

Programa de Educação Profissional a Distância com Espiral do Empreendimento

CADERNO DIDÁTICO TEMÁTICO: COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS PARA O APENADO

- ANO: 2018
- VERSÃO: 04

-
- DOUTORANDA: PAULINE BALABUCH
 - ORIENTADOR: ANTONIO CARLOS DE FRANCISCO

APRESENTAÇÃO

Tese, processo de elaboração e características do material

O presente caderno temático é parte integrante da tese de doutorado da autora, e justifica-se na medida em que pode proporcionar o desenvolvimento pessoal e profissional ao apenado, auxiliando-o na relação dos saberes adquiridos na laborterapia com a vida cotidiana. Bem como, contemple conteúdos científicos, tecnológicos, sócio históricos e de competências, que realizem a articulação entre conhecimentos gerais e específicos.

O tema tratado é Competências Empreendedoras para o apenado, as quais são: Capacidade Empreendedora, Assertividade e Cooperação. Sendo que competência é formada por conhecimentos, habilidades e atitudes, conforme pode ser verificado na tabela 1; assim como o visual do programa na figura 1 e a arquitetura pedagógica na figura 2.

*Este é um curso especial, o aluno é o ator central.
O curso versa sobre um projeto de vida e não sobre aquisição de conteúdos técnicos.*

A dedicação e presença nas sessões de trabalho refletem o grau de comprometimento com o projeto de vida.

Não há o conceito de "aula", o aluno se dispõe a aprender sobre si mesmo e de forma auto-pulsante. Ninguém pode repassá-lhe este conhecimento.

A avaliação é auto-avaliada pelo aluno e não atribuída pelo professor.

OBJETIVOS DO CHA

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS INDIVIDUAIS

C			H			A		
CAPACIDADE EMPREENDEDORA			ASSERTIVIDADE			COOPERAÇÃO		
C	H	A	C	H	A	C	H	A
Embasaento teórico	Práticas etapas do PNCANVAS	Comportamento virtual	Embasaento teórico	Práticas etapas do PNCANVAS	Comportamento virtual	Embasaento teórico	Práticas etapas do PNCANVAS	Comportamento virtual
Planejamento	PN – CANVAS	Resiliência e Perseverança	Sustentabilidade e cidadania	Suavidade emocional – respeito de valor	Superação	Empreendedorismo	Suavidade emocional – respeito de valor	Resiliência e Perseverança
Capacidade de análise	Plano financeiro – estrutura de custos e fontes de receita	Tomada de decisão	Marketing	Análise de mercado – segmento de clientes	Adaptabilidade	Gratidão de pessoas	Plano operacional – missão clara	Liderança e sociabilidade
Visão estratégica	Plano de Marketing – recursos chave e canais de distribuição	Criatividade	Comunicação	Plano de Marketing – alinhamento com clientes	Flexibilidade	Trabalho em equipe	Análise de mercado e Plano de Marketing – missão clara	Relações interpessoais e empatia
Visão sistêmica	Plano operacional – resultados chave	Organização	Informática/Tecnologia		Autodeterminação			
Capacidade de Condição	Análise do PN – Análise do Canvas	Autonomia e responsabilidade						

Tabela 1 – Competências Empreendedoras Individuais





Figura 1 - Logo do produto



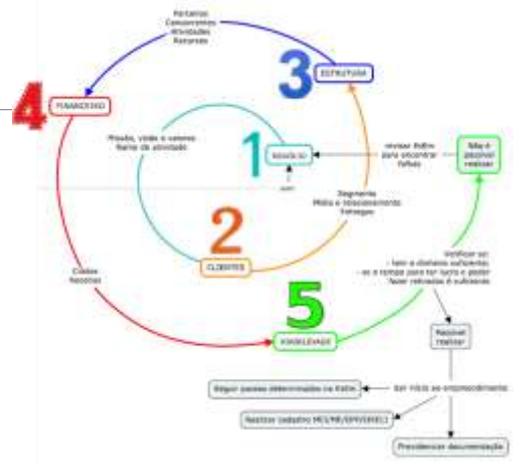
Figura 1 - Logo só da Espiral do Empreendimento



