



CRIATIVIDADE E ATITUDE EMPREENDEDORA

Prof.^a Sandra Mariano - sandramariano@id.uff.br

Prof. Robson Cunha - robsoncunha@id.uff.br

Prof. Murilo Carrazedo - murilocarrazedo@id.uff.br

Niterói,
02/10/2024

CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO



Empreendedorismo pode ser definido como a capacidade de identificar e explorar oportunidades para criar valor e solucionar problemas, seja no contexto econômico ou social. Empreender envolve uma mentalidade inovadora, proativa e resiliente, com foco em transformar ideias em realidade por meio de métodos estratégicos e criativos. O empreendedorismo é caracterizado pela busca constante por soluções que atendam às demandas de mercado ou resolvam questões que impactam a sociedade.

Além disso, o empreendedor é visto como alguém que possui sensibilidade para identificar lacunas e desafios, utilizando a criatividade e a persistência para superá-los, mesmo em cenários de incerteza. Essa prática requer visão de futuro, liderança e a capacidade de adaptação às mudanças. Em essência, o empreendedorismo é tanto uma forma de gerar valor econômico quanto de transformar realidades, criando impacto positivo e sustentável na sociedade.

CONCEITO DE INOVAÇÃO

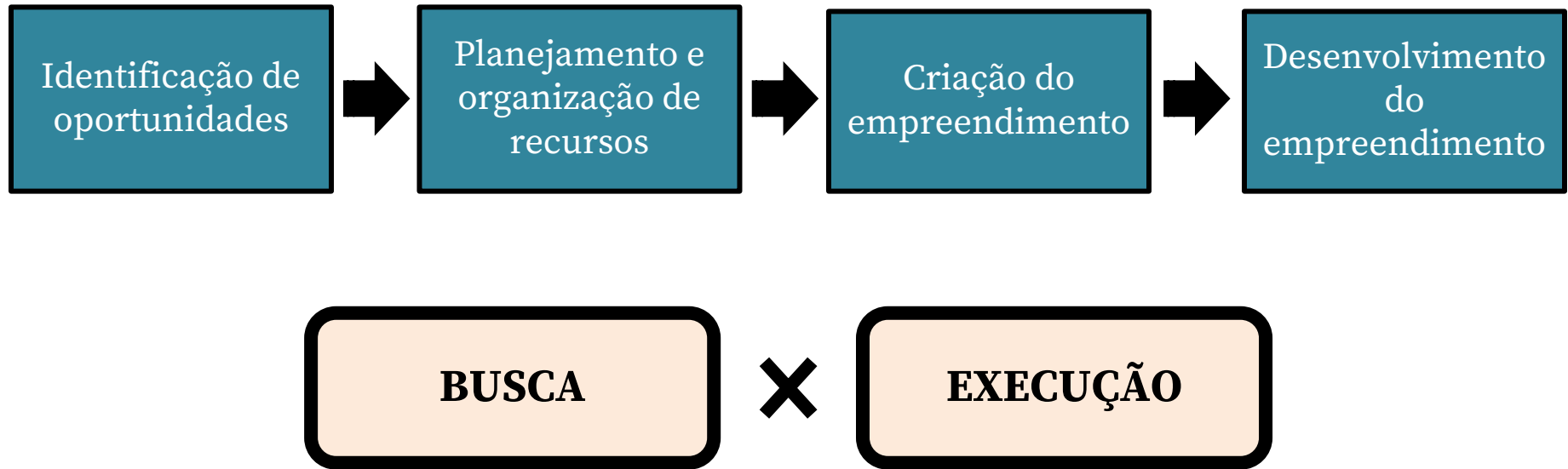


Inovação pode ser definida como a capacidade de criar ou aprimorar algo existente, promovendo mudanças significativas por meio da criatividade e de novas ideias. A inovação é vista como uma prática essencial para a evolução de processos, produtos e serviços, estando intimamente ligada à resolução de problemas de maneira original e eficiente. Inovar não se limita a grandes descobertas, mas pode se manifestar em melhorias incrementais que geram valor e impactam positivamente tanto no contexto empresarial quanto na vida cotidiana.

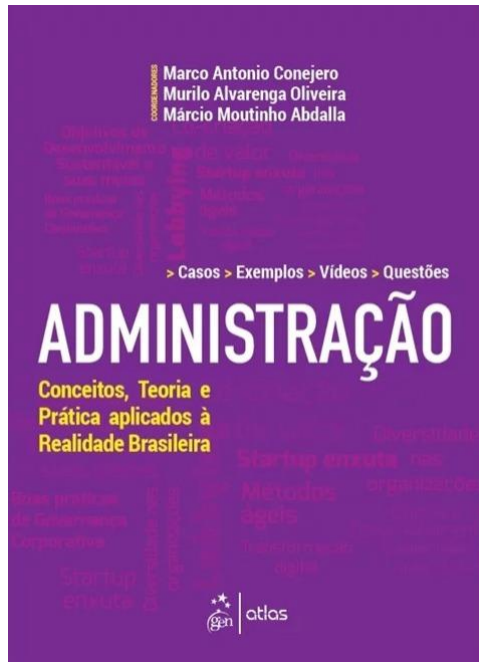
Além disso, a inovação requer uma mentalidade aberta à mudança e à experimentação, buscando sempre formas de otimizar e transformar realidades. Ela também é descrita como um fator crítico para o sucesso de iniciativas empreendedoras, pois permite a adaptação a novas demandas e a superação de desafios com soluções criativas e diferenciadas.

