



DESCRIÇÃO

Neste tema, discutiremos as novas perspectivas de empreendedorismo e inovação, assim como a importância da reflexão sobre o mercado atual.

PROPÓSITO

Este tema tem como finalidade compreender as oportunidades relacionadas ao empreendedorismo no mercado atual, com a inovação no desenvolvimento de uma empresa e a atuação inovadora dentro de uma organização.

OBJETIVOS

MÓDULO 1

Reconhecer as formas empreendedoras de atuação e as características necessárias para empreender

MÓDULO 2

Identificar o que é Inovação e seu processo criativo

MÓDULO 3

Examinar as novas dinâmicas do mercado assistido pelas *startups*

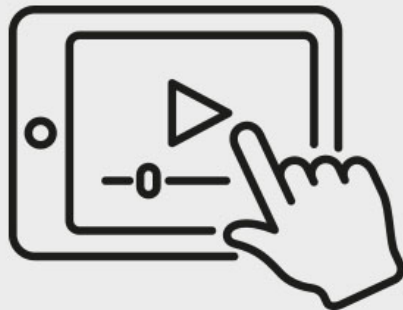
INTRODUÇÃO



Antes de definir especificamente o que é empreendedorismo, vamos ouvir a história do João e refletir sobre as mudanças no mercado de trabalho e sobre essa nova dinâmica.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



MÓDULO 1

🕒 **Reconhecer as formas empreendedoras de atuação e as características necessárias para empreender**

MAS, AFINAL, O QUE É O EMPREENDEDORISMO?

Observe as definições:

↔ Arraste para os lados. Arraste para os lados.



Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades.

(DORNELAS, 2008)



[...] empreendedorismo não trata apenas de pequenas empresas e novos empreendimentos. Não aborda apenas a criação de novos produtos ou serviços, mas, sim, inovações em todos os âmbitos do negócio.

(**CHIAVENATO**, 2007)



O empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias.

(Schumpeter *apud* CHIAVENATO, 2004)



É a busca incansável por oportunidade, independentemente dos recursos disponíveis.

(**Harvard Business School**, 2013)

JOSÉ DORNELAS



Foto: Maria Inês Felipe

📷 josedornelas.com.br

É um dos maiores especialistas brasileiros em empreendedorismo e plano de negócios e um dos mais requisitados conferencistas sobre o tema no país. Atualmente, leciona em cursos de MBA na Fundação Instituto de Administração (FIA) e na Universidade de São Paulo (USP) e participa como professor convidado em diversos programas no país e no exterior. Realizou seu pós-doutoramento nos EUA e foi o primeiro e único professor brasileiro como *Visiting Scholar* no Centro de Empreendedorismo do Babson College – considerada a melhor escola de negócios com foco em ensino de empreendedorismo no mundo. Foi ainda *Visiting Scholar* na Columbia University em Nova York. É engenheiro pela USP São Carlos, com mestrado e doutorado também pela USP, especialização em marketing pela ESPM e cursos de extensão em Harvard e no MIT.

IDALBERTO CHIAVENATO



Foto: Maria Inês Felipe

📷 SUNO Research

É um renomado autor brasileiro que possui vasto conhecimento na área de administração de empresas e de recursos humanos. Todavia, o Chiavenato não tem formação inicial em gestão: graduou-se em filosofia com especialização em pedagogia e psicologia.

Posteriormente avançou seus estudos, graduando-se também em Direito, especializando-se em administração de empresas. Por fim, obteve sua titulação em mestre e doutor em administração, pela City University of Los Angeles. Pela sua competência, viu os horizontes ampliarem mais ainda, alcançando o mercado da Espanha, Portugal e alguns países da América Latina. Sua atuação no exterior é tão marcante que lhe rendeu dois títulos de Doutor *Honoris Causa* por universidades estrangeiras.

Fonte: procenge.com.br

HARVARD BUSINESS SCHOOL



**HARVARD
BUSINESS SCHOOL**

Foto: Maria Inês Felipe

📷 Harvard Business School

É uma das escolas de pós-graduação da Universidade Harvard focada em administração de empresas.

Fonte: Harvard Business Review

LEITURA

Empreendedorismo é um conceito de longa data, que trouxe contribuições importantes para a sociedade. **Clique aqui** e leia um artigo sobre as definições de empreendedorismo de uma maneira cronológica, com o intuito de identificar as abordagens do conceito.

Existem diversas formas de empreender, que vão muito além da vontade de ganhar dinheiro. Você pode, inclusive, empreender sem abrir um negócio.

VAMOS VER COMO JOÃO, PERSONAGEM DO VÍDEO, PODE ATUAR NO MERCADO?

EMPREENDEDOR INFORMAL

É o tipo de pessoa que, diante de uma necessidade, tem o movimento empreendedor para sobreviver.

EMPREENDEDOR COOPERADO

Trabalhar sozinho faz com que seja mais difícil vender sozinho, mas, ao unir-se a um coletivo, o produto ganha condições de venda.

EMPREENDEDOR SOCIAL

As pessoas que querem ajudar o próximo criam uma organização sem fundos lucrativos.

Nesse mercado, o trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

EMPREENDEDOR COORPORATIVO

Também chamado de **intraempreendedor**, é o sujeito que promove novos projetos dentro da própria empresa. Seu principal objetivo é focado em sua carreira, não em uma empresa, no seu desenvolvimento pessoal.

EMPREENDEDOR PÚBLICO

Próximo ao intraempreendedor, mas focado em garantir processos mais eficientes, que atendam melhor à sociedade dentro da dinâmica do serviço público.

EMPREENDEDOR DO CONHECIMENTO

Usa o seu conhecimento específico e o transforma em um produto que pode ser oferecido de formas diferentes para públicos diversos.

EMPREENDEDOR DO NEGÓCIO PRÓPRIO

Modelo mais clássico, aquele que opta por criar algo novo, que se arrisca, mas que tem uma visão de tomar para si o controle pleno de sua estrutura e fundamentação.

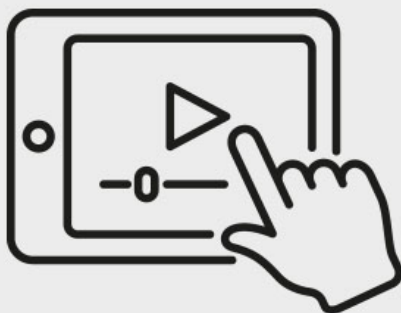
**JÁ TINHA PASSADO PELA SUA CABEÇA QUE
EXISTEM
TANTOS PERFIS EMPREENDEDORES?**



No vídeo a seguir, o especialista em empreendedorismo, **Antonio Batist**, fala sobre os perfis mais comuns que se destacam.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



ANTONIO BATIST

Especialista em Empreendedorismo e RH e mestre em Administração, com ênfase em Gestão de Pessoas.

Doutorando em Administração pelo COPPEAD – UFRJ.

Ex- Pró Reitor Substituto de Gestão de Pessoas da UFF. Coordenou o Departamento de RH do Grupo Nordeste. Ex-Analista de RH do Grupo Schincariol (atual Heineken).

Professor de MBA e de formação executiva (UFF, ALERJ e ENS). Atuou no Programa Líderes Cariocas (finalista do Prêmio Ser Humano 2018, da ABRH - Associação Brasileira de Recursos Humanos). Ex-Sócio da DIBZ RH. Sócio da SIBA Cursos

Profissionalizantes. Palestrante, Consultor, Servidor Público Federal concursado e Empreendedor.

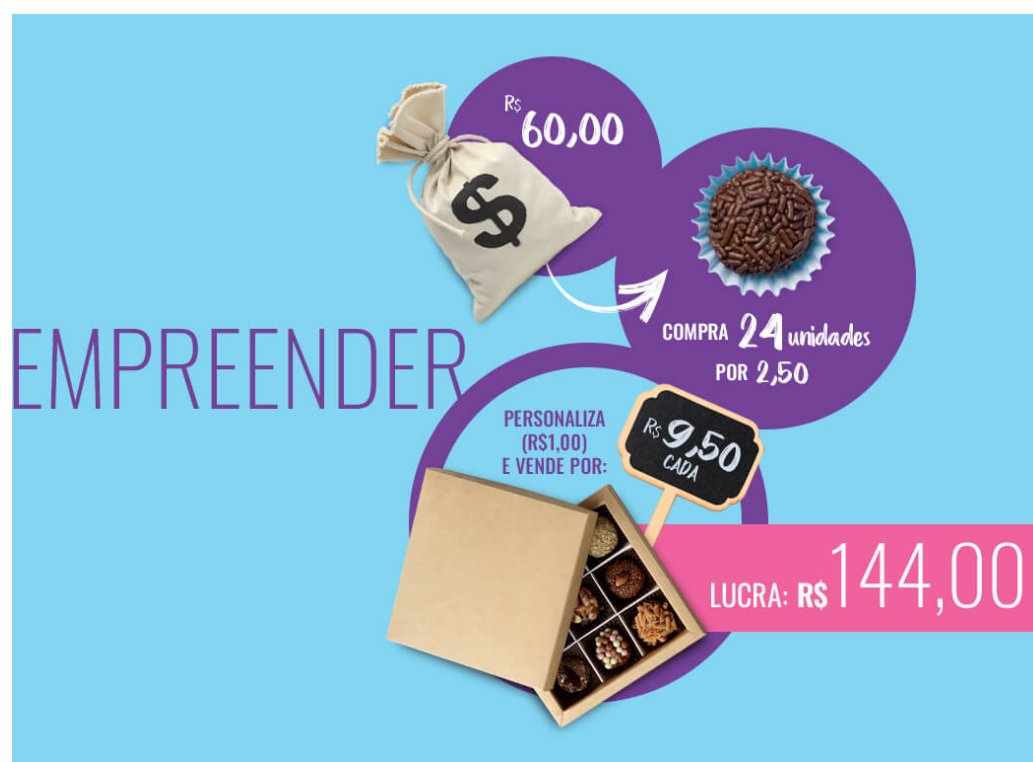
Como vimos, empreender não é sinônimo de abrir uma empresa ou o próprio negócio. O ato de empreender pode ser observado em diferentes ambientes e formas. Atualmente, o empreendedorismo está relacionado à inovação.