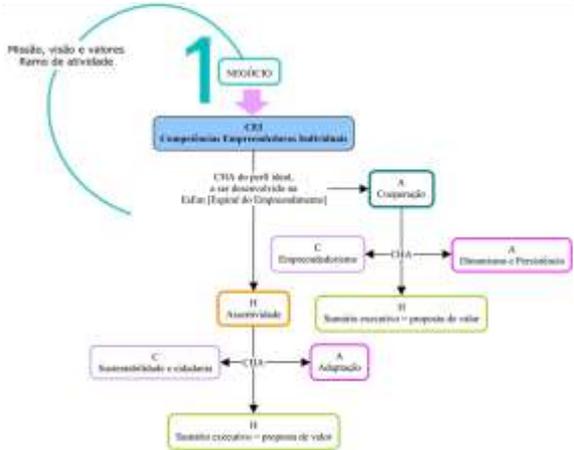


Figura 2 – Arquitetura pedagógica do PDP

SUMÁRIO



ESEM FASE 1 - NEGÓCIO



Desenvolvimento sustentável

Pauline Balabuch





Paradigma do desenvolvimento



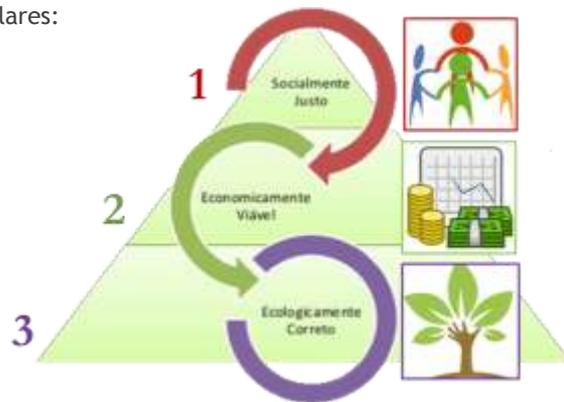


Surgimento do termo Desenvolvimento Sustentável

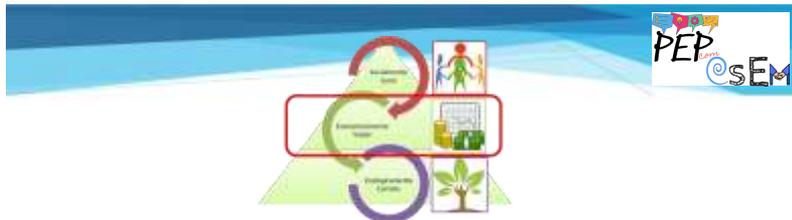


- ▶ **1968** - criação do Clube de Roma - foi o pioneiro no caminho para consciência internacional de graves problemas mundiais ligados ao meio ambiente para debater a crise e o futuro da humanidade (os limites do crescimento);
- ▶ **1972** - primeira Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Estocolmo), a qual deu origem ao Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA. Ocorre pela primeira vez a nível mundial preocupação com as questões ambientais globais;
- ▶ **1987** - a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), adotou o conceito de Desenvolvimento Sustentável em seu relatório *Our Common Future* (Nosso futuro comum), também conhecido como Relatório Brundtland;
- ▶ **1992** - o conceito foi definitivamente incorporado como um princípio, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Cúpula da Terra - *Eco-92*, no Rio de Janeiro. O Desenvolvimento Sustentável busca o equilíbrio entre proteção ambiental e desenvolvimento econômico e serviu como base para a formulação da Agenda 21;

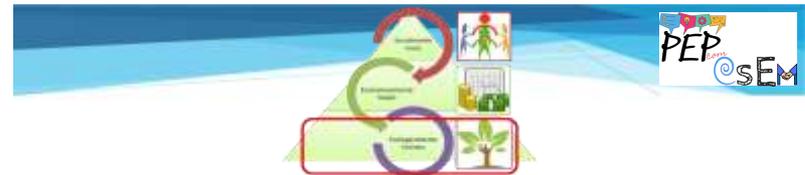
- 2002 - Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável realizada em Joanesburgo - África do Sul - (Rio+10), afirma que o Desenvolvimento Sustentável é construído sobre três pilares:



- **Social** - Trata-se do **capital humano** de um empreendimento, comunidade, sociedade como um todo. Além de salários justos e estar adequado à legislação trabalhista, é preciso pensar em outros aspectos como o bem estar dos seus funcionários, propiciando, por exemplo, um ambiente de trabalho agradável, pensando na saúde do trabalhador e da sua família. Além disso, é imprescindível ver como a atividade econômica afeta as comunidades ao redor. Nesse item, está contido também problemas gerais da sociedade como educação, violência e até o lazer.



