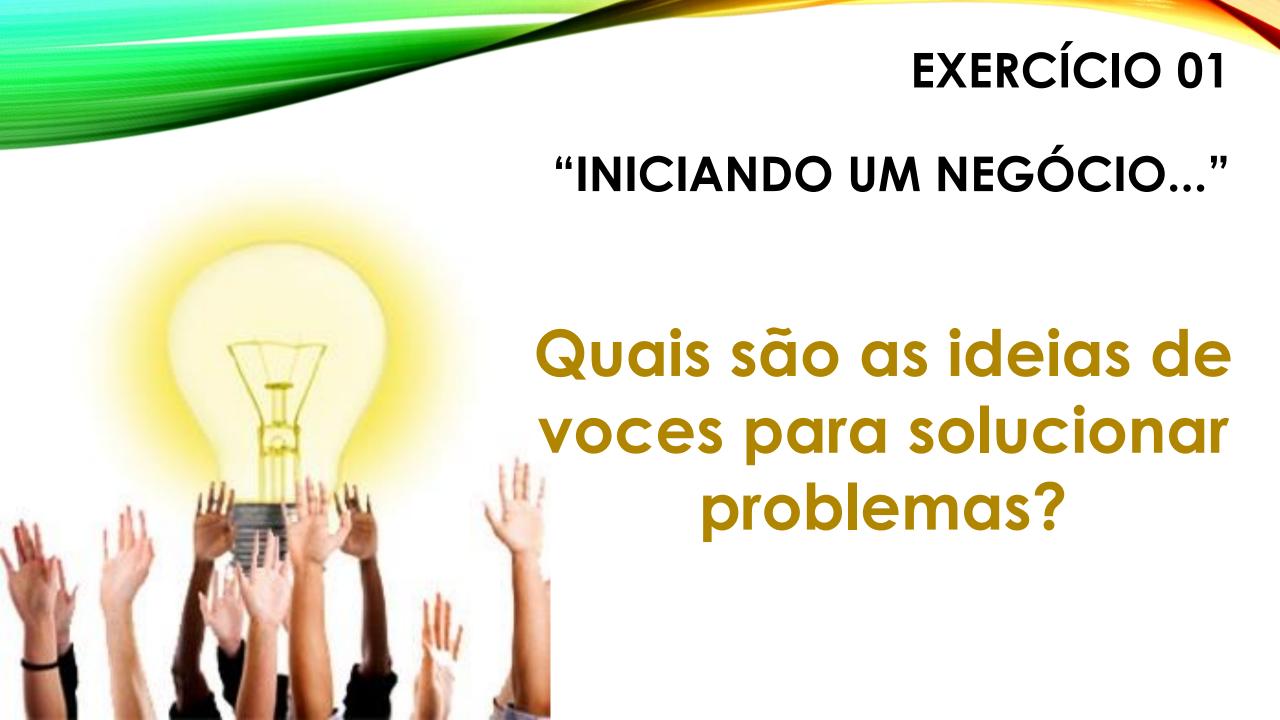
- Visão de futuro: Projeção, imagem no futuro, lugar que o empreendedor deseja que seu PRODUTO venha a ocupar. É também a imagem que a EMPRESA precisa ter para alcançar esses objetivos.
- A LIDERANÇA é o processo de DIRIGIR e MOTIVAR as pessoas na direção do objetivo do negócio para alcançar o SUCESSO.

PROCESSO VISIONÁRIO



PROCESSO VISIONÁRIO





MÃO NA MASSA PARA RESPONDER ESSAS QUESTÕES

- 1. Definam o Negócio
- 2. Problema/Oportunidade identificada;
- 3. Solução Proposta;
- 4. Como esse problema vem sendo resolvido hoje?
- 5. Por que a solução de vocês é melhor?
- 6. O que vocês precisam saber sobre esse negócio?
- 7. Que habilidades precisam ter para coloca-lo em prática?



REFERÊNCIAS

- DOLABELA. Fernando. (1999) Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. São Paulo: Cultura Editores Associados.
- DORNELAS, José Carlos Assis. (2001). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus.
- _____, José Carlos Assis. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xii, 166 p
- ENDEAVOR. (2013). Disponível em: http://info.endeavor.org.br/estatisticas-de-empreendedorismo-2013. Acessado em 31 de março de 2017.
- FILION, Louis Jacques. Visão e relações: elementos para um modelo empreendedor. Revista de Administração de Empresas. São Paulo: FGV, 1993. v.33, n.6, p. 50-61, novembro/dezembro.
- ISENBERG, D. J. (2010) How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review 88(6): 40–50.
- SEBRAE/RJ. (2014). Estudos de caso: histórias de sucesso de pequenos negócios no estado do rio de janeiro: 2014 / Larissa Thurler, Luciana Coelho, organizadores. Rio de Janeiro: SEBRAE/RJ, 2014. 120p.; 21cm.