



Empreendedorismo

George Bento Catunda

Curso Técnico em Informática

Educação a Distância

2017



EXPEDIENTE

Professor Autor

George Bento Catunda

Design Instrucional

Deyvid Souza Nascimento
Maria de Fátima Duarte Angeiras
Renata Marques de Otero
Terezinha Mônica Sinício Beltrão

Revisão de Língua Portuguesa

Letícia Garcia

Diagramação

Izabela Cavalcanti

Coordenação

Anderson Elias

Coordenação Executiva

George Bento Catunda

Coordenação Geral

Paulo Fernando de Vasconcelos Dutra

Conteúdo produzido para os Cursos Técnicos da Secretaria Executiva de Educação Profissional de Pernambuco, em convênio com o Ministério da Educação (Rede e-Tec Brasil).

Julho, 2017

C991e

Catunda, George Bento.

Empreendedorismo: Curso Técnico em Design de Interiores: Educação a distância / George Bento Catunda. – Recife: Secretaria Executiva de Educação Profissional de Pernambuco, 2016.

27 p.: il.

Inclui referências bibliográficas.

1. Educação a distância. 2. Empreendimentos. 3. Inovações tecnológicas. 4. Administração de empresas. 5. Incubadora de empresas. I. Catunda, George Bento. II. Título. III. Secretaria Executiva de Educação Profissional de Pernambuco. IV. Ministério da Educação. V. Rede e-Tec Brasil.

CDD – 658.11

CDU – 658.016.1



Sumário

| | |
|--|----|
| Introdução | 4 |
| 1.Competência 01 Conhecer as Características e a Importância de Desenvolver um Comportamento Empreendedor..... | 5 |
| 1.1 Empreender: O que é isso? | 5 |
| 1.2 Porque ser empreendedor? | 6 |
| 1.3 O empreendedor corre riscos e não busca estabilidade?..... | 8 |
| 2.Competência 02 Conhecer as Instituições Governamentais e não Governamentais de Apoio ao Pequeno Empresário | 10 |
| 2.1 Apoio é Ajuda: a Responsabilidade é Sempre Sua..... | 10 |
| 2.2 Tenho uma Ideia, e Agora? Agora é o Plano de Negócios | 11 |
| Conclusão | 25 |
| Referências | 26 |
| Minicurriculo do Professor | 27 |



Introdução

Olá estudante,

É com enorme satisfação que apresentamos esta disciplina que complementa o próprio sentido de existir de nosso programa de Educação a Distância. Aqui vamos compreender que empreender não é exatamente aquilo que ouvimos falar; que ser empreendedor não é ser lunático; e que nossa região precisa que você desenvolva este comportamento.

Nossa existência se divide em passado, presente e futuro. Há aqueles que vivem do passado, estes são os “saudosistas”. Há aqueles que vivem do presente, esses são os “sem-futuro”. E há aqueles que vivem do futuro, estes são os “sonhadores”.

Quando refletimos sobre isso, percebemos que há também aqueles, **como você neste momento**, que estão se preparando para o futuro. Quando aliamos este comportamento a uma característica inovadora (de fazer algo novo, independente de onde venha inspiração), estamos diante de **pessoas com capacidade de criar coisas novas e conseguir tornar estas coisas realidade** (sair do papel, da cabeça ou dos seus sonhos).

Mas preste atenção: criar coisas novas não significa necessariamente nada mirabolante. Vamos esquecer o professor pardal. Criar coisas novas significa pensar em algo que ainda não está sendo oferecido, pelo menos para o público-alvo que você deseja, da forma que você planeja. **Agora dê uma pausa na leitura deste caderno e assista à primeira parte da videoaula. Nela teremos bons exemplos.**



Agora escreva no seu caderno de papel sua primeira ideia.

1.Competência 01 | Conhecer as Características e a Importância de Desenvolver um Comportamento Empreendedor

1.1 Empreender: O que é isso?

Muitas pessoas acreditam que empreender é abrir um novo negócio (uma empresa formal ou informal). Mas isso está **ERRADO**. Empreender não é isso!!!