VAMOS VER UM EXEMPLO:

Podemos imaginar que muitas pessoas gostem de brigadeiros. Quem decidir abrir uma loja desses doces, certamente terá lucro se escolher um modelo de negócios adequado. Mas isso não é empreender.

Empreender é pensar um pouco além disso, é buscar uma solução inovadora que agregue valor à ideia de simplesmente vender brigadeiros.

VEJA A DIFERENÇA ENTRE EMPREENDER E ABRIR UM NEGÓCIO.



Fonte: Adaptado de Negócios Milionários

Todo o trabalho é desenvolvido com foco nos resultados, no alcance de metas e na solução de um problema que existe para determinados tipos de consumidores.

PORTANTO, ENQUANTO O EMPRESÁRIO VENDE BRIGADEIROS O EMPREENDEDOR ENXERGA UMA OPORTUNIDADE DE MERCADO E INOVA ESSA PRÁTICA.

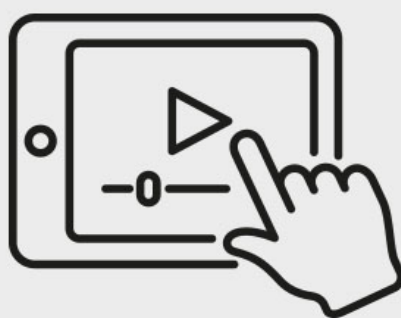
A seguir, veremos o relato de três pessoas que decidiram sair da rotina e empreender.



Conheça a história de alguns empreendedores e reflita: quem empreendeu no modelo clássico, isto é, abriu um negócio, e quem empreendeu de forma inovadora?

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



O EMPREENDEDOR E SUAS CARACTERÍSTICAS

Conceitualmente, o empreendedor é um sujeito que busca soluções: atento às novas tendências, preocupado com soluções inéditas e que busca explorar campos de atuação carentes de atendimento e com excesso de demanda.



Imagem: Shutterstock.com

**EMPREENDER, PORTANTO, É PRODUIR NOVAS
IDEIAS QUE COMBINEM CRIATIVIDADE E
IMAGINAÇÃO.**

A professora **Maria Inês Felipe** define empreendedor como:

MARIA INÊS FELIPPE



Foto: Maria Inês Felipe

Psicóloga, pós-graduada em Administração em Recursos Humanos e mestre em Criatividade e Inovação pela Universidade de Santiago de Compostela, na Espanha.



Aquele capaz de deixar os integrantes da empresa surpreendidos, sempre pronto para trazer e gerir novas ideias, produtos, ou mudar tudo o que já existe. É um otimista que vive no futuro, transformando crises em oportunidades e exercendo influência nas pessoas para guiá-las em direção às suas ideias. É aquele que cria algo novo ou inova o que já existe e está sempre pesquisando. É o que busca novos negócios e oportunidades com a preocupação na melhoria dos produtos e serviços. Suas ações baseiam-se nas necessidades do mercado.

(FELIPPE, 1996)

**MAS UMA PESSOA NASCE EMPREENDEDORA
OU ELA SE TORNA AO LONGO DO TEMPO?**

Diversos estudos apontam que uma pessoa não nasce empreendedora, mas existem fatores que contribuem para sua formação: família, amigos, trabalho, meio social etc.

PORTANTO, A IDEIA DO EMPREENDEDOR COMO ALGUÉM COM UM DETERMINADO DOM OU CAPACIDADE ESPECIAL É ILUSÓRIA.

Empreendedorismo tem que ser entendido como uma prática necessária para nos adequarmos aos tempos atuais. O espírito empreendedor é fomentado pela sucessão das gerações, pelas relações familiares, sociais, pela necessidade, mas, hoje, cada vez mais, pela crença de encontrar soluções que permitam uma melhora da qualidade de vida, longe da antiga métrica do dinheiro pelo dinheiro.

SAIBA MAIS

Confira um trecho elaborado pelo Sebrae sobre as características e desenvolvimento da atitude empreendedora. **Clique aqui.**

SAIBA MAIS

Na verdade, ninguém nasce empreendedor. O contato com família, escola, amigos, trabalho e sociedade favorece o desenvolvimento de talentos e características de personalidade, bloqueando ou enfraquecendo outros. Isso acontece ao longo da vida, muitas vezes ao acaso, pelas diversas circunstâncias enfrentadas.

O empreendedor é um ser social e, assim sendo, é fruto da relação constante entre os talentos e características individuais e o meio em que vive. Ser empreendedor não é fruto do nascimento ou de herança genética, mas resultado de trabalho, talento e reserva econômica.

A MÍDIA SEMPRE CONTA A HISTÓRIA DO EMPREENDEDOR COMO UM SUPER-HOMEM, QUE TEVE UMA IDEIA MARAVILHOSA E BRILHANTE, QUE GERA FATURAMENTO DE MILHÕES.

Mas ele trabalha muito, faz seu planejamento, estabelece metas e batalha até conseguir alcançar seus objetivos.



Imagem: Shutterstock.com

O SUCESSO É SINÔNIMO DE MUITO ESFORÇO, MUITO EMPENHO, MUITO TRABALHO. NÃO É SORTE, NÃO É TER IDEIA BRILHANTE, MAS TRABALHAR PARA QUE A CAUSA TENHA UM EFEITO DESEJADO.

SIMPLIFICANDO...



NA VERDADE, O EMPREENDEDOR POSSUI CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS PARA OBTER O SUCESSO.

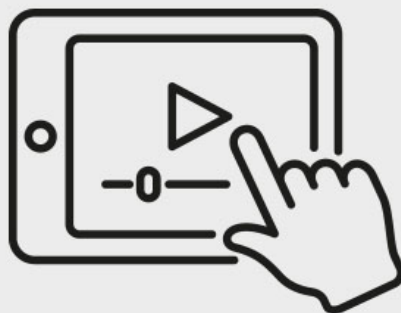
Vamos entender melhor essas características no vídeo a seguir.



No vídeo a seguir, a professora Marília de Sant'anna Faria cita as dez características essenciais baseadas no estudo de **McClelland**.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



DAVID CLARENCE MCCLELLAND

David Clarence McClelland era um psicólogo americano, conhecido por seu trabalho sobre a Teoria da necessidade da motivação.

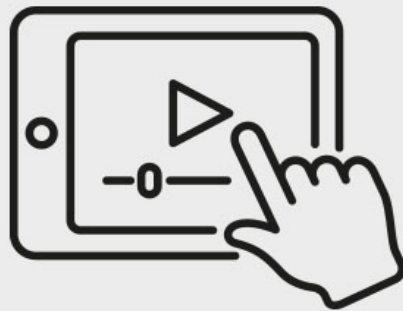
SAIBA MAIS

Já passou pela sua cabeça a quantidade de fatores envolvidos no processo para iniciar um empreendimento? Assista às dicas do especialista **Antonio Batist** para obtenção de melhores resultados do empreendimento.

SAIBA MAIS

Os empreendedores de sucesso utilizam uma ferramenta chamada modelagem de negócios para ajudar no processo de tomada de decisão e também no gerenciamento de negócios e de empresas.

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



COMO SE TORNAR UMA PESSOA EMPREENDEDORA E SE PREPARAR PARA ESSE NOVO MERCADO?

EMPREENDEDORISMO É ATITUDE.

Por isso, para ser empreendedor, é preciso sair da zona de conforto e ir à luta.

Identifique quais são as **características que possui**, seus pontos fortes e em quais precisa trabalhar.

Portanto, questione-se:



Imagem: Shutterstock.com

COMPREENDER QUAIS HABILIDADES PRECISA DESENVOLVER IRÁ AUXILIAR NA TRANSFORMAÇÃO PARA SE TORNAR UMA PESSOA EMPREENDEDORA.

Ter um perfil empreendedor significa estar muito antenado, o tempo todo ligado. Para isso, é primordial estar atento a tudo que o mercado oferece e identificar oportunidades.

