



Fundação CECIERJ - Vice Presidência de Educação Superior a Distância

**Curso de Tecnologia em Sistemas de Computação**

**Disciplina:**

**AP 2 2º semestre de 2018**

**GABARITO**

- 1) Uma das visões mais disseminadas a respeito do empreendedorismo é que trata-se de uma decorrência do indivíduo empreendedor, geralmente descrito como um sujeito disciplinado, que assume riscos, que é inovador, orientado a mudanças, persistente, enfim, que é um líder visionário. Explícite alguns dos problemas desta visão. (1,5 ponto)**

É muito difícil imaginar um único indivíduo como sede da ação empreendedora, uma vez que:

- características individuais não são “universais” (são históricas e culturais – correspondem a um tempo e a um lugar);
- nenhum estilo de liderança é bem sucedido o tempo todo;
- as supostamente “necessárias” características psicológicas e de sociabilidade do empreendedor nem são necessárias nem sequer suficientes (por exemplo, basta imaginar os problemas de financiamento dos negócios empreendedores, um tópico intimamente vinculado às questões de políticas públicas).

- 2) Descreva quais devem ser as preocupações do empreendedor quando analisar no Plano de negócios a questão da política de preços. (2,5 pontos)**

Neste item será indicada a estratégia de preços a ser adotada pela empresa e as margens de lucro praticadas, sendo interessante listar um *ranking* de preços que permita um comparativo com a concorrência. Neste ponto, o empreendedor deve demonstrar a lógica de sua estratégia:

- por que o preço praticado é efetivamente o melhor preço em termos de resultado para a empresa?
- É melhor porque permite maior volume de vendas?
- É melhor porque oferece maior margem de lucro?

Neste último caso, é importante ressaltar porque o cliente estaria disposto a pagar por esta maior margem.

Enfim, o empreendedor deve buscar subsídios (em outras partes do próprio Plano de Negócios) para demonstrar que existe harmonia entre as diversas estratégias propostas.

- 3) O que deve constar no Plano de Negócios referente ao quadro de pessoal? (2,5 pontos)**

Primeiramente, deve ser elaborada uma seção denominada “Perfil Individual dos Sócios (Formação/Qualificações)”, na qual conste um breve resumo da formação, qualificações, habilidades e experiência profissional dos sócios. Se os empreendedores desejarem

disponibilizar o currículo completo dos sócios, devem colocá-lo em anexo. É bom lembrar que o sucesso de uma empresa pode ser determinado pela capacidade dos donos do negócio e pela quantidade de tempo que eles serão capazes de dedicar a este negócio.

Em seguida, uma outra seção deverá indicar o quadro de pessoal necessário ao negócio. Nesta seção deve ser dimensionada a equipe de trabalho, relacionando número de empregados, cargos, salários e encargos sociais esperados. Deve ser feito também um resumo das responsabilidades e qualificações de cada pessoa. É recomendável que se faça inicialmente um organograma da empresa, definindo claramente as funções e linhas hierárquicas, pois isso com certeza ajudará a definir o perfil das pessoas que deverão ser contratadas. Assim é possível definir com clareza o número de pessoas, quais serão seus cargos, funções e responsabilidades e principalmente a qualificação exigida para realizar o trabalho a contento. Com estas informações, haverá condições de procurar no mercado o profissional adequado às necessidades da empresa aliado aos recursos disponíveis.

**4) Como parte do planejamento estratégico do plano de negócios o empreendedor deve fazer a análise de Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças do seu negócio, também conhecida como análise FOFA. Imagine que você tem a oportunidade de abrir uma filial do Mc Donald's na sua cidade ou bairro. Para ajudar no seu planejamento estratégico faça a análise FOFA desse negócio. (2,5 pontos)**

Forças (fatores internos):

Nome e marca de reputação forte no mercado  
Grande número de lojas  
Constante inovação em produtos  
Forte investimento em publicidade e marketing  
Preço competitivo  
Presença como patrocinador em vários eventos

Fraquezas (fatores internos):

Pouca variedade de alimentos saudáveis  
Atendimento lento em pedidos especiais  
Má reputação quanto aos direitos dos funcionários e condições de trabalho  
Desconhecimento da origem de alguns ingredientes  
Posicionamento “mesmo por menos” faz com que o segmento de clientes seja filtrado.

Oportunidades (fatores externos):

Surgimento de novas tecnologias que possibilitam a redução de custos  
Falta de tempo da população aumenta o apelo pela alimentação fast food  
Aumento da preocupação com questões sociais traz a oportunidade de parcerias com instituições de caridade por exemplo.  
Consciência por consumo de alimento saudáveis traz oportunidade de mudanças no cardápio

Ameaças (fatores externos):

Mercado de fast food saturado em economias desenvolvidas (isto depende do local)  
Crescente demanda por alimentos mais saudáveis  
Constante concorrência  
Mudanças na regulamentação da ANVISA.

**5) Quais os aspectos positivos da remanufatura para o meio ambiente ? (1,0 ponto)**

Além da reciclagem, o reuso e a remanufatura de produtos ou componentes podem ser uma opção ecológica e econômica ainda melhor para a economia de ciclo, desde que a oferta e demanda estejam em equilíbrio. Computadores de marca, telefones celulares, cartuchos de toner ou câmeras fotográficas descartáveis, já estão sendo remanufaturados com sucesso. A tradição em remanufatura, que era ajustada aos investimentos de longa duração, como no caso das máquinas operatrizes, aviões, equipamentos militares e motores de automóveis, também foi estendida para um grande número de bens de consumo com tempo de vida inferior e valores relativamente baixos.

Telefones sem fio, rádios FM e computadores pessoais são exemplos destes novos produtos que são reprocessados. É possível afirmar que a remanufatura constitui uma alternativa à reciclagem convencional na missão de atender as taxas de recuperação de produto e a redução de impacto no meio ambiente. Quando conduzida pelos fabricantes originais de equipamentos, a remanufatura é alta e rotineiramente e integrada ao desenvolvimento de produto, marketing, distribuição, processos de logística reversa e produção.

Casos de remanufatura mais usuais: fabricantes de fotocopiadoras, cartuchos de toner e câmeras.