Lembra que falamos daquelas pessoas que são capazes de **criar coisas novas e conseguir tornar estas coisas realidade**? Pois bem, prestem atenção no esquema abaixo:

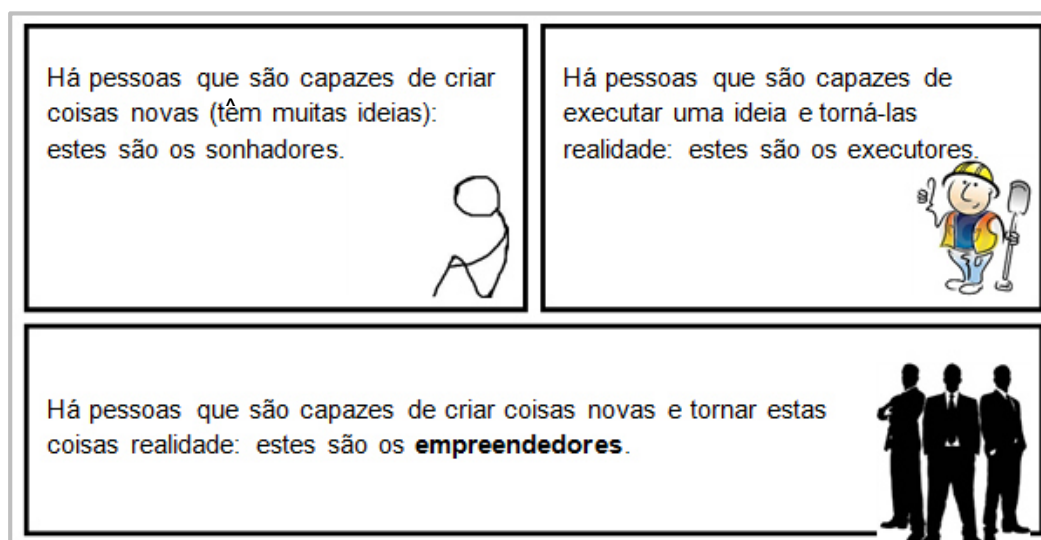


Figura 1

Fonte: o autor

Descrição: Três retângulos, cada um com um ícone e com uma frase. O primeiro com um desenho de um indivíduo sentado no chão diz: Há pessoas que são capazes de criar coisas novas (têm muitas ideias): estes são os sonhadores. O segundo com um indivíduo com capacete e capa amarelos segura uma pá, está escrito: Há pessoas que são capazes de executar uma ideia e torná-las realidade: estes são os executores. Por fim, uma figura de três indivíduos de terno preto onde está escrito: Há pessoas que são capazes de criar coisas novas e tornar estas coisas realidade: estes são os empreendedores.

Portanto, caro estudante, empreender é a reunião de duas características: **criar e realizar**.



Nunca mais esqueça isso.



Vá ao AVA e assista à segunda parte da videoaula para avançarmos neste assunto.



Agora escreva no fórum da competência 01 uma inovação que você levaria para sua escola ou para o seu trabalho. Não esqueça, você deve ser capaz não apenas de criar, mas também de realizar.

1.2 Porque ser empreendedor?

Lá na apresentação, eu falei que aqui temos uma disciplina que complementa o próprio sentido de existir do programa de EAD que participamos. E é verdade. Aqui temos um projeto inovador, arrojado e que é realidade.

Mas vamos mais além... Pense comigo...

O mundo hoje tem mais de **sete bilhões de pessoas** (dados do ano de 2012).

A tecnologia está cada vez mais acessível às pessoas.

Uma pessoa física pode oferecer, através de um site caseiro, produtos que até então eram distribuídos apenas por grandes redes de comércio eletrônico (músicas, por exemplo).

Imagine sete bilhões de pessoas pensando em criar coisas novas. Pensando em oferecer novos produtos ou serviços ou ainda oferecer o mesmo produto ou serviço de um jeito diferente (mais rápido, mais barato, com mais qualidade, enfim, um produto ou serviço melhor).



E como vão ficar as empresas em funcionamento hoje em dia, e que fazem tudo do mesmo jeito há um tempão?



Vai lá ao fórum e dá uma opinião sobre a reflexão “como vão ficar as empresas em funcionamento hoje em dia, e que fazem tudo do mesmo jeito há um tempão?” antes de seguir lendo este caderno. só tem graça se for antes mesmo, tá? Confio em você. Além da tua opinião, verifique a dos teus colegas e discuta com eles também, certo? Se você estiver sem internet agora, dá uma pausa nos estudos, mas só siga depois de contribuir no fórum.