Portanto, inovação pode ser compreendida como um processo contínuo de aprimoramento e reinvenção, movido pela criatividade e pela busca de resultados transformadores. Ela desempenha um papel central na geração de valor e na adaptação às mudanças, tanto no ambiente organizacional quanto no cotidiano, permitindo o desenvolvimento de soluções mais eficazes e relevantes.

EMPREENDEDORISMO COMO UM PROCESSO



PROCESSO EMPREENDEDOR



FORMAÇÃO DE EQUIPE



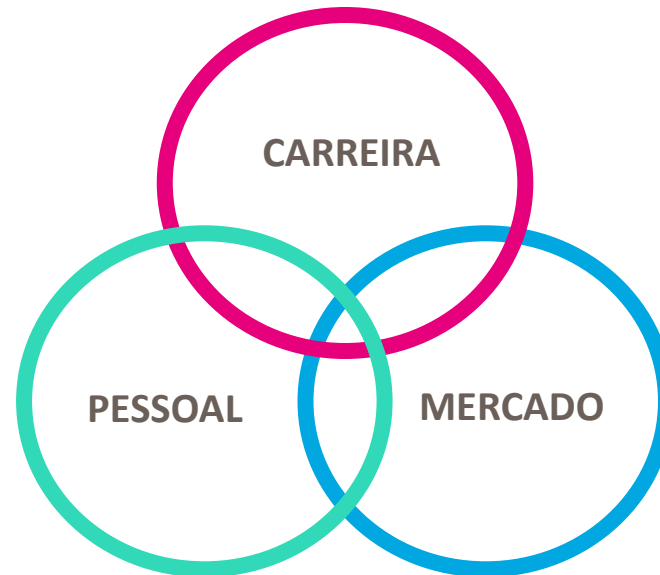
PRINCIPAL TRADE-OFF

CONTROLE X RIQUEZA

PRIMEIRO CONVITE ?



FATORES A SEREM CONSIDERADOS



TRAJETÓRIA X OPORTUNIDADE

VANTAGENS DA ESPERA

- **EXPERIÊNCIA**
- **COMPETÊNCIAS ESPECÍFICAS**
- **CONHECER O PRODUTO / MERCADO**
- **FORMAÇÃO MAIS SÓLIDA**
- **COMPETÊNCIAS GERENCIAIS**

POR OUTRO LADO ...

- **TUDO DEPENDE DE JÁ TER IDENTIFICADO UMA OPORTUNIDADE**
- **GRAU DE DINAMISMO DO MERCADO**
- **NEM SEMPRE É POSSÍVEL ESPERAR!!!**

RETOMANDO O PROCESSO EMPREENDEDOR

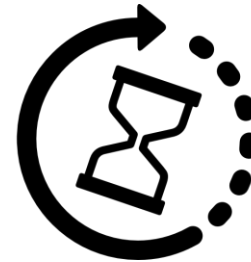
GATILHOS PARA EMPREENDER

- **Rede de relacionamento e exemplos próximos**
- **Insatisfação com o trabalho ou ficar desempregado**
- **Recursos e políticas governamentais (projetos de financiamento)**
- **Participação em programas e projetos que incentivem**

ANTES DE COMEÇAR ...

RETOMANDO UM ASPECTO IMPORTANTE

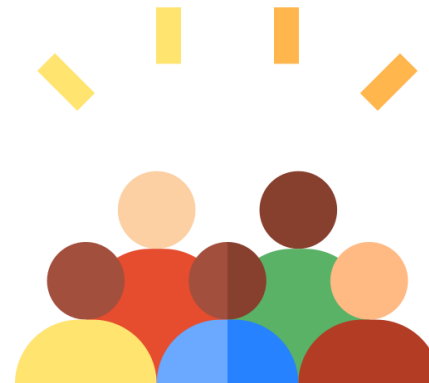
TRAJETÓRIA



OBTENDO INFORMAÇÕES SOBRE O MERCADO



**FONTES
SECUNDÁRIAS**



**FONTES
PRIMÁRIAS**

ESTUDOS SOBRE O MERCADO

PANORAMA

- Principais características do mercado
- Tendências para os próximos anos
 - Participação em eventos (movimentos da concorrência e outros atores)
 - Complementar com macrotendências (inovação)
- Como está e qual caminho o mercado deve tomar?
- Qual o nível de competição? Mercado saturado? Ou há poucos competidores?
- Quais os atores do mercado? (clientes, fornecedores, órgãos reguladores, possíveis parceiros etc)

Obs.: Preocupação com as fontes / encontrar organizações que representem o setor

ESTUDOS SOBRE O MERCADO

DIMENSIONAMENTO

- **Estatísticas**
- **Números de desempenho do mercado**
- **Tamanho (valores ou número de consumidores)**
- **Analogias em casos muito novos (alternativas)**
- **Cuidado com os percentuais**
- **Às vezes uma análise bottom-up é melhor**

ESTUDOS SOBRE O MERCADO

BARREIRA À ENTRADA

- **Marca?**
- **Volume de investimentos?**
- **Regulamentação, certificação ou licença específica?**
- **Propriedade intelectual?**

ESTUDOS SOBRE O MERCADO

INFORMAÇÕES SOBRE OS CONCORRENTES



ESTUDOS SOBRE O MERCADO

SEGMENTAÇÃO

O recorte é importante (evita posicionamento genérico)

Qual a medida? É difícil o empreendedor segmentar demais

No início: segmentos possíveis

A partir deste exercício fica mais fácil pensar no público-alvo e suas características