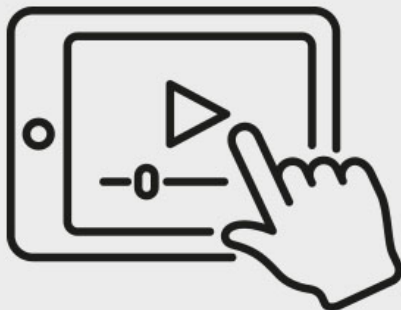
Depois de entendermos um pouco sobre os desafios de empreender vamos ouvir um depoimento que nos ajuda a compreender os passos para obter sucesso diante dos desafios.



Vamos ouvir o técnico José Neto, que ganhou o Panamericano de Lima com a seleção brasileira de basquete feminino. Ele conta um pouco do caminho para **trilhar a excelência**.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



VERIFICANDO O APRENDIZADO

1. JÁ SABEMOS QUE EMPREENDEDORISMO É “O ESTUDO VOLTADO PARA O DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS E HABILIDADES RELACIONADAS À CRIAÇÃO DE UM PROJETO”. HÁ DIVERSAS FORMAS DE EMPREENDER E ATUAR NO MERCADO. PORTANTO, É FUNDAMENTAL IDENTIFICAR QUAIS PERFIS EMPREENDEDORES.

I - EMPREENDEDOR SOCIAL: FOCADO EM GARANTIR PROCESSOS MAIS EFICIENTES, QUE ATENDAM MELHOR À SOCIEDADE DENTRO DA DINÂMICA DO SERVIÇO PÚBLICO.

II - EMPREENDEDOR CORPORATIVO: É O SUJEITO QUE PROMOVE NOVOS PROJETOS DENTRO DA PRÓPRIA EMPRESA. SEU PRINCIPAL OBJETIVO É FOCADO EM SUA CARREIRA, NÃO EM UMA EMPRESA, NO SEU DESENVOLVIMENTO PESSOAL.

III - EMPREENDEDOR PÚBLICO: TIPO DE EMPREENDEDORISMO FORMADO POR PESSOAS QUE QUEREM AJUDAR O PRÓXIMO, CRIANDO UMA ORGANIZAÇÃO SEM FUNDOS LUCRATIVOS. O TRABALHO EM EQUIPE É PRIMORDIAL E O OBJETIVO É MUDAR O MUNDO E INSPIRAR OUTRAS PESSOAS A FAZEREM O MESMO.

SOBRE OS PERFIS ACIMA, IDENTIFIQUE A(S) AFIRMATIVA(S) CORRETA(S):

- A) Apenas I.
- B) Apenas II.
- C) Apenas III.
- D) I e II.

2. PODEMOS ADOTAR UM ENTENDIMENTO ERRADO SOBRE O QUE É SER UM EMPREENDEDOR. A ESSE RESPEITO, INDIQUE A ALTERNATIVA INCORRETA:

- A) O empreendedor é um ser social e, assim sendo, é fruto da relação constante entre os talentos e características individuais e o meio em que vive.
- B) É um otimista, que transforma crises em oportunidades e exerce influência sobre as pessoas para guiá-las em direção às suas ideias.
- C) Ninguém nasce empreendedor. Não é fruto do nascimento ou de herança genética, mas resultado de trabalho, habilidades desenvolvidas e investimento.
- D) É aquele que busca novos negócios e oportunidades com a preocupação na melhoria dos produtos e serviços, independentemente das necessidades do mercado.

GABARITO

1. Já sabemos que empreendedorismo é “o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto”. Há diversas formas de empreender e atuar no mercado. Portanto, é fundamental identificar quais perfis empreendedores.

I - Empreendedor social: focado em garantir processos mais eficientes, que atendam melhor à sociedade dentro da dinâmica do serviço público.

II - Empreendedor corporativo: é o sujeito que promove novos projetos dentro da própria

empresa. Seu principal objetivo é focado em sua carreira, não em uma empresa, no seu desenvolvimento pessoal.

III - Empreendedor público: tipo de empreendedorismo formado por pessoas que querem ajudar o próximo, criando uma organização sem fundos lucrativos. O trabalho em equipe é primordial e o objetivo é mudar o mundo e inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

Sobre os perfis acima, identifique a(s) afirmativa(s) correta(s):

A alternativa **"B "** está correta.

Apenas a definição do Empreendedorismo corporativo está correta. As definições de Empreendedorismo social e Empreendedorismo público estão invertidas. Vale conferir as demais definições apresentadas na aula, a fim de evitar possíveis equívocos.

2. Podemos adotar um entendimento errado sobre o que é ser um empreendedor. A esse respeito, indique a alternativa incorreta:

A alternativa **"D "** está correta.

As ações de um verdadeiro empreendedor, além das características apresentadas nas demais opções, devem estar diretamente ligadas às necessidades de mercado. Sua capacidade de perceber tais necessidades será um grande diferencial em sua atuação como profissional.

MÓDULO 2

⦿ **Identificar o que é Inovação e seu processo criativo**

VAMOS COMPREENDER O QUE É INOVAÇÃO?

Como vimos, atualmente, o conceito de empreendedorismo está diretamente relacionado à inovação.

Logo, não poderíamos tratar dos dois de maneira isolada.



Imagem: Shutterstock.com

MAS O QUE É INOVAÇÃO?

Inovação é o ato ou ação de inovar. **Buscar novas soluções para os problemas.**

Trazer novos costumes, processos, atividades, ou seja, trazer uma ideia de **renovação**.

Inovação, segundo Ronald Jonash e Tom Sommerlatte (2001),



É um processo para alavancar a criatividade a fim de criar valor de novas maneiras, por meio de novos produtos, novos serviços e novos negócios.

(JONASH, R. S.; SOMMERLATTE, 2001)

INOVAÇÃO É UMA IDEIA CRIATIVA, QUE, QUANDO TRABALHADA DE FORMA ADEQUADA, GERA RESULTADOS.

IMPORTANTE

Vale ressaltar que inovação deve **criar benefícios reais**. Se **não houver benefício** pela implementação da ideia proposta, **ela não será considerada inovação**.

Agora, veja alguns exemplos de inovação que uma empresa pode gerar:

Passe o mouse sobre as imagens para ver as informações. Clique nas imagens a seguir para ver as informações.



INOVAÇÃO NA PRODUÇÃO

Henry Ford, no início do século XX, inaugurou a linha de montagem para produção em massa do automóvel Ford T, diminuindo os custos, para popularizar a venda de veículos.



INOVAÇÃO NA MARCA

Na década de 1920, a Ferrari se viu obrigada a pintar seus carros de corrida na cor vermelha. Criou um vermelho específico, o rosso corsa (vermelho de corrida). A cor ficou tão associada à marca que passou a designar um tipo de vermelho: vermelho Ferrari.



INOVAÇÃO NO PRODUTO

Com o aumento da velocidade dos carros, a segurança passou a ser um diferencial. Em 1958, foi fabricado o primeiro automóvel americano com cintos de segurança: o Chevrolet Corvette.



INOVAÇÃO NO NÉGOCIO

As concessionárias de carro passaram a oferecer serviços mecânicos, seguro, customização, entre outros, em vez de somente atuarem como pontos de venda.

PESQUISE

Vale a pena ressaltar que existem vários tipos de inovação. Pesquise na Internet quais outras formas de inovar e quais empresas tiveram essas ideias.

A INOVAÇÃO, HOJE, É ESSENCIAL PARA A SOBREVIVÊNCIA DA EMPRESA NO MERCADO.

**QUEM NÃO INOVA E NÃO TRAZ SOLUÇÕES
DIFERENCIADAS, ESTÁ FORA DO MERCADO.**

COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

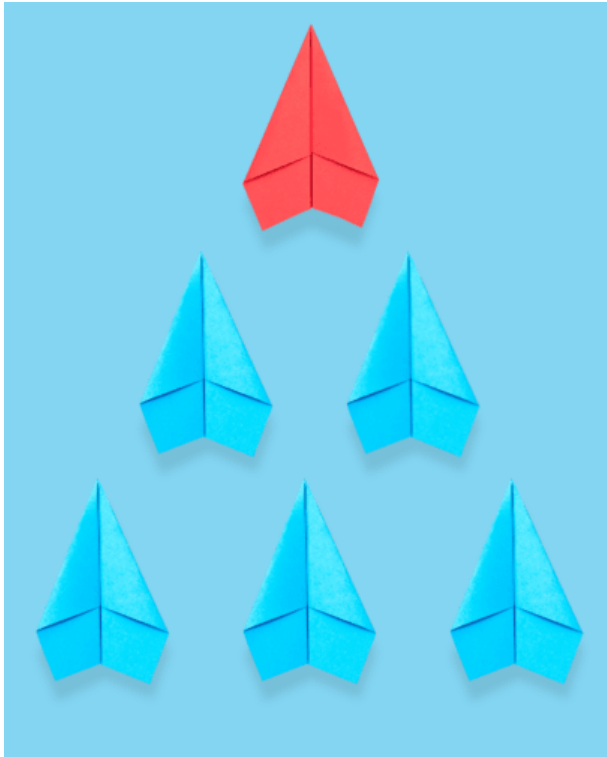


Imagem: Shutterstock.com

O impacto da inovação pode gerar muitas mudanças no mercado. As organizações que não tiverem uma estrutura organizacional compatível com a capacidade de criar e inovar correm um sério risco de insucesso. Atualmente, o ambiente em que as organizações atuam é caracterizado por mudanças cada vez mais rápidas, o que obriga um posicionamento de vanguarda para atendê-las, de forma também rápida e, principalmente, diferenciada.

