


# ENTENDENDO O MUNDO DOS NEGÓCIOS

*Pro. João Carlos Oliveira Caetano*

# O QUE É UM NEGÓCIO?

- 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 envolve necessariamente o ato de produzir ou vender um produto ou de prestar um serviço:
- Bens:
  -  **de consumo:** destinado ao consumo
  - de produção:** destinado à produção de outros bens
- Serviços: atividade especializada
- Uma empresa pode comercializar diretamente seus produtos/serviços com o consumidor final . Outras preferem vender aos varejistas ou deixam a comercialização de seus produtos sob a responsabilidade dos atacadistas.

- Uma transação representa um intercâmbio ou uma transferência da propriedade de bens
  - **Oferta:** disponibilidade de bens e vendedores que os oferecem para venda.
  - **Procura ou demanda:** desejo e o poder de compra dos compradores.
- O valor total de todos os bens finais e serviços produzidos em um ano em determinado país constituem o Produto Nacional Bruto (PNB).
- O termo lucro refere-se ao excesso de receita sobre a despesa em virtude da produção e da venda de bens ou serviços.
- O prejuízo refere-se ao excesso da despesa em relação à receita obtida.

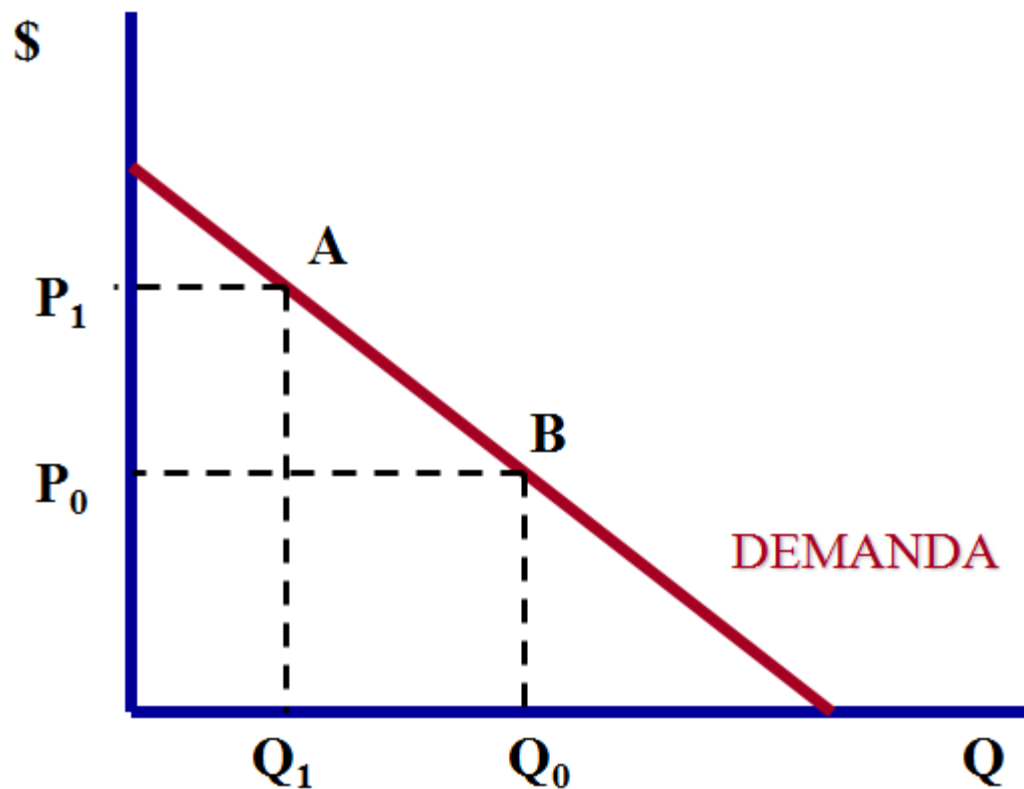


## **FATORES DESLOCADORES DA DEMANDA:**

- Preços de produtos substitutos;
- Renda dos consumidores;
- Expectativas futuras quanto aos preços futuros, abastecimento;
- Condições climáticas como temperatura, precipitações;
- Mudança nas preferências dos consumidores;
- Hábitos, gostos, preferências dos consumidores
- Número de compradores potenciais ou população;
- Outros.

