



Fundação CECIERJ - Vice Presidência de Educação Superior a Distância

Curso de Tecnologia em Sistemas de Computação

Disciplina: Empreendedorismo e Ética Profissional

AP3 1º semestre de 2010 - gabarito

1) (1,0) Quais as diferenças entre um inventor e um empreendedor (se houverem)?

O **inventor** vincula-se ao ato de criar uma nova tecnologia, processo ou objeto, ou um aperfeiçoamento de tecnologias, processos e objetos pré-existentes. O termo distingue-se de *descoberta*, que é a aquisição de um conhecimento novo "por acaso" ou sem um esforço determinado; a invenção, pelo contrário, é fruto de um trabalho dirigido a se desenvolver respostas a um problema. Assim o responsável por invenções é chamado **inventor**. E estas invenções podem ser práticas e contribuir para o desenvolvimento de várias tecnologias, podem aplicar-se somente a um campo muito específico, mas a esmagadora maioria acaba por não ter qualquer aplicação prática, por vários motivos.

O **Empreendedor** é aquele indivíduo que detém uma forma especial, inovadora, de encontrar oportunidades, de se dedicar às atividades de organização, administração, execução; principalmente na geração de riquezas, na transformação de conhecimentos e bens em novos produtos – mercadorias ou serviços; gerando um novo método com o seu próprio conhecimento. É o profissional inovador que modifica, com sua forma de agir, qualquer área do conhecimento humano e que transforma a oportunidade em negócio.

2) (2,0) A história do capital de risco nos EUA permite observar que, ao contrário do que faz supor uma visão mais corriqueira, segundo a qual o empreendedorismo é meramente fruto das qualidades do indivíduo empreendedor, certas mudanças em nível nacional têm extraordinária influência sobre o investimento de risco. Cite dois exemplos de mudanças no contexto norte-americano, ocorridas nos anos 50 do século passado, que produziram diferenças significativas em favor do capital de risco e da atividade empreendedora.

Em nível nacional, dois eventos importantes trariam importantes modificações para o investimento de risco:

1) Em 1956, as ações da Varian foram lançadas na Bolsa, no que foi seguida em 1957 pela HP (ambas empresas de inovação tecnológica, oriundas da incubadora da Universidade de Stanford). O sucesso de ambos os lançamentos mostraram que havia um mercado extraordinariamente promissor para empresas de inovação tecnológica. Mais ainda, que havia chance para pequenas empresas crescerem sem que acabassem "caindo nas mãos" das firmas mais tradicionais e estabelecidas da Costa Leste.

2) A expansão dramática das despesas federais com a pesquisa e o desenvolvimento de armamentos de alta tecnologia por conta das circunstâncias da Guerra Fria

(especialmente as verbas oferecidas pelo Departamento de Defesa e pela NASA). Era enorme o apetite por tecnologia mais sofisticada, pouco importante os custos, pois o dinheiro sobrava.

3) (1,0) O que é um Plano de Negócios? Quais são os seus objetivos?

É um instrumento que visa estruturar as principais concepções e alternativas para uma análise correta de viabilidade do negócio pretendido, proporcionando uma avaliação objetiva, antes de colocar em prática a nova idéia, reduzindo assim, as possibilidades de se desperdiçarem recursos e esforços em um negócio inviável. Também pode ser utilizado para a solicitação de empréstimos e financiamento junto a instituições financeiras, bem como, para expansão ou reformulação de empresas.

Mas um plano de negócios é muito mais do que um documento projetado para persuadir investidores em um novo investimento. É também um guia detalhado para a conversão das idéias do empreendedor e de sua visão, em um negócio real e em funcionamento.

4) (2,0) O que é o Resumo Executivo de um Plano de Negócios?

O Resumo Executivo é comumente apontado como a principal seção do plano de negócios, pois através dele é que o leitor perceberá se o conteúdo a seguir o interessa ou não e, portanto, se continuará, ou não, a ler o documento. Portanto, é no resumo executivo que o empreendedor deve "conquistar" o leitor.

Nesta seção do plano o empreendedor apresenta um breve resumo da empresa ou negócio, sua história, área de atuação, foco principal e sua missão. É importante que esteja explícito ao leitor o objetivo do documento (ex.: requisição de financiamento junto a bancos, capital de risco, apresentação da empresa para potenciais parceiros ou clientes, apresentação de projeto para ingresso em uma incubadora etc.).

Devem ser enfatizadas as características únicas do produto ou serviço em questão, seu mercado potencial, seu diferencial tecnológico e competitivo. Também devem ser apontadas perspectivas de futuro do negócio (oportunidades identificadas, o que se pretende fazer para abraçá-las, o que é preciso para tal, porque os empreendedores acreditam que terão sucesso, etc).

O Resumo Executivo deve ser sucinto, sem grandes detalhes. É recomendável que esta seção tenha cerca de 01 a 02 páginas, no máximo. É importante salientar que o empreendedor apenas terá condições de elaborar o sumário executivo ao final da elaboração do plano de negócios, pois ele depende de todas as outras informações do plano para ser feito.

5) (2,0) Simule que você está iniciando uma empresa de Informática e estabeleça um Plano de Marketing?

O Plano de Marketing apresenta como o empreendedor pretende vender seu produto/serviço e conquistar seus clientes, manter o interesse dos mesmos e aumentar a demanda, sempre de acordo com a estratégia definida anteriormente no Plano de Negócios acerca do posicionamento da empresa no mercado.