- ▶ **Econômica** - A palavra economia, no dicionário, é definida como Organização de uma casa, financeira e materialmente. Com o passar dos anos, séculos, a palavra economia foi direcionada apenas à vertente dos negócios ou no sentido da poupança, economizar. Este pilar traz o retorno do significado de cuidar da casa, afincado pelos gregos na Antiguidade. São analisados os temas ligados à produção, distribuição e consumo de bens e serviços e deve-se levar em conta os outros dois aspectos. Ou seja, não adianta lucrar devastando, por exemplo.



- ▶ **Ambiental** - Refere-se ao **capital natural** de um empreendimento ou sociedade. É a perna ambiental do tripé. Aqui assim como nos outros itens, é importante pensar no pequeno, médio e longo prazo. A princípio, praticamente toda atividade econômica tem impacto ambiental negativo. Nesse aspecto, a empresa ou a sociedade deve pensar nas formas de amenizar esses impactos e compensar o que não é possível amenizar. Assim uma empresa que usa determinada matéria-prima deve planejar formas de repor os recursos ou, se não é possível, diminuir o máximo possível o uso desse material, assim como saber medir a pegada de carbono do seu processo produtivo, que, em outras palavras, quer dizer a quantidade de CO2 emitido pelas suas ações. Além disso, obviamente, deve ser levado em conta a adequação à legislação ambiental e a vários princípios discutidos atualmente como o Protocolo de Kyoto. Para uma determinada região geográfica, o conceito é o mesmo e pode ser adequado, por exemplo, com um sério zoneamento econômico da região.



- ▶ O desenvolvimento sustentável busca simultaneamente a **eficiência econômica**, a **justiça social** e a **harmonia ambiental**. Mais do que um novo conceito, é um processo de mudança onde a exploração de recursos, a orientação dos investimentos, os rumos do desenvolvimento ecológico e a mudança institucional devem levar em conta as necessidades das gerações futuras.
- ▶ É a busca do equilíbrio entre o crescimento econômico e o desenvolvimento humano. Por meio deste, se deve obter o equilíbrio entre ambos, no sentido da sustentabilidade da vida humana. Consiste num processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro.



VISÃO DE MUNDO PREDOMINANTE	VISÃO DE MUNDO DA ECOLOGIA PROFUNDA
Domínio da natureza	Harmonia com a natureza
Ambiente natural como recurso para os seres humanos	Toda a natureza tem valor intrínseco
Seres humanos são superiores aos demais seres vivos	Igualdade entre as diferentes espécies
Crescimento econômico e material como base para o crescimento humano	Objetivos materiais a serviço de objetivos maiores de auto-realização
Crença em amplas reservas de recursos	Consciência de que o planeta tem recursos limitados
Progresso e soluções baseados em alta tecnologia	Tecnologia apropriada
Consumismo	Fazendo o necessário e reciclando



Aspectos para buscar o Desenvolvimento Sustentável

- ▶ 1] Um sistema político que assegure a efetiva participação dos cidadãos no processo decisório: neste caso observa-se a importância de um orçamento participativo em um município, onde a participação de representantes de diversos segmentos da sociedade na identificação e priorização de suas necessidades pode contribuir para melhor aplicação de seus recursos financeiros;
- ▶ 2] Um sistema econômico capaz de gerar excedentes e *know-how* técnico em bases confiáveis e constantes que gere e poupe recursos pensando nas gerações futuras;
- ▶ 3] Um sistema social que possa resolver as tensões causadas por um desenvolvimento não-equilibrado na busca da redução das desigualdades sociais e da melhoria constante da qualidade de vida [MASLOW];

- 
- ▶ 4] Um sistema de produção que respeite a obrigação de preservar a base ecológica do desenvolvimento, por meio de processos produtivos e produtos ecologicamente corretos, onde a reciclagem alcance um conceito de minimização de resíduos;
 - ▶ 5] Um sistema tecnológico que busque constantemente novas soluções na elaboração de produtos visando o uso alternativo de matéria prima para não esgotar a natureza e gerar aumento de custos;
 - ▶ 6] Um sistema internacional que estimule padrões sustentáveis de comércio e financiamento, onde países sub-desenvolvidos possam ser apoiados pelos mais desenvolvidos visando o equilíbrio entre as nações;
 - ▶ 7] Um sistema administrativo flexível e capaz de autocorrigir-se mediante as necessidades apresentadas tanto pelo homem como pela natureza visando uma integração harmônica e prolongada para a sobrevivência de ambos.