⊕ SAIBA MAIS

Segundo estudo intitulado Digital Vortex: how digital disruption is redefining industries, nos próximos anos, 40% das grandes empresas que existem hoje deixarão de existir. **Clique aqui** para ler esse estudo na íntegra.

E SABE POR QUÊ? POR CONTA DA INOVAÇÃO E DA COMPETITIVIDADE.

O meio corporativo no qual estamos inseridos vem se tornando cada vez mais competitivo. Esse movimento é decorrente da tecnologia, que trouxe velocidade às mudanças e às transformações refletidas no mercado.

Conquistar **competitividade empresarial** é realizar ações capazes de potencializar resultados e se estabelecer entre os melhores do setor.



Portanto, pensar em **inovação** é premissa básica das empresas para gerar riqueza contínua, aumentar a produtividade e ser competitivo.

IMPORTANTE

É muito importante trazer novas soluções para os problemas. Mas essas soluções devem ser sustentáveis, ou seja, é preciso fazer a seguinte pergunta: essa inovação tem viabilidade econômica e a empresa pode sustentar, economicamente, essa solução?

VAMOS VER UM EXEMPLO CLÁSSICO:

Conhece história da evolução das máquinas fotográficas digitais que acabou com a tradicionalíssima Kodak?

Arraste a imagem para o lado para ver as informações. Arraste a imagem para o lado para ver as informações.



Imagem: Shutterstock.com

1888

REGISTRADA A MARCA KODAK

Seu slogan era: “Você aperta o botão, nós fazemos o resto”. As pessoas compravam a câmera, que continha um filme fotográfico com 100 poses. Após seu uso, bastava enviá-lo à Kodak, que revelava as fotos e reabastecia a câmera.

1895

KODAK POCKET

Câmera de bolso de baixo preço, que contribuiu para a popularização da fotografia.



Imagem: Shutterstock.com



Imagem: Shutterstock.com

1900
BROWNIE

Em forma de caixinha, custava 1 dólar e foi a primeira câmera considerada acessível. Essa série durou até 1986.

1935

KODACOLOR

Filme colorido para fotografia e cinema.



Imagem: Shutterstock.com



Imagem: Shutterstock.com

1938

SUPER SIX-20

Primeira câmera com controle de exposição automático, com oito velocidades no obturador.

1963

INSTAMATIC

Câmeras instantâneas, com design clássico e filme substituível e barato.



Imagem: Shutterstock.com

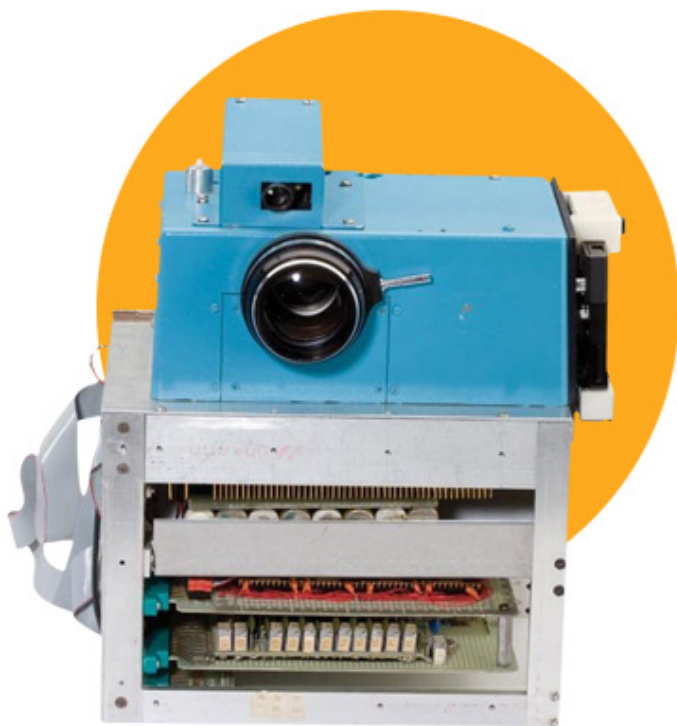


Imagem: Shutterstock.com

1975

Nesse ano, foi inventada a primeira câmera digital, que nunca passou de um protótipo.

1981

A Kodak controla toda a cadeia de produtos que envolvem a fotografia: câmera, filme e revelação nas lojas. A venda e revelação dos filmes rendiam muito mais. No entanto, apesar dos lucros, apostar todas as fichas nesse mercado acabou sendo também o maior erro da empresa.



Imagem: Shutterstock.com



Imagem: Shutterstock.com

1989

CRIAÇÃO DA PRIMEIRA DSLR

Revolucionária: comprime imagens e utiliza cartão de memória. O lançamento foi impedido com medo de canibalizar o mercado de filme.

1991

KODAK DCS

A DSLR só saiu do papel neste ano. A empresa estava presente na briga, mas não dava tanta importância e também estava longe de ser a melhor em qualidade. Então, começou a perder espaço para Canon, Sony, Nikon e Samsung.



Imagem: Shutterstock.com



Imagem: Shutterstock.com

2003

A venda de câmeras digitais superou a das tradicionais. Os filmes começaram perder espaço dois anos antes. Um dos pontos mais negativos da Kodak no mercado digital era falhar na capacidade multimídia, de subir e compartilhar fotos para o computador e para a Internet.

2012

A falência não demorou a chegar. A Kodak pediu concordata em janeiro desse ano, entrando no programa do governo dos Estados Unidos de proteção às empresas que precisam se recuperar financeiramente.



Imagem: Shutterstock.com

DSLR



Foto: Timetoast.com

Abreviação de *Digital Single Lens Reflex (dSLR)* - câmera digital que utiliza um sistema automático de espelhos e um pentaprisma para enviar a imagem para o visor.

As empresas que não levam a sério o crescimento do mercado param no tempo, são esmagadas pela concorrência. Exatamente como aconteceu com a Kodak.

Para que as empresas tenham **maior competitividade**, é necessário que seus profissionais sejam qualificados para **aprender a inovar**. Assim como o mercado está sempre se reinventando, os profissionais também devem fazer o mesmo.

A INOVAÇÃO É UM DIFERENCIAL NA HORA DE SE DESTACAR!

Vamos ver a dinâmica da inovação no meio empresarial:



Uma empresa se vê diante de um problema ou de uma oportunidade.



Pessoas pensam em soluções diferenciadas e a empresa testa sua implementação.



Profissionais criativos ganham destaque na empresa por serem capazes de inovar.

Diante disso, surge a pergunta...

COMO INOVAR?

Considerando que a criatividade é o primeiro movimento, vamos definir esse conceito:

CRIATIVIDADE É CAPACIDADE DE CRIAR, DE TRAZER ALGO NOVO, DE PENSAR DIFERENTE, FORA DA CAIXA.

Quem tem um olhar diferenciado, a capacidade de criar e pensar diferente dos demais, pode trazer uma solução criativa, ou seja, uma saída diferenciada para um problema.



CRIATIVIDADE É A HABILIDADE DE RESOLVER PROBLEMAS.

📢 IMPORTANTE

Vale lembrar que ser criativo não significa conseguir gerar inovação. Criatividade só é inovação quando consegue transformar uma ideia em algum benefício socioeconômico.

Por isso, é necessário elaborar um procedimento para organizar e propor o processo de inovação. Primeiramente, é preciso fazer um exercício de percepção do mundo em que estamos, ou seja, pensar a realidade presente, observar, aprender e não ter medo de romper com esse passado. Por fim, é preciso ter olhos atentos para o mundo e para o que ele nos demanda.

Entenda melhor com o esquema a seguir:

GERENCIAR O PRESENTE

É preciso conhecer a empresa como um todo, ou seja, seus processos. Também é importante identificar todos os aspectos que envolvem a empresa, tê-la nas mãos, conhecer, principalmente, a área em que atua.

ESQUECER O PASSADO

Essa atitude não quer dizer apagar as memórias, mas se desgarrar do passado. Muitas empresas se apegam a um processo simplesmente porque estão mais acostumadas a ele. Quantas vezes você já ouviu a frase: “ah, mas a gente já faz isso há muito tempo”. Buscar o novo, melhorar e ser competitivo é fundamental atualmente.

ANTECIPAR O FUTURO

Você já ouviu falar em pesquisa de tendências, certo? Esse é um ponto a pesquisar, pois é importante olhar para o futuro e tentar entender o que o consumidor está pensando. Reflita se o que a sociedade está buscando vai influenciar seu produto, seu serviço.

Uma vez que entendemos os passos necessários, é hora de criar. Veja a seguir uma forma prática e fácil de entender:

COMO FUNCIONA O PROCESSO CRIATIVO?