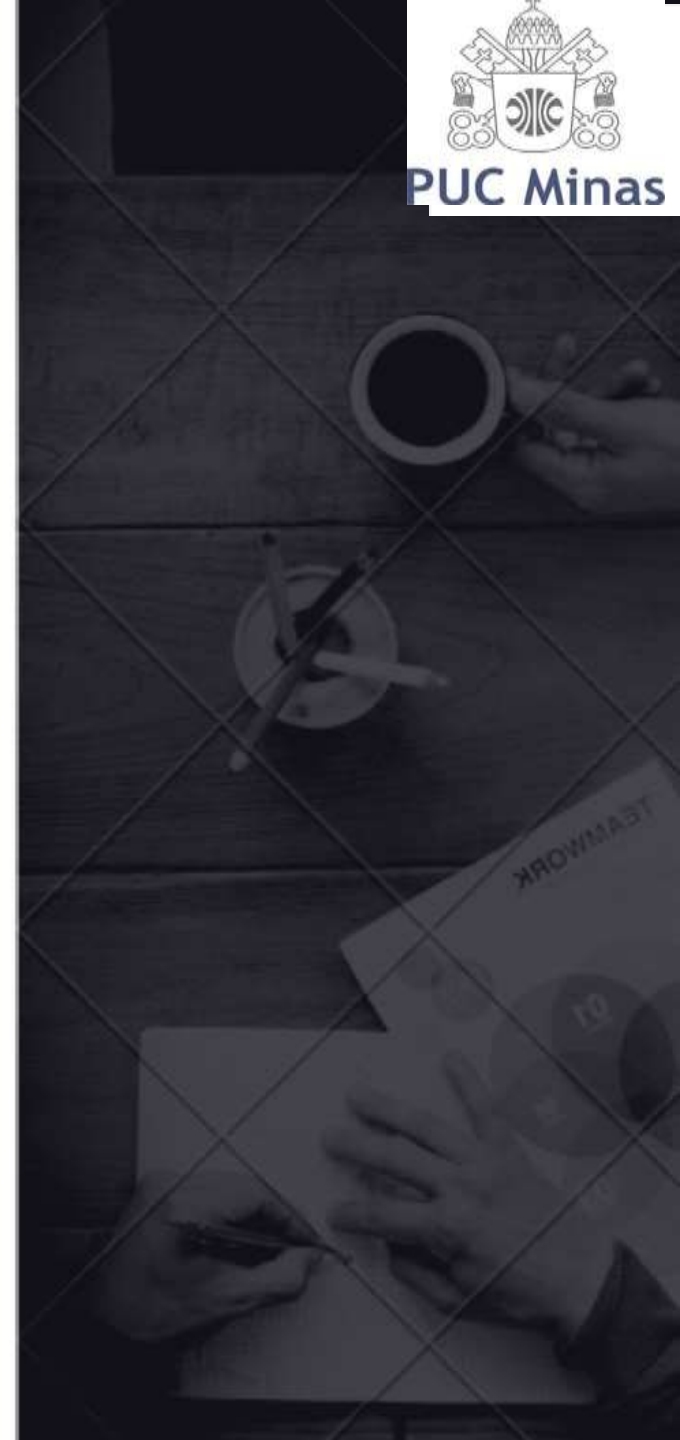
- O que e quanto produzir?
- Como produzir? Eficiência produtiva
- Para quem produzir? Quais setores ou mercado a serem beneficiados

# LEI DA DEMANDA





- Existem dois tipos básicos de negócio:
  - **industrial:** engajado na produção, extração e construção.
  - **comercial:** envolvendo marketing, finanças e serviços.
- Todo negócio envolve duas formas de capital:
  - **fundos de capital:** refere-se à moeda necessária para operar uma empresa.
  - **bens de capital:** diz respeito aos equipamentos (ferramentas, terrenos, prédios e maquinaria) necessários para fazer e vender o produto/serviço.
- Para operar um negócio, faz-se necessário assumir vários **riscos**. Os riscos que podem provocar perdas incluem **obsolescência do produto, disputas trabalhistas, administração incompetente, forças extraordinárias** (como fogo, inundações etc.) e **difículdade em competir vantajosamente**.