Vou resumir, a seguir, o que você opinou (e olhe que eu escrevi este caderno antes de ler)...

As empresas terão que ter sempre novas maneiras de fazer ou oferecer seus produtos ou serviços.

Muito bem, é isso mesmo!!! Se você pensou diferente, defenda seu ponto de vista no mesmo fórum e nós vamos discutir bastante, ok?

Mas, até aí, tudo bem. A questão principal agora é **como a empresa consegue desenvolver sempre estas novas maneiras?**

Parece-me simples esta resposta, porém o óbvio na maioria das vezes precisa ser dito:

**As empresas precisam criar novos produtos e torná-los realidade.
Sempre e constantemente!!!**



Figura 2

Fonte: o autor

Descrição: Em retângulo está escrita a frase: As empresas precisam criar novos produtos e torná-los realidade. Sempre e constantemente. Ao lado tem a figura de quatro celulares de cores azul, rosa, amarelo e roxo.



Ou seja, **estamos juntos**, chegando à conclusão de que as empresas precisam de empreendedores. Os governos precisam de empreendedores. As organizações precisam de empreendedores.

Quando você colocou no fórum uma inovação que você seja capaz de torná-la realidade para sua empresa ou sua escola, esta já é sua “veia” empreendedora sendo provocada por você mesmo. Parabéns! Ficamos, verdadeiramente, muito orgulhosos.

Por que empresas bem conceituadas como a *Nestlé* e a *Coca-Cola* estão sempre lançando novos produtos ou oferecendo-os de forma diferente?

Por que marcas ditas estáveis (isso não existe, acredite em mim), como a *Skol* e o *Red Bull* fazem sempre eventos voltados a mexer com seu público-alvo?



Pesquise na internet o Skol Sensation e o Red Bull Air Race.

Agora você convida seus colegas (sob a coordenação da tutora ou tutor presencial) a formar um círculo (ou algo parecido) para discutir sobre os motivos do investimento das marcas *Skol* e *Red Bull* nos eventos mencionados e sobre os motivos que a Coca-Cola e a Nestlé têm para sempre lançarem novos produtos.



Depois deste debate, assistam à terceira parte da videoaula.

1.3 O empreendedor corre riscos e não busca estabilidade?

Mito. Simplesmente, mito.



O empreendedor é um ser humano. Nós, neste curso, estamos desenvolvendo nosso comportamento empreendedor e não deixamos de ser seres humanos por conta disso.

A busca por estabilidade é uma característica nossa, entretanto, estabilidade é um conceito utópico. Quando conquistamos algo, precisamos, naturalmente, encontrar novos desafios, novos sonhos. Uma nova razão para acordar todos os dias e enfrentar a vida.

O que o empreendedor não é:

- **Lunático que sonha sem planejar.** Pelo contrário, ele planeja demais, estuda demais, pensa antes demais. Empreendedor é um estudioso na sua área de atuação;
- **Inconsequente.** O empreendedor analisa os riscos de cada decisão que toma, sempre, calculando os riscos e preservando o empreendimento;
- **Empírico:** aquele que toma decisões com base em “achismos”, ou seja, sem um componente científico por trás. Ou empreendedor é um estudioso.
- **Indisciplinado.** Pelo contrário, o empreendedor conhece que, para se chegar ao ponto desejado, é preciso trabalhar com muito afinco de disciplina.

Desenvolver este perfil de comportamento, prezado aluno, representa um avanço para você, sua família e a sociedade.



2.Competência 02 | Conhecer as Instituições Governamentais e não Governamentais de Apoio ao Pequeno Empresário

Para iniciar esta segunda competência, devemos levar em consideração que qualquer ajuda a um empreendimento apenas ocorre depois de uma criteriosa análise de viabilidade. Não há como imaginar que alguma instituição, seja do governo ou não, vai apoiar uma ideia que tem tudo para dar errado, ou mesmo que tenha potencial para dar certo, mas os empreendedores não concluíram um estudo e um planejamento de como agir.

2.1 Apoio é Ajuda: a Responsabilidade é Sempre Sua

Para apoiar as iniciativas empreendedoras, diversas são as Instituições, governamentais ou não, existentes.

Os apoios normalmente se dividem em financeiro / não financeiro.