IDENTIFIQUE A NECESSIDADE, O PROBLEMA OU OPORTUNIDADE

Descubra o desejo dos clientes.

ANALISE A REALIDADE

Identifique o cenário, o ambiente.



2

3



COMPARE AS POSSIBILIDADES, AS CONDIÇÕES DE REALIZAÇÃO

Integre os principais ambientes e as pessoas ao cenário.

FAÇA UM EXPERIMENTO, UM ESBOÇO

Coloque as ideias no papel.



4

5



IMPLEMENTE E EXECUTE A IDEIA

Passe a ideia para a equipe, monte o projeto com ela.

Ainda com dúvidas? Tudo bem. Vamos a um exemplo de um sujeito famoso por sua criatividade e, principalmente, por sua capacidade de inovação.



Imagem: Shutterstock.com

Steve Jobs soube exatamente como transformar uma ideia em necessidade. O exemplo disso é o **iPhone**.

Consumidor buscava cada vez mais **estar conectado**;

Queria se conectar cada vez mais e **com mobilidade**;

Antes do consumidor ter esse desejo, Jobs inovou, trouxe para o consumidor o celular smartphone, que permite estar conectado 24h do dia de qualquer lugar.

Jobs tinha várias ideias, mas só elas não bastavam. Era preciso estudo, capacidade de entender a dinâmica do tempo, as necessidades da sociedade e como suas soluções poderiam gerar dividendos sociais e econômicos. Jobs transformou uma ideia em um processo inovador e, com isso, transformou toda uma sociedade.



Vamos fixar bem essas ideias. No vídeo a seguir, você aprenderá um pouco mais sobre inovação com o especialista, **Bernard De Luna**.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.

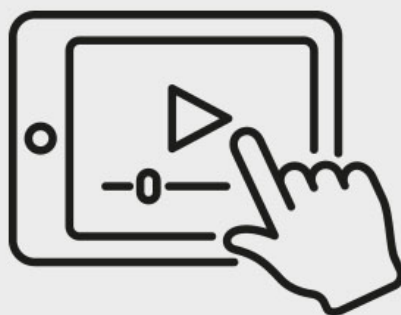


Foto: Maria Inês Felipe

Especialista em Inovação, gerente de produtos sênior da Liferay Inc.

Fonte: LinkedIn

Depois da entrevista e do conteúdo apresentado, podemos resumir que inovação é o somatório de três pontos:



CRIATIVIDADE

Algo novo, novidade

+



ATITUDE

Ação, empreendedorismo, fazer acontecer

+



RESULTADO

Benefício socioeconômico

=



INOVAÇÃO

TUDO COMEÇA COM UMA IDEIA CRIATIVA, MAS, COMO APRENDEMOS NO MÓDULO ANTERIOR, DEVEMOS TER ATITUDES NECESSÁRIAS PARA FAZER ACONTECER. O FIM DESTE PROCESSO PRECISA DE UM RESULTADO, QUE PODE SER FINANCEIRO, SOCIAL, MAS PRECISA TRAZER UM IMPACTO QUE GERE INOVAÇÃO.

QUE TAL DOIS DESAFIOS DE CRIATIVIDADE?

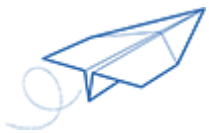
1

Você foi selecionado como finalista para concorrer a uma vaga de emprego de gerente administrativo em uma empresa de grande porte. Na última etapa da seleção, o recrutador propôs um desafio a todos os candidatos.

Os candidatos receberam uma folha de papel A4. O recrutador pediu que você e os outros ficassem a uma distância de 8 metros de uma caixa pequena, aberta, localizada no meio da sala de recrutamento.

Em seguida, deveriam fazer com que a folha chegasse à caixa, podendo dobrá-la quantas vezes fosse necessário, em “qualquer tipo de modelo”. O primeiro a conseguir seria contratado pela empresa.

QUAL SERIA SUA OPÇÃO?



Tradicional

Avião de papel clássico



Sofisticado

Avião de papel mais elaborado



Bola de papel

Bola de papel amassado

👉 Clique no botão abaixo.

Resposta

Se você pensar bem, a recrutadora disse “qualquer tipo” e, certamente, o que possui maior probabilidade de chegar até dentro da caixa é a bola de papel.

2

Seis taças estão alinhadas, sendo que as três primeiras estão cheias de vinho e as outras três estão vazias.

O desafio é arrumar as taças de modo que as taças cheias e vazias fiquem alternadas. Mas, atenção, você deve fazer isto movimentando apenas uma taça.



👉 Clique no botão abaixo.

Resposta

Pegue a taça 2 cheia, despeje seu conteúdo na taça 5 (contando da esquerda para a direita) e retorne a taça 2 ao seu lugar.

Fonte: Adaptado do Supera..

Esses dois desafios servem para pensarmos sobre a noção de criatividade, que não é estilo, não é desenhar bem, ter habilidades manuais, falar bem etc.

Ser criativo é encontrar a solução mais adequada quando estamos diante de um problema ou de uma oportunidade. É encontrar o meio mais eficaz, até mesmo inusitado, para atingir um resultado. Muitas vezes, a desconstrução do óbvio, daquilo que é esperado como comportamento comum, revela a criatividade, que pode gerar inovação.

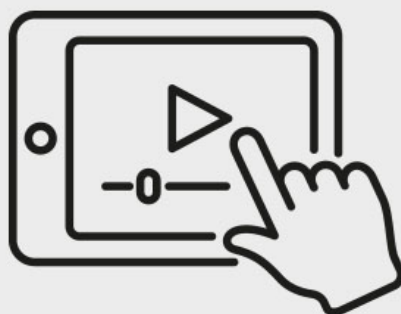
**PARA FINALIZAR, ASSISTA A UM VÍDEO SOBRE
COMO
TRABALHAR A CRIATIVIDADE.**



Assista ao vídeo para ver como é a mente de uma pessoa criativa e como essas pessoas estimulam a criatividade.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



VERIFICANDO O APRENDIZADO

1. A PARTIR DO QUE VOCÊ ESTUDOU SOBRE O CONCEITO DE INOVAÇÃO, LEIA O ENUNCIADO A SEGUIR E INDIQUE A ALTERNATIVA QUE NÃO ESTÁ RELACIONADO A ELE.

PROCESSO PARA ALAVANCAR A CRIATIVIDADE A FIM DE CRIAR VALOR DE NOVAS MANEIRAS, POR MEIO DE NOVOS PRODUTOS, NOVOS SERVIÇOS E NOVOS NEGÓCIOS.

RONALD JONASH E TOM SOMMERLATTE

A) Deve trazer novos costumes, novos processos, novas atividades, ou seja, trazer uma ideia de renovação.

B) Mesmo que não haja retorno socioeconômico, é considerada inovação a ideia rica de criatividade.

C) É uma ideia criativa, que trabalhada de forma adequada, gera resultados.

D) Quando concessionárias de carro passaram a oferecer serviços mecânicos, seguro, customização, chamamos de inovação de negócio.

2. NÃO HÁ COMO FALARMOS EM INOVAÇÃO SEM QUE SE FALE EM CRIATIVIDADE OU PROCESSO CRIATIVO. MAIS QUE UMA *HABILIDADE GENIAL*, É UM *MINDSET* CONSTITUÍDO E DESENVOLVIDO PELA DEDICAÇÃO E ESFORÇOS DIÁRIOS. UMA FORMA DE REPRESENTARMOS ESTE PROCESSO É PERCEBÊ-LO ATRAVÉS DE ALGUNS PASSOS ESSENCIAIS.

SOBRE ESSES PASSOS DO PROCESSO CRIATIVO, PODEMOS AFIRMAR QUE UM PASSO IMPORTANTE É:

I - ANALISAR A REALIDADE, O CENÁRIO, O AMBIENTE ONDE SE ESTÁ INSERIDO PARA PASSAR A IDEIA PARA A EQUIPE.

II - REALIZAR O EXPERIMENTO: O ESBOÇO QUE REGISTRA AS IDEIAS NO PAPEL.

III - UM PASSO IMPORTANTE É COMPARAR POSSIBILIDADES, AS CONDIÇÕES DE REALIZAÇÃO E COMO INTEGRAR OS PRINCIPAIS AMBIENTES AO CENÁRIO E PESSOAS.

INDIQUE A ALTERNATIVA CORRETA:

A) As afirmações II e III são falsas.

B) Somente I é falsa.

C) Somente III é verdadeira.

D) As afirmações I e III são verdadeiras.

GABARITO

1. A partir do que você estudou sobre o conceito de inovação, leia o enunciado a seguir e indique a alternativa que não está relacionado a ele.

Processo para alavancar a criatividade a fim de criar valor de novas maneiras, por meio de novos produtos, novos serviços e novos negócios.

Ronald Jonash e Tom Sommerlatte

A alternativa "B " está correta.

Além de todas as características que envolvem criatividade, para que haja inovação deve haver também benefícios reais, ou seja, deve haver benefícios socioeconômico. Se não houver benefício socioeconômico, não é considerado inovação.