Dimensões e desafios do Desenvolvimento Sustentável



- ▶ Durante o século XXI a sociedade mundial enfrentará a difícil, porém inspiradora tarefa de forjar uma nova relação com o mundo natural. Se quisermos sustentar a vida com qualidade, deveremos antes buscar o equilíbrio entre as ações humanas e a preservação do meio ambiente onde vivemos.
- ▶ O desafio ecológico que enfrenta a humanidade consiste em encontrar, em um difícil contexto teórico-prático, as respostas que tenham capacidade efetiva para preservar a biosfera e produzir uma relação sociedade-natureza equilibrada.
- ▶ O mundo atual, apesar do reconhecimento da importância da concepção de desenvolvimento sustentável, caminha concretamente por rumos que desafiam qualquer noção de sustentabilidade.
- ▶ O conceito de desenvolvimento sustentável fundamentalmente interliga o que é para ser desenvolvido com o que é para ser sustentado.

O QUE DEVE SER DESENVOLVIDO	O QUE DEVE SER SUSTENTADO
PESSOAS Sobrevivência infantil Expectativa de vida Educação Equidade Igualdade de oportunidades	NATUREZA Terra Biodiversidade Ecossistemas
ECONOMIA Riqueza Setores produtivos Consumo	SISTEMAS DE SUPORTE À VIDA Serviços prestados pelos ecossistemas Recursos Meio ambiente
SOCIEDADE Instituições Capital social Estados Regiões	COMUNIDADE Culturas Grupos Locais

- ▶ No mundo de hoje, nenhuma nação é autossuficiente.
- ▶ Se for nosso objetivo conseguir a sustentabilidade do nosso planeta, uma sólida aliança deve ser formada por todos os países.
- ▶ Os níveis de desenvolvimento e renda no mundo são desiguais, e os países de mais baixa renda devem receber ajuda para que possam se desenvolver de forma sustentável, protegendo seus meio ambientes.
- ▶ Ao invés de aumentar os níveis de consumo dos países em desenvolvimento, é preciso reduzir os níveis observados nos países industrializados.



- ▶ Os crescimentos econômico e populacional das últimas décadas têm sido marcados por disparidades.
- ▶ Embora os países do Hemisfério Norte possuam apenas um quinto da população do planeta, eles detêm quatro quintos dos rendimentos mundiais e consomem 70% da energia, 75% dos metais e 85% da produção de madeira mundial.
- ▶ Caso as sociedades do Hemisfério Sul copiassem os padrões das sociedades do Norte, a quantidade de combustíveis fósseis consumida atualmente aumentaria 10 vezes e a de recursos minerais, 200 vezes.



Um projeto para todo o mundo

- ▶ Não pode haver um único esquema para o desenvolvimento sustentável, já que os sistemas econômicos e sociais diferem muito de país para país;
- ▶ Cada nação terá que avaliar as implicações concretas de suas políticas;
- ▶ Porém, apesar dessas diferenças, o desenvolvimento sustentável deve ser encarado como um objetivo de todo o mundo.
- ▶ Os recursos globais e compartilhados, especialmente a atmosfera, os oceanos e os ecossistemas, poderão ser bem administrados somente através da determinação conjunta dos povos.
- ▶ A ética do cuidado com a Terra aplica-se em todos os níveis internacional, nacional e individual.
- ▶ Todas as nações só têm a ganhar com a sustentabilidade mundial e todas estão ameaçadas caso não consigam-na.

Entraves culturais



- ▶ as diferentes maneiras de os diferentes povos relacionarem-se com a natureza e utilizarem os recursos naturais;
- ▶ os diferentes valores e crenças dos diferentes povos que influenciam o modo de conceber conceitos como:
 - ❖ qualidade de vida, qualidade ambiental, necessidades, prioridades, progresso, desenvolvimento, entre outros;

Entraves científicos



- ▶ a falta de maior conhecimento sobre as inter-relações homem-natureza;
- ▶ a excessiva compartimentação dos diversos campos do conhecimento;
- ▶ as concepções lineares, reducionistas, fragmentadas e unilaterais que permeiam o pensamento científico e as pesquisas científicas;
- ▶ os diferentes níveis de informação e tecnologia existentes dentro e entre os países;
- ▶ a dificuldade ainda existente de obtenção e troca de informações sobre trabalhos e dados científicos dentro e entre os países;
- ▶ a falta de um maior diálogo e de uma maior interação entre a comunidade científica e a sociedade civil;