Temos, no AVA, uma relação (com links) de Instituições apoiadoras. Trazemos aqui algumas das mais atuantes:

▪ Instituições Financeiras

Banco do Nordeste (www.bnb.gov.br)
Banco do Brasil (www.bb.com.br)
Caixa Econômica Federal (www.caixa.gov.br/)
BNDES (www.bndes.gov.br/)

▪ Instituições Não Financeiras

SEBRAE (www.sebrae.com.br/)
Instituto Empreender (www.institutoempreender.org)
Endeavor (www.endeavor.org.br/)

Para possibilitar este estudo, elaboramos um documento muito importante para qualquer empreendimento (seja uma nova empresa ou um novo produto/serviço dentro de uma empresa já



estabelecida). Este documento chama-se **PLANO DE NEGÓCIOS** ou *Business Plan*, em inglês.

2.2 Tenho uma Ideia, e Agora? Agora é o Plano de Negócios

O Plano de Negócios é um documento que contém informações estratégicas, operacionais, mercadológicas e/ou financeiras acerca de um empreendimento.

Ele é construído, **principalmente**, com dois objetivos:

- Para o empreendedor conhecer melhor o seu próprio negócio;
- Para a obtenção de ajuda externa (seja financiamento, investimento ou outro tipo de ajuda).

Por se tratar de um documento subjetivo e estratégico da empresa, não há receita padrão para sua construção. Eu trago para você uma proposta de Plano de Negócios (dependendo da natureza do empreendimento, outras seções podem ser acrescentadas).

PLANO DE NEGÓCIO

1. Sumário Executivo

A primeira parte de um Plano de Negócios chama-se Sumário Executivo (ou Resumo Executivo). Ao contrário do título, esta seção **NÃO É UM RESUMO DO PLANO DE NEGÓCIOS**.

Como o Plano de Negócios é um documento extenso; as pessoas que o analisam, normalmente, precisam de uma seção mais breve e que chame a atenção para a qualidade do empreendimento proposto. Esta seção é o Sumário Executivo.

Neste sentido, o Sumário Executivo está para um Plano de Negócios assim como um *Trailer* está para um Filme. Ele tem a função de atrair o leitor para conhecer o Plano por completo, assim como o *trailer* tem a função de fazer o espectador assistir ao filme inteiro.



Para efeito desse estudo, dividimos o Sumário Executivo em três partes:

2. Descrição Completa do Negócio

A primeira coisa é, naturalmente, apresentar uma descrição completa e detalhada do empreendimento. Aqui não economize nos detalhes. Imagine que o leitor não entende **nada** do que você está propondo, ou seja, escreva com muita clareza e riqueza de informações.

3. Análise da Área de Atuação

A área de atuação do empreendimento é muito importante, pois a partir desta análise, é possível entender se o mercado está aquecido e favorável para esta iniciativa. Na maioria das vezes este indicador pode ajudar na análise de viabilidade.

4. Breve Currículo dos Empreendedores

É importante que a formação e experiência dos empreendedores comprovem seus reais potenciais para empreender o Plano.

5. Planejamento Estratégico

Todo empreendimento deve ser pensado sob uma ótica estratégica (de longo prazo e priorizando aquilo que foi planejado antes), ou seja, sem as dificuldades próprias do dia-a-dia.

Há uma técnica que foi desenvolvida com este objetivo. Esta técnica chama-se Planejamento Estratégico, e foi dividida em alguns tópicos para ordenar melhor o que se deseja estudar e definir.

Em nossa disciplina, vamos estudar 6 (seis) tópicos de Planejamento Estratégico, que talvez você já conheça de algum lugar que frequenta:



I. Negócio

É a área de atuação do empreendimento, analisada sob uma ótica estratégica.

Exemplo de definição de Negócio:

Área de Atuação: COSMÉTICOS
Negócio: **BELEZA**

Observem que o negócio é exatamente a área de atuação, sendo que pensada estrategicamente.

Em vez de se concentrar apenas em desenvolver cosméticos, a AVON se interessa por desenvolver produtos para BELEZA. Isso é estratégia. Isso é a definição dos Negócios que interessam à Empresa.

E o mais importante... A empresa se concentra apenas em desenvolver seu Negócio, descartando tudo que não estiver neste escopo.

II. Missão

É a maneira de atuação do empreendimento. De forma prática, para construirmos uma missão devemos responder a, pelo menos, duas das cinco perguntas a seguir:

O que a empresa faz?