2. Não há como falarmos em inovação sem que se fale em criatividade ou processo criativo. Mais que uma *habilidade genial*, é um *mindset* constituído e desenvolvido pela dedicação e esforços diários. Uma forma de representarmos este processo é percebê-lo através de alguns passos essenciais.

Sobre esses passos do processo criativo, podemos afirmar que um passo importante é:

I - Analisar a realidade, o cenário, o ambiente onde se está inserido para passar a ideia para a equipe.

II - Realizar o experimento: o esboço que registra as ideias no papel.

III - Um passo importante é comparar possibilidades, as condições de realização e como integrar os principais ambientes ao cenário e pessoas.

Indique a alternativa correta:

A alternativa "B " está correta.

Os principais passos para a o processo criativo são:

1. Identificar a necessidade, o problema ou oportunidade, o desejo dos clientes.
2. Analisar a realidade, o cenário, o ambiente.
3. Comparar possibilidades, condições de realização a forma de integrar os principais ambientes ao cenário, assim como as pessoas.

4. Fazer um experimento: um esboço, colocando as ideias no papel.
5. Implementar e executar a ideia: passar a ideia para a equipe, e montar o projeto.

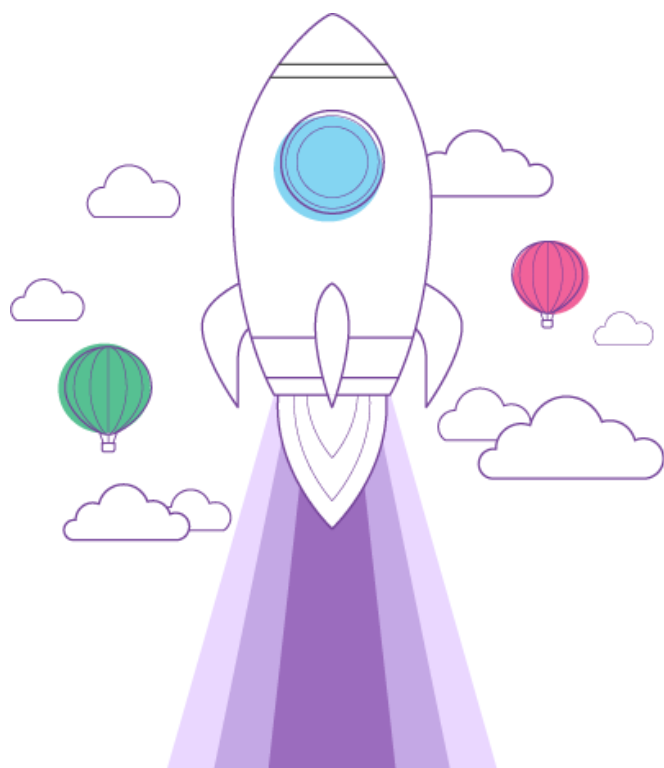
MÓDULO 3

- ⦿ Examinar as novas dinâmicas do mercado assistido pelas *startups*

INTRODUÇÃO

Já vimos aspectos relacionados ao **empreendedorismo** e sua vinculação com o **mundo contemporâneo**, o que nos fez perceber o peso e o poder da Inovação. Agora, chegou o momento de ver como isso se dá na realidade.

Para tal, exploraremos o fenômeno das **startups**: um **modelo de negócio muito comum atualmente**, que **alia empreendedorismo e inovação à tecnologia**. Depois, analisaremos casos de empresas presentes em nosso cotidiano que usam a tecnologia como parte essencial do negócio.





O QUE É UMA *STARTUP* ?

Startup é, normalmente, uma empresa jovem, com um **modelo de negócios repetível e escalável**, criada em um **cenário de incertezas**, em busca de soluções a serem desenvolvidas. Uma empresa só é considerada startup quando usa inovação para viabilizar seu negócio.

FICOU DIFÍCIL DE ENTENDER?

VAMOS EXPLORAR ESSES CONCEITOS APRESENTADOS.

Imagem: Designer EnsiMe

Uma analogia simples para isso é o modelo de venda de filmes (caso extraído do livro Empreendedorismo na prática: um guia para seu negócio, de Piedley Macedo):

PRODUÇÃO DE DVD

Para cada cliente novo, é necessário criar uma nova unidade de DVD e realizar uma nova entrega. Portanto, para o modelo de negócio crescer, haverá um forte custo de expansão e, por consequência, necessidade de investimento.

STREAMING DE VÍDEO

O mesmo filme é distribuído a qualquer um que queira pagar por ele, sem que isso impacte na disponibilidade do produto ou no aumento significativo do custo por cópia vendida. Como é uma assinatura, não é preciso produzir para entregar ao cliente, nem alterar o modelo de negócio inicial.

A PARTIR DO EXEMPLO, PODEMOS ENTENDER QUE O MODELO DE NEGÓCIO DE UMA *STARTUP* NÃO MUDA, ELE IRÁ PERPETUAR POR MAIS QUE A EMPRESA ATINJA MILHÕES DE PESSOAS.

⊕ SAIBA MAIS

Agora que você entendeu o que é uma startup, que tal se aprofundar mais um pouco e descobrir como criar a sua? **Clique aqui** e confira as 10 dicas do Sebrae.

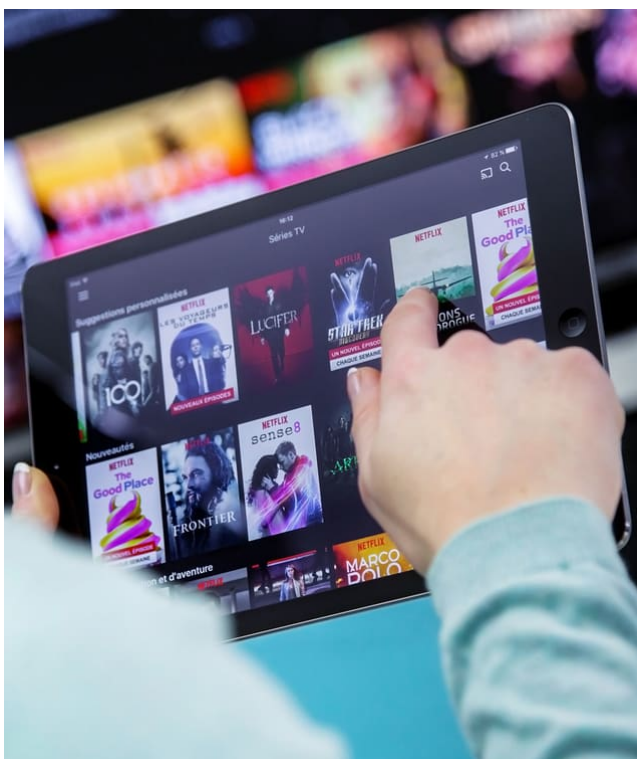
A seguir, veremos alguns casos de sucesso de empresas que começaram com pouco dinheiro, com muitas tentativas de acerto (e muitos erros, é claro), várias incertezas, mas que conseguiram empreender e se transformaram em negócios bilionários:

STARTUPS QUE VIRARAM GRANDES EMPRESAS

Clique nas setas laterais para ver as informações. Arraste a imagem para o lado para ver as informações.

A **Netflix** surgiu como uma locadora online que entregava DVD aos seus clientes pelo correio. Após aderir às tecnologias e apostar no streaming, a empresa passou a valer bilhões, se tornando referência no mundo inteiro, ameaçando, inclusive, grandes empresas de entretenimento.

Fonte: StartSE



Uber é um excelente exemplo de *startup*, que apresenta um modelo de negócio escalável e repetível. A empresa cobra uma porcentagem de cada viagem realizada por milhões de motoristas sem ter que comprar um único carro.

Fonte: StartSE



Airbnb oferece um serviço de hotelaria sem ter um único imóvel para locação. Quem se cadastra no serviço, pode alugar um quarto livre em sua casa e conhecer pessoas de todo o

mundo através desse **marketplace**.



Whatsapp é um aplicativo para troca de mensagens instantâneas em celulares e computadores. Todos os dias um milhão de pessoas passa a usar esse app.

Fonte: Pequenas empresas e grandes negócios.



MARKETPLACE

Plataforma tecnológica que media a relação entre clientes e fornecedores.

ESSAS EMPRESAS SÃO EXEMPLOS QUE OBTIVERAM ALCANCE GLOBAL A PARTIR DE UMA FORTE BASE TECNOLÓGICA.

Por conta disso, o conceito de *startup* está muito vinculado à tecnologia.

Muitas outras áreas, nos mais diversos campos, como agricultura, mercado financeiro, educação e saúde, poderiam ser incluídas nesta relação, seja por causa de seus modelos de negócio ou pelo serviço que ofertam aos consumidores.

Temos **assistido a uma proliferação de startups** que buscam **alavancar novas oportunidades de negócio**. Elas são motivadas pelos últimos avanços tecnológicos nos

mercados tradicionais. Para cada tipo de segmento, costuma-se adicionar o sufixo tech quando se trata de *startups* ou de iniciativas **disruptivas**. Assim, foram criados termos como *fintech* , *healthtech* , *legaltech* , *edtech* etc.

Embora quase autoexplicativos, **esses termos podem ser um pouco confusos algumas vezes**. Por isso, confira na lista a seguir as diferentes modalidades de *techs* , que estão inovando em todos os setores.