# O DINÂMICO AMBIENTE DOS NEGÓCIOS

O **Macroambiente** é composto de uma multiplicidade de variáveis que interagem dinamicamente entre si:

- **Variáveis econômicas:** estão relacionadas com os eventos econômicos e constituem indicadores da situação econômica do ambiente.
- **Variáveis sociais:** estão relacionadas com os eventos sociais propriamente ditos e determinam os hábitos de compra e as necessidades individuais a serem satisfeitas.
- **Variáveis tecnológicas:** 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.
- **Variáveis legais:** conjunto de leis e normas que regulam as atividades dos negócios, seja em um determinado país, seja em vários países.
- **Variáveis demográficas:** referem-se às características de densidade populacional, perfil etário da população, distribuição, migração etc.
- **Variáveis ecológicas:** estão relacionadas com o ambiente natural. A instalação de uma empresa pode levar à destruição desses recursos por meio da poluição do ambiente

O **microambiente** constitui uma parte específica do ambiente geral e pode ser denominado ambiente de tarefa ou ambiente de operações da empresa:

- **Fornecedores:** são as empresas e os indivíduos que fornecem recursos ou insumos para o negócio. Existem os fornecedores de recursos financeiros, recursos materiais, recursos tecnológicos, recursos humanos etc.
- **Clientes ou consumidores:** são os usuários dos produtos/serviços produzidos pela empresa.
- **Concorrentes:** são as empresas que disputam os mesmos fornecedores ou os mesmos clientes ou consumidores.
- **Agências reguladoras:** são as entidades 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.



# AS OPORTUNIDADES DAS PEQUENAS EMPRESAS

À medida que as empresas crescem, elas passam por uma complexa divisão de trabalho, que constitui a sua diferenciação interna. Essa diferenciação envolve:

- Especialização vertical: **hierarquia de autoridade**

- Quanto maior a especialização vertical, tanto mais níveis hierárquicos de autoridade para assegurar o comando e o controle, o que envolve cargos como diretores, gerentes chefes, supervisores.

- Quanto maior e mais complexa a organização, tanto maior o número de níveis hierárquicos de que ela necessita para funcionar adequadamente

- Quanto maior o número de níveis hierárquicos, tanto mais pesada e morosa será a organização, pois as comunicações internas tornam-se mais complexas e demoradas.



## Especialização horizontal: **departamentalização**

- Quanto maior a especialização horizontal, tanto mais departamentos, cada qual especializado em uma determinada área funcional de atividade, como finanças, produção, marketing, pessoal etc.
- Quanto mais diferenciada, tanto maior a necessidade de coordenação.
- A diferenciação interna provoca a necessidade de meios de integração para que a empresa mantenha sua integridade e não perca de vista os objetivos principais.

Para arcar com todo esse aparato, as grandes corporações somente podem trabalhar com economias de escala, isto é, com produção em massa de produtos/serviços, orientadas para mercados amplos e abrangentes.

- As grandes empresas não sabem tirar proveito de três pontos fundamentais:
  1. Pequenos nichos de mercado que envolvem um pequeno volume de negócios.
  2. Atendimento às necessidades individualizadas e personalizadas dos clientes, isto é, produtos/serviços personalizados para cada cliente.
  3. Surgimento de oportunidades passageiras de mercado que envolvem agilidade e prontidão para rápidas decisões e alterações em produtos/serviços



# VANTAGENS DAS PEQUENAS EMPRESAS:

- Por causa do seu tamanho reduzido, elas não apresentam a enorme especialização vertical nem horizontal que as tornam pesadas, lentas e onerosas.
- As pequenas empresas têm o dinamismo e a flexibilidade para mudanças rápidas e manobras ágeis que as grandes não têm.
- Trabalhar com menos para produzir mais; operar com ônus menores e com estruturas simples, ágeis e baratas; fazer da simplicidade um estilo de trabalho e uma vantagem competitiva.