Por que a empresa faz?

Para quem a empresa faz?

Como a empresa faz?

Onde a empresa faz?



Exemplo de definição da Missão:

Missão:

“Oferecer Educação, Entretenimento e Informação, em todo o território nacional, de forma a proporcionar o maior retorno possível para os acionistas, telespectadores e colaboradores”.

Perguntas respondidas:

O que a empresa faz: “oferecer Educação, Entretenimento e Informação”.

Onde a empresa faz: “Em todo o território nacional”.

Para quem a empresa faz: “para os acionistas, telespectadores e colaboradores”.

Por que a empresa faz: “para obter o maior retorno possível”.

III. Visão

A Visão de uma empresa representa **AONDE ELA QUER CHEGAR**. Em que situação ele deseja estar em um horizonte de tempo indeterminado. Este aspecto é muito importante para evitar desvios de rumos por oportunidades momentâneas, que nada tenham a ver com o negócio da empresa.

Exemplo de definição da Visão:

Companhia: Apple Computer, Inc

Visão: **Mudar o mundo através da Tecnologia.**

IV. Análise de Ambiente Interno

O ambiente interno de uma organização representa o conjunto de fatores nos quais a empresa **PODE INTERFERIR**.

Exemplos: o preço dos produtos e serviços, a localização, a forma de atender, etc.

A maneira estruturada de elaborar esta análise é o paralelo entre pontos fortes e pontos fracos.



Observem este exemplo:

| PONTOS FORTES | PONTOS FRACOS |
|---------------------------|-----------------------------|
| Boa Localização | Preço acima do mercado |
| Atendimento personalizado | Processos desorganizados |
| Produto com alta demanda | Pessoal técnico destreinado |

Quadro 1

Fonte: o autor

Ou seja, a partir de uma análise como esta, a empresa pode reforçar seus pontos fortes, bem como corrigir os pontos fracos.

V. Análise de Ambiente Externo

O ambiente externo a uma organização representa o conjunto de fatores nos quais a empresa NÃO tem poder de interferência.

Exemplos: cotação do dólar, riscos de epidemias, etc.

A análise do ambiente externo é feita através do apontamento das Oportunidades e das Ameaças inerentes ao negócio.

Observem o exemplo:

| OPORTUNIDADES | AMEAÇAS |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Dólar barato | Risco de epidemia de Dengue |
| Juros em queda | Crise Internacional |
| Brasil grau de investimento | |

Quadro 2

Fonte: o autor

Esta análise nos faz preparar o empreendimento para fatores alheios à nossa vontade.

Observação Importante: o conjunto das análises dos ambientes interno e externo (Pontos Fortes, Fracos, Oportunidades e Ameaças), é também conhecida como **ANÁLISE SWOT** (ou **FOFA**, em



português).

VI. Objetivos e Metas

Depois que estudamos os fatores positivos e negativos, tanto no ambiente interno como no externo à empresa (através da análise SWOT), é chegado o momento de elaborar as estratégias para correção, principalmente dos defeitos.

No momento de planejamento do nosso negócio, traçamos alguns fatores como principais. Entre estes fatores estão o que queremos alcançar e como pretendemos atuar para chegar lá.

O dia-a-dia, muitas vezes, nos tira do foco e provoca desvios de rota que não estavam programados. Para isso, dentro do planejamento estratégico, temos algumas medidas de correção deste rumo. A essas medidas, em Planejamento Estratégico, damos o nome de Objetivos e Metas.

Objetivos: são situações nas quais desejamos chegar. Para efeito deste estudo, os objetivos também contêm a quantidade desejada e o tempo disponível para serem atingidos.

Situação Desejada + Quantidade Desejada + Tempo Necessário

Exemplo:

Vamos imaginar que uma empresa, após a Análise do Ambiente Interno, verificou que seu atendimento está com avaliação negativa por parte dos clientes.

Após a percepção do problema, devemos construir um objetivo que nos obrigue a resolvê-lo. Um objetivo correto pode ser:

Conquistar 85% de avaliação positiva para o atendimento, em 6 meses

- **Situação desejada:** Conquistar avaliação positiva dos clientes
- **Quantidade desejada:** 85%



- **Tempo necessário:** 6 meses
- **Metas:** são as ações a serem tomadas para que alcancemos o objetivo determinado. As metas sempre se referem a um objetivo específico.