DISRUPITIVAS

Quando a inovação, de um produto ou serviço, cria um novo mercado, tornando obsoleto o que já existia.

Passe o mouse sobre as imagens para ver as informações. Clique nas imagens a seguir para ver as informações.



HEALTHTECH

Projetos para **melhorar a saúde e a prestação de serviços da área**. Algumas empresas unem conhecimentos de bioengenharia, bioeletrônica, neurociência, biologia celular e

molecular para desenvolver instrumentos fáceis de usar, seguros e não invasivos para tratamentos.



GREENTECH

Tecnologias que minimizam o impacto ambiental das empresas, principalmente aquelas voltadas ao desenvolvimento sustentável.



ADTECH

Tecnologias que ajudam a publicidade a se manter eficiente, produzindo softwares e serviços de entrega, controle e direcionamento de anúncios online.



EDTECH

Processos e recursos tecnológicos que melhoram o **desempenho na educação digital**.



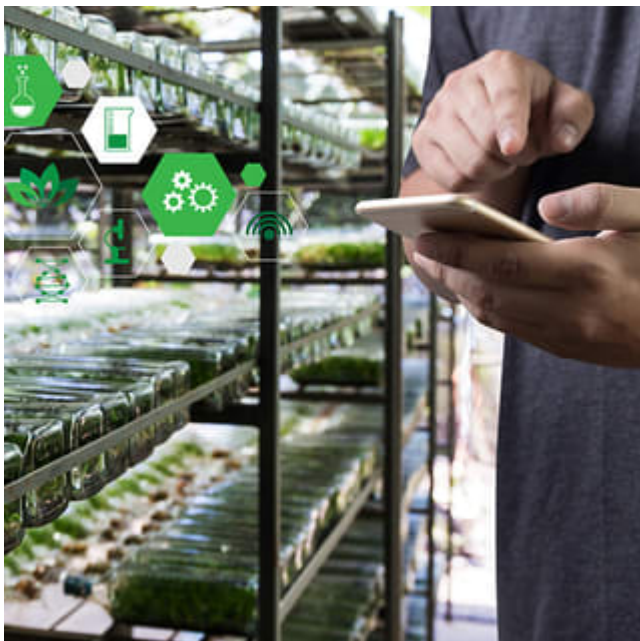
RETAILTECH

Serviços online para lojas físicas com novas tecnologias como **realidade virtual**.



LEGALTECH

Desenvolvimento de **soluções para o mercado jurídico**, que e o ajudam a evoluir, criando serviços legais para automatizar a experiência, o fluxo de trabalho e os documentos para empresários, escritórios e equipes legais de advocacia.



AGROTECH

Inovações que aprimoram plantas, animais e microrganismos, oferecendo **benefícios aos agricultores, ao meio ambiente e aos consumidores.**



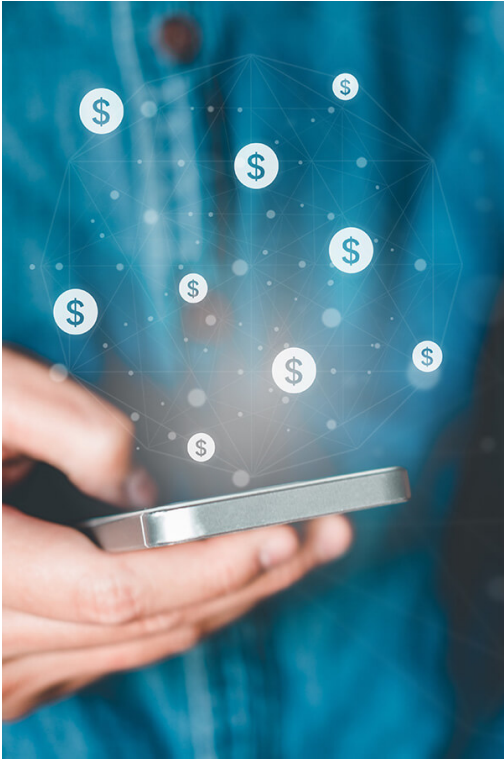
RHTECH

Recursos tecnológicos que **melhoram a capacidade dos Recursos Humanos** para usar dados coletados de maneira mais eficiente.



FOODTECH

Serviços totalmente novos na **área de alimentação**, como cozinheiros automatizados, entrega de alimentos, impressoras 3D de alimentos etc.



FINTECH

Tecnologias que proporciona velocidade, conveniência, facilidade de acesso e mais eficiência no atendimento personalizado ao cliente, desenvolvendo **modelos de negócios financeiros** com produtos inclusivos.

PESQUISE

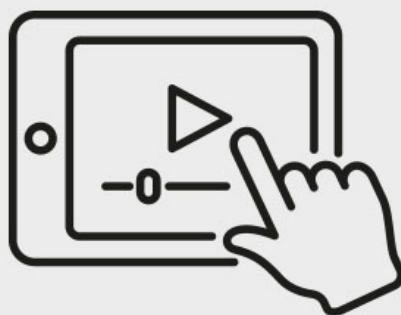
Para se situar nesse novo mercado, pesquise um pouco mais sobre essas e outras áreas e procure exemplos de *startups* inovadoras.



Neste vídeo, Robson Melo, cofundador da Estante Mágica – *Startup* brasileira no campo da Educação –, mostra como uma ideia original acabou se transformando em um negócio incrível.

VÍDEO ORIGINAL VÍDEO EM LIBRAS

Para assistir a um vídeo sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



VERIFICANDO O APRENDIZADO

1. JÁ SABEMOS QUE “*STARTUP* É, NORMALMENTE, UMA EMPRESA JOVEM, COM UM MODELO DE NEGÓCIOS REPETÍVEL E ESCALÁVEL, CRIADA EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS, EM BUSCA DE SOLUÇÕES A SEREM DESENVOLVIDAS”. PORÉM, NO CONTEXTO DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO, É FUNDAMENTAL COMPREENDER BEM ESTAS SUAS CARACTERÍSTICAS.

SOBRE ELAS, PODEMOS AFIRMAR:

I - É UM MODELO DE NEGÓCIOS REPETÍVEL PORQUE É NECESSÁRIO

QUE, PELO MENOS, 50% DA JOVEM EMPRESA POSSUA INVESTIDORES DE SUCESSO (PARA QUE HAJA GARANTIA DE REPETIR ESTE MESMO SUCESSO).

II - É UM MODELO DE NEGÓCIO ESCALÁVEL PORQUE NECESSITA PERMITIR CRESCIMENTO EM ESCALA, OU SEJA, TRANSFORMAR A IDEIA INOVADORA EM UM NEGÓCIO ECONOMICAMENTE RENTÁVEL.

III – É CRIADA EM CENÁRIO DE INCERTEZA PORQUE, POR SER JOVEM EMPRESA, NÃO É POSSÍVEL TER CLAREZA DO VALOR DE NEGÓCIOS NA RELAÇÃO ENTRE MERCADO, CLIENTE E INVESTIDORES.

INDIQUE A ALTERNATIVA CORRETA:

A) Somente II é falsa.

B) II e III são falsas.

C) Somente I é falsa.

D) Somente II é verdadeira.

2. UMA FORMA DE COMPREENDEREMOS AS *STARTUPS* É PERCEBÊ-LAS COMO UM MODELO DE NEGÓCIO MUITO COMUM (PODEMOS DEFINI-LAS COMO VERDADEIROS FENÔMENOS), QUE ALIAM EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO À TECNOLOGIA (NA MAIORIA DAS VEZES, TECNOLOGIA DIGITAL). EXATAMENTE POR ISSO, O CONCEITO DE *STARTUP* ESTÁ MUITO VINCULADO A ESSAS TECNOLOGIAS.

A PARTIR DE SEUS CONHECIMENTOS SOBRE AS *STARTUPS*, INDIQUE A ALTERNATIVA INCORRETA:

A) Muitas áreas de negócio, nos mais diversos campos, da agricultura ao mercado financeiro, também podem ser incluídas ao fenômeno das *startups*.

B) Embora tão necessitadas de inovação, áreas tão cruciais como Educação e Saúde, por suas características próprias, não conseguem se enquadrar neste modelo.

C) É de fácil percepção a proliferação de *startups* que buscam alavancar novas oportunidades de negócio nos mercados chamados “tradicionais”.

D) Denominamos iniciativa disruptiva quando um produto ou serviço cria um mercado e desestabiliza os concorrentes que antes o dominavam.

GABARITO

1. Já sabemos que “*Startup* é, normalmente, uma empresa jovem, com um modelo de negócios repetível e escalável, criada em um cenário de incertezas, em busca de soluções a serem desenvolvidas”. Porém, no contexto do Empreendedorismo e Inovação, é fundamental compreender bem estas suas características.

Sobre elas, podemos afirmar:

I - É um modelo de negócios repetível porque é necessário que, pelo menos, 50% da jovem empresa possua investidores de sucesso (para que haja garantia de repetir este mesmo sucesso).

II - É um modelo de negócio escalável porque necessita permitir crescimento em escala, ou seja, transformar a ideia inovadora em um negócio economicamente rentável.

