

## 7. EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é o motor que transforma ideias em realidade e impulsiona o sucesso de um negócio. Mais do que apenas abrir uma empresa, o empreendedorismo é um processo contínuo de fazer as coisas acontecerem, antecipando-se às situações e mantendo uma visão clara do futuro do negócio. Um empreendedor é um indivíduo proativo, que identifica oportunidades, cria novos empreendimentos e está disposto a assumir riscos para inovar. A implementação bem-sucedida de uma ideia em uma oportunidade de negócio é o ponto de partida para a criação de um empreendimento de sucesso.

### 7.1 O Plano de Negócios: Conceito e Estrutura

Para que um empreendimento tenha sucesso, o planejamento é essencial. O plano de negócios é o principal instrumento para guiar esse processo, funcionando como um mapa para o empreendedor. Ele é um documento que detalha a empresa, seu modelo de negócio, e serve tanto para o planejamento inicial quanto para a avaliação de resultados futuros. A estrutura de um plano de negócios pode variar, mas, para ser completa, ela deve seguir uma sequência lógica. A seguir, apresentamos os principais componentes que devem fazer parte desse documento:

- **Sumário Executivo:** Um resumo conciso que sintetiza as informações mais importantes do plano, como a oportunidade de negócio, a empresa, os produtos/serviços e as projeções financeiras.
- **Descrição da Empresa:** Apresenta a visão geral do negócio, sua missão, estrutura legal e equipe.
- **Análise Estratégica:** Inclui a análise do ambiente interno e externo (análise SWOT), a definição dos objetivos de longo prazo e as estratégias para alcançá-los.
- **Produtos e Serviços:** Descreve os produtos ou serviços oferecidos, destacando suas características e diferenciais competitivos.
- **Plano Operacional:** Detalha como a empresa irá funcionar no dia a dia, incluindo a gestão, os processos de produção e a logística.
- **Plano de Recursos Humanos:** Define a estrutura de cargos, o perfil dos colaboradores, e as estratégias de remuneração e desenvolvimento.
- **Análise de Mercado:** Um estudo aprofundado do público-alvo, dos concorrentes e das tendências do mercado.
- **Estratégia de Marketing:** Explica como a empresa irá se posicionar, divulgar seus produtos e atrair clientes.
- **Plano Financeiro:** Apresenta as projeções de receitas e despesas, o fluxo de caixa, o balanço patrimonial e a necessidade de investimento.

### 7.2 Viabilidade e Sustentabilidade do Projeto

Aplicando os conceitos de empreendedorismo e planejamento apresentados na seção anterior, analisamos a viabilidade e sustentabilidade do projeto proposto. A viabilidade do projeto de software, que visa otimizar a gestão de chamados e suporte técnico, está diretamente ligada à sua capacidade de resolver um problema real de forma eficiente. O foco é substituir métodos ultrapassados, como o uso de e-mails e telefonemas, por uma solução integrada e inteligente. Para garantir a viabilidade e sustentabilidade, o projeto foi concebido com a seguinte

abordagem:

- **Objetivo Principal (Missão):** Oferecer uma plataforma unificada que otimiza o atendimento, promove a autonomia dos usuários e melhora o controle das solicitações internas de suporte técnico.
- **Objetivos Estratégicos (Visão):**
  - - **Curto Prazo:** Implementar as funcionalidades essenciais, como o registro de chamados em múltiplas plataformas (desktop, web e mobile), e estabelecer práticas robustas de controle de qualidade e versionamento.
  - - **Médio Prazo:** Integrar recursos de Inteligência Artificial para sugestão de soluções automáticas, otimizar o direcionamento dos chamados e garantir a conformidade com a LGPD.
  - - **Longo Prazo:** Aprimorar o sistema continuamente, explorando novas tecnologias para elevar a satisfação do cliente e a eficiência do suporte.
- **Público-Alvo e Concorrentes:** O público-alvo são os colaboradores de empresas de médio porte que precisam de um sistema de suporte interno eficiente. A concorrência a ser superada são as ferramentas e processos manuais ineficazes, que causam atrasos e desorganização. A estratégia é oferecer um sistema superior, que não apenas gerencia chamados, mas também os otimiza por meio de IA, garantindo um diferencial competitivo.
- **Estratégia de Comercialização:** O modelo de negócio prevê a comercialização por meio de licenças de uso e a oferta de serviços de suporte contínuo. A sustentabilidade do projeto será assegurada pela inovação tecnológica, pela escalabilidade do sistema e pela constante otimização da experiência do usuário, pilares essenciais para o sucesso a longo prazo.

## 11. REFERÊNCIAS

- ALVES, L. Educação a distância: conceitos e história no Brasil e no mundo. Revista Brasileira de Aprendizagem Aberta e a Distância, v. 10, 2011.
- ALVES, R. M.; ZAMBALDE, A. L.; FIGUEIREDO, C. X. Ensino a distância. Lavras: UFLA/FAEPE, 2004.
- ARBACHE, F. S. et al. Gestão de logística, distribuição e trade marketing. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014.
- ARAÚJO NETO, A. P. Apostila-texto de Empreendedorismo. 2013.
- BEZERRA, Eduardo. Princípios de Análise e Projeto de Sistemas com UML. Grupo GEN, 2014.
- BIAGIO, C. L. Plano de negócios: um guia para empreendedores. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.
- CHIAVENATO, I. Administração nos novos tempos. 2008.
- COSTA NETO, A. P. Técnicas de tomada de decisão. São Paulo: Editora Atlas, 2007.
- COSTA NETO, A. P.; CANUTO, M. T. Administração e empreendedorismo. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.
- DENNIS, Alan; WIXOM, Barbara H.; ROTH, Roberta M. Análise e Projeto de Sistemas. Grupo GEN, 2014.
- DOLABELA, F. O Segredo de Luísa. 1999.

- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. São Paulo: Editora Campus, 2008.
- FOINA, D. Engenharia de software: planejamento e gerenciamento. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.
- FREITAS, M. E. de. Cultura organizacional. 2005.
- MAXIMIANO, A. C. A. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Editora Atlas, 2006.
- MAXIMIANO, A. C. A. Introdução à Administração. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- MINTZBERG, H. Strategy Safari. New York: The Free Press, 1988.
- MONTGOMERY, C.; PORTER, M. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. São Paulo: Editora Campus, 1998.
- OHMAE, K. A mente do estrategista. São Paulo: Editora Campus, 1998.
- OLIVEIRA, D. P. R. de. Planejamento Estratégico. 2001.
- PEREIRA, M. A. C. A Importância do Plano de Negócios para o Desenvolvimento de Pequenas Empresas. 1995.
- PINTO, A. C.; COUTO-DE-SOUZA, L. O processo de mudança nas organizações. 2009.
- PORTER, M. E. Estratégia competitiva. São Paulo: Editora Campus, 1989.
- ROCHA, J. V. et al. Gestão do conhecimento e inovação. 2013.
- SCHEIN, E. H. Cultura organizacional e liderança. 1992.
- SLOAN JR., A. P. My Years with General Motors. New York: Doubleday, 1964.
- SOBRAL, J. F.; GIMBA, M. M. Liderança. 2012.
- SOUZA, A. C. Teoria da Administração. 1978.
- WAZLAWICK, Raul S. Análise e Design Orientados a Objetos. Grupo GEN, 2014.