Exemplo: tomando como base o objetivo-exemplo acima.

Objetivo: *Conquistar 85% de avaliação positiva para o atendimento, em 6 meses.*

- Metas:
1. Efetuar treinamento com os profissionais do atendimento
 2. Implantar ambiente mais confortável para espera dos clientes
 3. Implantar a figura do gerente de atendimento.

Observação Importante: Não se esqueça de que a estrutura de Objetivos e Metas é a seguinte:

| OBJETIVO | OBJETIVO | OBJETIVO |
|----------|----------|----------|
| Meta | Meta | Meta |
| Meta | Meta | Meta |

Quadro 3

Fonte: o autor

Ou seja, algumas metas para cada objetivo.

6. Planejamento Operacional

Neste capítulo, o empreendedor demonstrará dois aspectos muito importantes na busca por um empreendimento de sucesso:

- Seu conhecimento técnico minucioso do negócio;
- Comprovar que seus conhecimentos técnicos são suficientes para criar e gerir o empreendimento.

Vamos dividir o Planejamento Operacional em 4 (quatro) partes igualmente importantes. Todas elas são fáceis de entender, porém de difícil elaboração.



7. Características Técnicas Gerais

Na seção de características técnicas gerais, detalhamos **TECNICAMENTE**, na acepção da palavra, o empreendimento.

Exemplos:

Se o empreendimento se tratar de um software, elencamos (com justificativa) as informações de Linguagem de Programação, Banco de Dados, Sistema Operacional, etc.

No caso do empreendimento tratar-se de uma sorveteria, devemos apontar a forma de fabricação, de congelamento, de armazenagem, de transporte e entregas, etc.

8. Profissionais Necessários

Devemos preencher, com máxima atenção e riqueza de detalhes, a tabela abaixo (com tantas linhas quanto forem necessárias), conforme o exemplo abaixo:

| PROFISSIONAL | QTDE. | ATRIBUIÇÕES |
|--------------|-------|---|
| Secretária | 01 | Atendimento aos clientes e encaminhamento das demandas geradas. |

Quadro 4
Fonte: o autor

9. Equipamentos Necessários

Devemos preencher, com a máxima atenção e riqueza de detalhes, a tabela abaixo (com tantas linhas quanto forem necessárias), também conforme o exemplo:

| EQUIPAMENTOS | QTDE. | NECESSÁRIO PARA... |
|--------------|-------|--|
| Impressora | 01 | Impressão dos contratos dos clientes e demais documentos corporativos. |

Quadro 5
Fonte: o autor



10. Cronograma de Desenvolvimento

Um cronograma é uma tabela que relaciona as atividades a serem desenvolvidas, com seu respectivo período de execução.

A tabela abaixo representa um cronograma-exemplo de desenvolvimento. O intervalo de tempo utilizado abaixo é mensal, mas poderia ser diário, semanal, quinzenal, semestral, anual, etc.

| ATIVIDADE | JUNHO | JULHO | AGOSTO | SETEMBRO | OUTUBRO |
|-----------|-------|-------|--------|----------|---------|
| Tarefa1 | | | | | |
| Tarefa2 | | | | | |
| Tarefa3 | | | | | |
| Tarefa4 | | | | | |

Quadro 6
Fonte: o autor

Ou seja, a partir do cronograma, nós temos um guia exato do tempo necessário ao desenvolvimento do empreendimento.

11. Planejamento Mercadológico

É aqui onde estudaremos todos os aspectos referentes ao mercado/marketing do empreendimento.

Dividiremos esta etapa em 3 (três) partes:

A. Modelo de Negócio

É a maneira de o empreendimento gerar receita financeira.

Exemplo:

Uma locadora de DVDs pode gerar receita de várias maneiras, a saber:



- Locando DVDs;
- Vendendo DVDs;
- Vendendo Tickets de locações de DVDs.

A mesma coisa ocorre com seu empreendimento, ele pode gerar receita de várias maneiras.

Este fator é um dos que mais influenciam no sucesso do negócio. É de extrema importância que o empreendedor identifique e determine qual o modelo de negócio de seu empreendimento.

B. Concorrência

Ao contrário do que muitos pensam, os concorrentes não são aquelas empresas ou pessoas que oferecem o mesmo serviço ou produto que você oferece.

