Escola Técnica Estadual Santa Cruz

**Avaliações**

**Aluno:** Anderson Luis Oliveira Santos

**Nº:** 02

**Turma:** 3210

**Curso:** Informática

**Disciplina:** Empreendedorismo

**Professor:** Thales

Avaliação 01 – Resenha

**Filme: Walt antes de Mickey**

O filme em questão aborda a trajetória traçada por Walter Disney desde sua infância em uma fazenda numa cidade chamada Marceline, no Estado do Missouri – que foi o local e o período onde fez seus primeiros esboços e rascunhos de desenhos – até o surgimento do Mickey, um de seus personagens mais famosos. Foi nessa época, desde muito novo, que Walt aprendeu valores empreendedores com seu pai, como aprender a correr riscos, trabalhar duro e ter persistência. Para ele, tais valores, se executados corretamente, resultariam na boa reputação que um empreendedor de sucesso precisa. Walt motivou-se a fazer animações após seu primeiro emprego em um cinema local na nova cidade para onde havia se mudado. A agora antiga fazenda na qual havia animais que Walter tinha fascínio foi vendida devido ao adoecimento de seu pai.

Ele havia tentado de tudo em questão de emprego: ator, militar da marinha e até mesmo motorista de ambulância na guerra. Mas a vocação de Walt sempre dava um jeito de falar mais alto. Seu próximo emprego foi em uma empresa artística no Kansas, onde conheceu Ub Iwerks, seu grande e fiel amigo, sendo demitidos seis meses depois. Forçado a buscar um ganha-pão e tendo a oportunidade de compartilhar experiências e trabalhar com Iwerks, Disney tem a ideia de seu primeiro empreendimento: ter seu próprio estúdio artístico de animações. Algo que deu relativamente certo no início, visto que conseguiu algum dinheiro com isso. Suas primeiras animações tratavam, acima de tudo, de sátiras acerca de problemas atuais, como a “crise de piolhos” que ocorria em sua cidade. Era perceptível a falta de planejamento nesse início de carreira empreendedora de Walt. Embora tenha conseguido fundar a Laugh-O-Gram e crescê-la gradualmente, imprevistos com pagamentos ocorrem e Walt se vê obrigado a decretar a falência de sua empresa. Nesse momento, Disney empobrece, perde seu apartamento e chega até mesmo a comer comida nos lixos da rua.

No entanto, desistir nunca foi um plano para Walt Disney. Ele vai para Los Angeles na tentativa de recomeçar do zero. Novas oportunidades de voltar a empreender surgem, e Walt volta a desenvolver suas ideias. A diferença é que, agora,

ele buscava fazer isso de modo mais planejado e comedido. É nesse momento que surge Lillian, a futura sra. Disney, peça fundamental na vida e nos negócios de Walt. O clímax do filme se dá quando as coisas começam a desandar pela segunda vez. Os salários de seus funcionários atrasam, cada vez mais dívidas batendo à porta de sua empresa. Motivado por Lillian a não desistir, Walt busca diversas maneiras para que não seja decretada sua segunda falência – e nem mesmo a sinuca de bico que lhe foi imposta por Charlie Mintz entre vender sua empresa ou perder tudo foi suficiente para fazê-lo abdicar de suas ideias. Surge, então, a ideia que revolucionaria o nome, a vida e o legado de Walt Disney: a criação do Mickey Mouse.

No filme, é mostrada a essência do empreendedorismo: o desenvolvimento de boas ideias, persistência, correr riscos e, acima de tudo, ter a capacidade de se reinventar perante as dificuldades. Walt Disney poderia ter obedecido ao seu pai e não fazer o que amava, que era desenhar. Podia ter desistido após a falência da Laugh-O-Gram e acatado a sugestão de seu tio de “sair do conto de fadas e arrumar um emprego normal”. Até mesmo pior do que isso, Walt podia ter assinado o contrato proposto por Mintz e consequentemente desistido de sua empresa Walt Disney. O Mickey Mouse poderia nunca ter existido, caso não fosse a persistência e a garra de Walt de continuar em busca daquilo que acreditava. Sobretudo, merece destaque algo que todos nós precisamos colocar em prática, principalmente quando o assunto é empreender: a resiliência. Algo que, sem sombra de dúvidas, Walt Disney executou com maestria.

Avaliação 02 – Exercícios da Apostila

**Aula 1**

**01.** De modo generalista, eu definiria o empreendedorismo como sendo a capacidade de investir em oportunidades provenientes de ideias.

**02.** Sim, visto que o material de apoio possui uma linguagem atrativa e de fácil entendimento.

**03.** Sim. Em um empreendimento social nas esferas da educação, esporte e cultura, uma vez que as oportunidades em nosso país se encontram cada dia mais escassas. Uma criança que tenha, no início de sua vida, uma oportunidade de experimentar as mais variadas áreas do conhecimento muito provavelmente desfrutará de um excelente desenvolvimento pessoal.

**Aula 2**

**01.**

**a)** Empreendedorismo de negócios é o modo de empreender onde sua base se encontra no lucro obtido a partir do desenvolvimento de ideias. Além disso, está sempre vinculado a um negócio; a uma empresa.

**b)** Já o empreendedorismo social, embora se equipare com o de negócios em diversos aspectos, tem seu objetivo fundado na transformação de uma realidade social.

**c)** O intra-empreendedorismo consiste no empreendimento dentro das próprias empresas, onde o próprio empregado se encarregará de expor e colocar em prática ideias, projetos e soluções para problemas.

**Aula 3**

**1.** O setor aquícola, tanto na esfera mundial como na nacional, encontra-se atualmente em crescimento. De acordo com a FAO, estima-se que até 2025 o Brasil deve registrar aumento de 104% na produção de pesca, enquanto que no globalmente este aumento deve ser de 17% até o mesmo ano.

**2.** Sim, através de, por exemplo, um aplicativo de delivery que entregará os peixes para os clientes nos confortos de seus lares. A entrega poderia ser feita via motoboy, sendo a rapidez e eficiência características da empresa. Comprando acima de uma quantidade X de peixes, não haveria taxa de entrega. Além disso, o cliente poderia escolher neste

aplicativo o tipo de corte que deseja que o peixe tenha (em filé, em postas, etc.). E por aí vai.

**Aula 4**

**1**. Responderia resumidamente que é o ato de reunir informações acerca do mercado em que se deseja atuar.

**2.**

**2.1.** D

**2.2.** C

**2.3.** B

**2.4.** C

**3.** B

**4.** A

**5.**

**a)** Definição dos objetivos;

**b)** Planejamento;

**c)** Coleta de dados;

**d)** Análise de dados;

**e)** Tomada de decisões.