Empresa: “Site fácil”

Desenvolvedora de projetos personalizados e hospedagem de websites

Estratégias de Vendas da Empresa “Site fácil”

- público-alvo: profissionais autônomos, micro e pequenas empresas.

- o serviço deve ser apresentado ao cliente potencial como a maneira mais atraente, rápida, econômica e segura de expor seus produtos/serviços na Internet, e assim ter a oportunidade de expandir seu mercado. Deve se ressaltar ao potencial cliente a importância de conquistar mercado via Internet, mostrando-lhe alguns números que indicam o extraordinário crescimento dos negócios eletrônicos. Também deve ser ressaltado o fato de que é necessário ter seus produtos/serviços expostos na Internet, pois esta é a tendência do mercado, de forma que quem estiver ausente da Internet tenderá a perder espaço para os concorrentes.
- destacar para o cliente potencial que o plano de desenvolvimento, hospedagem e manutenção de website que a “Site Fácil” oferece é bastante acessível em termos de preço, que inclui ainda serviço de suporte e atualização do site.

Diferencial Competitivo do serviço da Empresa “Site fácil”

O serviço é oferecido para pequenos clientes que têm necessidade de expor seus produtos/serviços na Internet, a preços acessíveis, sem necessidade de contratar profissionais e comprar equipamentos. Por uma taxa de adesão ao serviço, o cliente terá sua página desenvolvida de forma personalizada, pagando a seguir uma taxa mensal de manutenção de hospedagem do seu sítio em provedor seguro, com suporte e direito a atualizações. Evidenciar especialmente a tecnologia de segurança utilizada pela “Site Fácil” como um diferencial importante para assegurar a integridade e a confiabilidade dos sites por ela hospedados.

O maior diferencial oferecido pela “Site Fácil” é a especialização em clientes de pequeno porte, ou seja, de baixo orçamento.

Distribuição da Empresa “Site fácil”

A “Site Fácil” oferece seus serviços através de seu site na Internet, onde o cliente potencial poderá solicitar a visita de um representante comercial

Plano de marketing e comercialização da Empresa “Site fácil”

Os serviços da “Site Fácil” deverão ser anunciados e divulgados:

- em catálogos telefônicos do tipo “Listas Amarelas”;
- em suplementos de informática dos principais jornais;
- em suplementos de bairros dos principais jornais;
- em feiras de negócios de informática patrocinadas pelo SEBRAE, por Associações Comerciais, etc;
- através de mala direta eletrônica;
- estabelecimento de convênios com associações profissionais (CREMERJ, CREA, etc) com descontos para seus associados

Defina uma marca para sua empresa e/ou produtos/serviços

“Site Fácil” – marca escolhida para enfatizar a facilidade da qual dispõe o cliente potencial para ter o seu próprio site na Internet.

Defina uma estratégia de posicionamento/imagem em relação ao mercado

A “Site Fácil” privilegia soluções de baixo custo, pois pretende conquistar o profissional autônomo, a micro e a pequena empresa que necessitam de uma solução web, com um atendimento de qualidade a um preço acessível.

Política de preços

Os preços devem ser os menores possíveis, apostando em margens de lucro reduzidas compensadas por um maior volume de vendas.

Explicitar os valores da taxa de adesão e da taxa de manutenção mensal, procurando indicar os preços maiores oferecidos pelos concorrentes.

6) (1,0) O que é uma Incubadora de Cooperativas Sociais? Quais são os seus objetivos?

Uma incubadora de cooperativas sociais – ICS – é uma entidade cujo trabalho consiste na incubação de cooperativas populares, oferecendo um suporte de caráter dialógico e educativo à formação e desenvolvimento de cooperativas de trabalhadores. Desta forma, uma ICS contribui igualmente para o fortalecimento do cooperativismo popular como alternativa de política pública. O objetivo maior de uma ICS é o de promover as organizações populares, buscando gerar alternativas de trabalho, renda e cidadania através de empreendimentos solidários e de autogestão. Algumas ICS também objetivam a incubação de outras incubadoras.

7) (1,0) Quais as principais questões relacionadas ao meio ambiente no tocante às Tecnologias da Informação, especialmente no que diz respeito aos computadores ?

Uma forma de se amenizar os efeitos destrutivos dos computadores sobre o meio ambiente é elevando a expectativa de vida dessas máquinas. Embora os computadores consumam pouca energia enquanto estão funcionando, sua pequena durabilidade e a grande quantidade de energia necessária para construí-los fazem dessas máquinas campeãs de consumo entre todos os aparelhos domésticos. Os computadores são um sério risco para o ambiente, devido ao grande volume de energia e recursos materiais necessários à sua produção e às montanhas de lixo tóxico que formam ao serem descartados. E quanto mais sofisticados os componentes, mais elevados são os requisitos de pureza dos materiais para a fabricação, que resulta em gastos ainda maiores.

Para se fazer um chip de memória que pesa dois gramas, é preciso usar 1,3 Kg de combustível fóssil e matéria prima. A reciclagem de computadores não resolve o problema, pois normalmente só se recupera os metais. Os componentes hi-tech e as peças plásticas, que são os que mais consomem energia na fabricação, são perdidos. Portanto para reduzir esse impacto ambiental a melhor maneira é mesmo estender a vida útil dos computadores.