Os concorrentes são aqueles que satisfazem, ao consumidor, a mesma NECESSIDADE que seu produto ou serviço satisfaz, ou seja:

- As sacolinhas de supermercados são concorrentes das indústrias de sacos de lixo, no caso de armazenagem de lixos domésticos.

Para efeito do Plano de Negócios, é imprescindível que o empreendedor faça uma análise comparativa entre as características de seu empreendimento com a dos seus concorrentes.

Exemplo:

| CARACTERÍSTICAS | SEU EMPREENDIMENTO | CONCORRENTE 1 | CONCORRENTE 2 |
|-------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Pontualidade | Superior a 90% | 50% | 60% |
| Preço | R\$ 75,00/unidade | R\$ 60,00/unidade | R\$ 70,00/unidade |
| Prazo de Entrega | 1 dia útil | 2 dias úteis | 2 dias úteis |
| Qualidade | Tipo A | Tipo B | Tipo A |

Quadro 7

Fonte: o autor



C. Estratégia de Vendas

Neste momento do Plano de Negócios, devemos elaborar uma completa estratégia de vendas, compondo ações dentro dos conceitos de promoção, propaganda, comissionamento aos vendedores, etc.

Não esqueça: sua empresa vive de vendas, tanto de produtos quanto de serviços; portanto, esse seu estudo deve ser focado na realidade, sob pena de que o mercado não perdoará seus erros.

Exemplo de tópicos a serem abordados:

- Propaganda
- Estratégias de promoção
- Vendedores e multiplicadores
- Etc.

12. Planejamento Financeiro

Chegamos ao coração de todo empreendimento. Neste momento vamos dividir os estudos em 2 (duas) partes.

Despesas

As despesas são as saídas de dinheiro. Vamos dividi-las, por sua vez, em 3 partes:

Despesas Operacionais

São as despesas necessárias à operação do empreendimento:



Exemplo:

| DESCRIÇÃO | QTDE. | VL. UNIT. (R\$) | VL. TOTAL (R\$) |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Energia | 01 | 300,00 | 300,00 |
| Internet Acesso | 01 | 180,00 | 180,00 |
| Condomínio e Aluguel | 01 | 800,00 | 800,00 |
| Telefone Fixo | 02 | 150,00 | 300,00 |
| TOTAL | 1.580,00 | | |

Quadro 8

Fonte: o autor

Folha de Pagamento

São as despesas com os profissionais.

Exemplo:

| PROFISSIONAL | SALÁRIO | ENCARGOS | 13º | FÉRIAS | ALIMENTAÇÃO | TRANSPORTE |
|--------------|-----------------|----------|-------|--------|-------------|------------|
| Programador | 1.000,00 | 750,00 | 83,33 | 111,11 | 100,00 | 90,00 |
| TOTAL | 2.134,44 | | | | | |

Quadro 9

Fonte: o autor

Observações:

- **Salário:** valor bruto acertado com o profissional;
- **Encargos:** valor que consta na legislação, que difere de categoria para categoria de empreendimento. Para efeito deste estudo, foi apontado um valor de 75% do valor bruto do salário;
- **13º:** Décimo terceiro salário, representado neste cálculo por 1/12 do valor do salário, que é o montante a ser acumulado mensalmente para pagamento do mês de dezembro;
- **Férias:** valor mensal referente a 1/9 do salário bruto, que é o valor correspondente a 1/3 do adicional de férias;
- **Alimentação:** valor correspondente a uma refeição por dia de trabalho;
- **Transporte:** valor referente à passagem de ônibus (ou similar) para transporte casa-empresa, por parte do empregado.



13. Investimentos Iniciais

São os investimentos constantes na formação do empreendimento.

Exemplo:

| DESCRIÇÃO | QTDE. | VL. UNIT. (R\$) | VL. TOTAL (R\$) |
|------------------------------|-------|-----------------|------------------|
| Computadores – Desktop | 10 | 1.500,00 | 15.000,00 |
| Computador - Servidor | 1 | 3.000,00 | 3.000,00 |
| Cadeiras | 15 | 100,00 | 1.500,00 |
| Mesas de Estação de Trabalho | 5 | 500,00 | 2.500,00 |
| Total | | | 22.000,00 |

Quadro 10

Fonte: o autor

14. Receitas

As receitas são as entradas de dinheiro. Esta etapa deve ser feita dentro da realidade do mercado. Otimismos ou pessimismos exagerados podem, normalmente, ocasionar um erro grave no Plano de Negócios.

