



Serviço Nacional de Educação Industrial SENAI DF

Brasília, 1 de novembro de 2024

Anderson de Matos Guimarães

Curso: Administrador de Banco de Dados

Professor: Ygor Rio Pardo Felix

Turma: QUA.070.105

ATIVIDADE SOBRE EMPREENDEDORISMO

1 CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Empreendedorismo é o processo de criar, desenvolver e administrar um negócio a partir de uma ideia inovadora, assumindo riscos financeiros e de mercado para alcançar lucro e crescimento. É a capacidade de identificar oportunidades e transformá-las em negócios bem-sucedidos.

2 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO

2.1 Inovação

Empreendedores são inovadores, introduzindo novos produtos, serviços ou processos.

2.2 Assunção de riscos

Empreender envolve assumir riscos calculados para obter recompensas.

2.3 Proatividade

Empreendedores são proativos e têm a capacidade de identificar oportunidades antes dos outros.

2.4 Autonomia

Desejo de ser independente e tomar decisões próprias.



2.5 Resiliência

Capacidade de superar desafios e aprender com os fracassos.

3 TIPOS DE EMPREENDEDORISMO

3.1 Empreendedorismo individual

Envolve uma única pessoa iniciando e gerenciando um negócio.

3.2 Empreendedorismo corporativo

Empreendedores dentro de grandes empresas que criam novos produtos ou serviços (intraempreendedorismo).

3.3 Empreendedorismo social

Focado em resolver problemas sociais ou ambientais enquanto gera lucro.

3.4 Empreendedorismo de pequenos negócios

Pequenas empresas locais que oferecem produtos ou serviços à comunidade.

4 CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

4.1 Visão

Capacidade de ver oportunidades onde outros não veem.

4.2 Determinação

Foco e compromisso com os objetivos, mesmo diante de obstáculos.



4.3 Capacidade de tomada de decisão

Rapidez e eficiência na tomada de decisões.

4.4 Habilidades de liderança

Capacidade de inspirar e motivar uma equipe.

4.5 Flexibilidade

Capacidade de se adaptar a mudanças e novas informações.

5 AÇÕES EMPREENDEDORAS NA BUSCA DE INFORMAÇÃO E RACIOCÍNIO LÓGICO

5.1 Pesquisa de mercado

Coletar dados sobre o mercado, concorrentes e consumidores para tomar decisões informadas.

5.2 Análise de dados

Utilizar ferramentas de análise para interpretar dados e identificar tendências.

5.3 Planejamento estratégico

Desenvolver planos detalhados com objetivos claros e estratégias para alcançá-los.

5.4 Tomada de decisões baseadas em dados

Usar dados concretos para suportar decisões, minimizando os riscos.



5.5 Inovação contínua

Buscar constantemente novas informações e tecnologias para melhorar produtos e processos.