III – É criada em cenário de incerteza porque, por ser jovem empresa, não é possível ter clareza do valor de negócios na relação entre mercado, cliente e investidores.

Indique a alternativa correta:

A alternativa "**C** " está correta.

A característica repetível do modelo de negócio diz respeito à capacidade da *startup* de entrega em escala praticamente ilimitada de seu produto. Já o cenário de incerteza se dá pelo fato de não haver garantia se aquela ideia ou projeto efetivamente terá sucesso no mercado.

2. Uma forma de compreendermos as *startups* é percebê-las como um modelo de negócio muito comum (podemos defini-las como verdadeiros fenômenos), que aliam empreendedorismo e inovação à tecnologia (na maioria das vezes, tecnologia digital). Exatamente por isso, o conceito de *startup* está muito vinculado a essas tecnologias.

A partir de seus conhecimentos sobre as *startups*, indique a alternativa incorreta:

A alternativa "**B** " está correta.

Desde que se enquadre em suas características, não há nenhum modelo de negócio que não possa assumir-se como *startup*. Portanto, não somente é possível que áreas como Saúde e Educação sigam esta tendência, como, na própria aula, tivemos o exemplo de sucesso da *startup* Estante Mágica.

CONCLUSÃO

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como vimos, o mercado de trabalho mudou e vai continuar mudando. A ideia de fazer a mesma coisa, ficar na mesma posição e no mesmo lugar durante anos, não existe mais.

Com isso, uma das práticas que surge neste cenário é empreender. O empreendedor pode atuar de diferentes formas no mercado: criando uma empresa inovadora que agrega novos valores ou, ainda, sendo um empregado que introduz inovações em uma organização e provoca o surgimento de valores adicionais nela.

Essas mudanças e oportunidades de mercado, agregadas à tecnologia, fizeram surgir as *startups* e novos modelos de negócios. O importante é estar atento para identificar as oportunidades e procurar desenvolver habilidades que ajudem na inovação.

Para ouvir um *podcast* sobre o assunto, acesse a versão online deste conteúdo.



FALA MESTRE

Estudo De Caso - Sucos Do Bem e Fazendo Do Futuro

Sinopse: O fundador do Sucos do Bem e da foodtech Fazenda do Futuro, Marcos Leta, fala sobre como foi o processo de desenvolvimento das start ups Suco do Bem e Fazenda do Futuro.

Sinopse: O fundador do Sucos do Bem e da foodtech Fazenda do Futuro, Marcos Leta, fala sobre como foi o processo de desenvolvimento das start ups Suco do Bem e Fazenda do Futuro.

Trajetória De Um Empreendedor

Sinopse: O CEO da BrMalls, Ruy Kameyama, compartilha um resumo da sua trajetória profissional.

Sinopse: O CEO da BrMalls, Ruy Kameyama, compartilha um resumo da sua trajetória profissional.

O Nascimento Do Empreendedorismo

Sinopse: O fundador do Sucos do Bem e da foodtech Fazenda do Futuro, Marcos Leta, reflete sobre os primórdios do empreendedorismo.

Sinopse: O fundador do Sucos do Bem e da foodtech Fazenda do Futuro, Marcos Leta, reflete sobre os primórdios do empreendedorismo.

O Que É Preciso Para Empreender

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre o que é preciso para empreender.

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre o que é preciso para empreender.

Início Da Trajetória Empreendedora

Sinopse: Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conta como foi o início da sua história como empreendedor.

Sinopse: Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conta como foi o início da sua história como empreendedor.

Como Fazer Um Business Plan

Sinopse: Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, explica como desenvolver um bom *Business Plan*

Sinopse: Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, explica como desenvolver um bom *Business Plan*

A Evolução Da Visão Da XP

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre a evolução da visão da XP.

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre a evolução da visão da XP.

Empreendedorismo No Brasil

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre o conceito de empreendedorismo, pegando como exemplo o contexto brasileiro.

Sinopse: José Luiz Niemeyer, coordenador do curso de Relações Internacionais do Ibmecc RJ, e Guilherme Benchimol, fundador da XP Inc, conversam sobre o conceito de empreendedorismo, pegando como exemplo o contexto brasileiro.

Empreendedorismo e o Poder Público

Sinopse: Roberto Medina, presidente da Rock World e responsável pelo Rock in Rio, fala a relação entre empreendedorismo e o poder público no Brasil.

Sinopse: Roberto Medina, presidente da Rock World e responsável pelo Rock in Rio, fala a relação entre empreendedorismo e o poder público no Brasil.

Dinamismo x Burocracia

Sinopse: Roberto Medina, presidente da Rock World e responsável pelo Rock in Rio, critica o excesso de burocracia do Brasil e o gap entre a necessidade de dinamismo das empresas e a burocracia do governo brasileiro.

Sinopse: Roberto Medina, presidente da Rock World e responsável pelo Rock in Rio, critica o excesso de burocracia do Brasil e o gap entre a necessidade de dinamismo das empresas e a burocracia do governo brasileiro.

O DNA Criativo do Brasileiro

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, menciona as dificuldades logísticas, econômicas e culturais do Brasil, mas aponta que o fato do país ser carente de diversos serviços e possuir um DNA criativo o torna uma terra de oportunidades.

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, menciona as dificuldades logísticas, econômicas e culturais do Brasil, mas aponta que o fato do país ser carente de diversos serviços e possuir um DNA criativo o torna uma terra de oportunidades.

A Importância da Priorização

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, fala sobre a importância do empreendedor ter uma visão de futuro e saber exatamente onde pretende chegar. Também dá dicas de como organizar as etapas para se alcançar grandes objetivos.

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, fala sobre a importância do empreendedor ter uma visão de futuro e saber exatamente onde pretende chegar. Também dá dicas de como organizar as etapas para se alcançar grandes objetivos.

Riscos de Empreender

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, fala sobre a relação entre empreendedorismo e riscos envolvidos no processo empreendedor.

Sinopse: Duda Falcão, fundadora e CEO do grupo Eleva Educação, fala sobre a relação entre empreendedorismo e riscos envolvidos no processo empreendedor.

O Valor do Fracasso

Sinopse: Paulo Moll Geo da Rede D'or São Luiz fala e aponta a cultura brasileira precisa aprender a valorizar a experiência oriunda da falência. O fracasso de um processo de empreendimento se traduz em um precioso aprendizado para o empreendedor aplicar em empreendimentos futuros. Um empreendedor que já fracassou deve ser visto como um experiente e não como alguém que deva desistir.

Sinopse: Paulo Moll Geo da Rede D'or São Luiz fala e aponta a cultura brasileira precisa aprender a valorizar a experiência oriunda da falência. O fracasso de um processo de empreendimento se traduz em um precioso aprendizado para o empreendedor aplicar em empreendimentos futuros. Um empreendedor que já fracassou deve ser visto como um experiente e não como alguém que deva desistir.

Empreendedorismo, Educação e Capital

Sinopse: Marília Rocca, CEO do grupo Hinode destaca a importância da educação e do acesso ao capital para se construir novos empreendedores.

Sinopse: Marília Rocca, CEO do grupo Hinode destaca a importância da educação e do acesso ao capital para se construir novos empreendedores.

Cidadania e Empreendedorismo

Sinopse: Marília Rocca, CEO do grupo Hinode destaca a importância da educação e do acesso ao capital para se construir novos empreendedores.

Sinopse: Marília Rocca, CEO do grupo Hinode destaca a importância da educação e do acesso ao capital para se construir novos empreendedores.

Futuro da Economia Compartilhada

Sinopse: Leonardo Tristão, Diretor Geral do AirBnB na América do Sul, e Paulo Veras, fundador da 99 Taxi, falam sobre as tendências da economia do compartilhamento para os próximos anos. Foco na inovação e tecnologia.

Sinopse: Leonardo Tristão, Diretor Geral do AirBnB na América do Sul, e Paulo Veras, fundador da 99 Taxi, falam sobre as tendências da economia do compartilhamento para os próximos anos. Foco na inovação e tecnologia.

REFERÊNCIAS

BICUDO, Lucas. **O que é uma startup?** Disponível em:

<https://www.startse.com/noticia/startups/18963/afinal-o-que-e-uma-startup>. Acesso em: 29 nov. 2019.

CANDIDO, Fabiano. **Conheça a WhatsApp:** uma startup de US\$ 19 bilhões. Disponível em:

<https://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/02/conheca-whatsapp-startup-de-us-19-bilhoes.html>. Acesso em: 29 nov. 2019.

DIGITAL TALKS. **Aplicativo da rede social literária Skoob é lançado.** Disponível em:

<https://digitalks.com.br/noticias/aplicativo-da-rede-social-literaria-skoob-e-lancado/>.

Acesso em: 26 nov. 2019.

MACEDO, Piedley; DANTAS, Francisco. **Empreendedorismo na prática**. Olinda: Livro Rápido, 2016.

REVISTA EXAME, Yuri. **O que é uma *startup*?** Disponível em:

<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 29 nov. 2019.

CONTEUDISTA

Rodrigo Rainha

 **CURRÍCULO LATTES**