Receitas Operacionais

Representa a receita com a operação da empresa, ou seja, sua atividade-fim. Pode ser dividida por produtos ou serviço, conforme o exemplo abaixo (que deve ser feito para cada produto ou serviço):

| | |
|--------------------------------------|-----------------------|
| VI. Unit. Bruto | R\$ 100,00 |
| Qtde. Vendida / mês | 1.000 |
| Receita Bruta | R\$ 100.000,00 |
| Custo Unit. das Mercadorias Vendidas | R\$ 60,00 |
| Custo Total das Mercadorias Vendidas | R\$ 60.000,00 |
| Impostos | R\$ 10.000,00 |
| Receita Líquida | R\$ 30.000,00 |

Quadro 11

Fonte: o autor



15. Lucro ou Prejuízo

É o retorno do investimento.

Se positivo, chamamos de LUCRO.

Se negativo, chamamos de PREJUÍZO.

Como existe mais de um significado para lucro, vamos utilizar o conceito econômico, que é calculado com base na diferença entre a receita total e as despesas/custos.

$$\text{Lucro/Prejuízo} = \text{Receita Bruta} - \text{Custos das Mercadorias Vendidas} - \text{Impostos} - \text{Despesas}$$

Após calcularmos as informações financeiras abordadas, já temos condições de obter diversos indicadores que nos mostrarão se o negócio proposto é viável ou não. Os dois indicadores mais importantes são:

- **Prazo de Retorno do Investimento (PRI):** é o tempo que decorre entre o investimento e seu completo retorno financeiro aos investidores.

$$\text{PRI} = \text{Investimento Total} / \text{Lucro}$$

- **Retorno sobre o investimento (ROI):** representa um indicador percentual de retorno em comparação ao investimento efetuado.

$$\text{ROI} = \text{Lucro} / \text{Investimentos}$$



Conclusão

Avançar...
Mudar o mundo...
Transformar a realidade...

Tudo isso sempre fez parte do imaginário das pessoas. E tudo isso somente é possível **a partir das pessoas**. Apenas cada um de nós tem o poder de pensar e realizar avanços... de **empreender** as mudanças.

É com este espírito que devemos continuar nossas vidas, independente da formação profissional.

Deixo, para finalizar, um pensamento de William Shakespeare:

*“O tempo é muito lento para os que esperam...
Muito rápido para os que têm medo...
Muito longo para os que lamentam...
Muito curto para os que festejam...
Mas, para os que amam, o tempo é eterno”.*



Referências

SAMPAIO, C. H. **Planejamento Estratégico**. 2.ed. Porto Alegre: Sebrae-RS, 1999.

DOLABELA, F. C. C. **O Segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios - como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

www.akihabaranews.com/wp-content/uploads//images/4/94/61194/1.jpg

http://1.bp.blogspot.com/_OoUMmxlQ2cc/Sy3WumgL5I/AAAAAAAAAEI/KdjzLor_Cho/s320/SONHADOR.jpg

http://2.bp.blogspot.com/-ymuMeVzDmls/Tb2tj_2yERI/AAAAAAAAACnY/W9kXm9r1Cg8/s1600/Trabalhador.jpg

www.ambienteexterno.com/wp-content/uploads/2011/12/empreendedoris mo.jpg

www.standrews.k12.nf.ca/Computerwebquest/Computer.JPG

http://t3.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQ2pTlo9jyKjM-kEF6TgoD_dKzj24UzMPIWz85skuHdbTs4xfu1B183e1mg



Minicurrículo do Professor

- **George Bento Catunda**

Administrador de Empresas com especialização em Educação a Distância e Docência do Ensino Superior. É professor de Instituições de Ensino Superior e atua em gestão de Instituições Educacionais há 15 anos. É membro da comissão de estruturação da rede E-Tec Brasil de Educação Profissional a Distância do Ministério da Educação (MEC). Atualmente é gestor da educação profissional a distância da Secretaria de Educação de Pernambuco, coordenador geral do PRONATEC em Pernambuco e coordenador estadual do PROFUNCIÓNÁRIO.