Entraves políticos-econômicos



- ▶ traduzem-se na grande diferença econômica existente entre os países e dentro dos países quanto aos níveis de produção, consumo e renda *per capita*;
- ▶ os interesses político-econômicos individuais das grandes potências e corporações;
- ▶ a falta de uma visão política compartilhada em benefício de objetivos e projetos socioambientais globais;
- ▶ os problemas diplomáticos;
- ▶ os interesses individuais prevalecentes de grandes grupos econômicos nos órgãos de representação política;



- ▶ a postura assumida por organismos internacionais importantes - *como* o Fundo Monetário Internacional (FMI), a Organização Mundial do Comércio (OMC), entre outros - de focar seus interesses na área político-econômica, tendo dificuldades em assumir também posturas globais socioambientais;
- ▶ a realidade em que se insere a ONU - um órgão-chave em questões socioambientais - de se ver atrelada a interesses político-econômicos de alguns países, principalmente os dos Estados Unidos.

Reflexão



- ▶ O desenvolvimento sustentável é um tema complexo e polêmico e, como tal, sugere e comporta várias leituras e abordagens. Contudo, apesar das dificuldades e controvérsias inerentes - se seria utópico, inatingível ou inevitável - e dentro do que nos é possível perceber, compreender e realizar atualmente, o desenvolvimento sustentável já é um processo em evolução:
 - ❖ em meio a iniciativas, discussões e polêmicas instauradas por todo o mundo, ele começa a ser possível e real.
- ▶ Um desenvolvimento sustentável global já está sendo desejado e buscado pelos seres humanos bem mais do que podemos conscientemente constatar, e por meios que ainda não puderam ser amplamente compreendidos e interconectados.



Pauline Balabuch



sustentabilidade

Conceito que, relacionando aspectos económicos, sociais, culturais e ambientais, busca suprir as necessidades do presente sem afetar as gerações (...)

Qualidade ou propriedade do que é sustentável, do que é necessário à conservação da vida.

U Dicio.com.br

Há mais de 100 definições de “Sustentabilidade” e “Desenvolvimento Sustentável”, porém a mais conhecida é a da Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento [CMMAD], ou RELATÓRIO DE BRUDTLAND:



O **desenvolvimento sustentável** procura satisfazer as necessidades da geração atual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades.



Taxa de exploração < / = Taxa de reposição

NOTA: Só uma gestão racional dos recursos no presente assegurará que estes estejam, ainda, disponíveis para as gerações vindouras...



Comunidade considerada sustentável

As comunidades podem ser consideradas sustentáveis quando:

- ▶ alcançam as necessidades econômicas de seus habitantes,
- ▶ consideram a importância do meio ambiente e protegem-no,
- ▶ promoverem sociedades locais mais humanas.



Dimensões da Sustentabilidade





▶ **Sustentabilidade ecológica:** consiste no uso intensivo dos potenciais relativos aos diferentes ecossistemas, em compatibilidade com sua mínima deterioração, devendo possibilitar que a natureza desenvolva novos equilíbrios, por meio de processos de utilização que respeitem o seu ciclo temporal. Consiste na preservação das fontes de recursos naturais e energéticos.



- ▶ **Sustentabilidade social:** o sistema deve funcionar de forma que haja uma redução significativa nas desigualdades sociais. O desenvolvimento deve ser considerado na sua função multidimensional, abrangendo todo aspecto de necessidades materiais e não materiais.
- ▶ **Sustentabilidade econômica:** o aspecto econômico deve estruturar-se em uma distribuição e gestão mais eficientes dos recursos e, por um fluxo regular do investimento público e privado. A eficiência deve ser mensurada em termos de critérios macrossociais.



- ▶ **Sustentabilidade cultural:** diz respeito à conceituação normativa de ecodesenvolvimento num sentido amplo de soluções personalizadas que respeitem as especificidades de cada ecossistema, de cada cultura e de cada local.
- ▶ **Sustentabilidade territorial:** sugere minimizar a densidade geográfica, a ocupação desordenada de populações, a concentração de atividades e a centralização do poder. Objetiva o equilíbrio na relação cidade-campo.





Visão Holística: uma nova percepção da realidade

- ▶ Já estamos vivendo uma grande mudança de paradigma, manifesta de diversas maneiras e intensidades, sobretudo na arena social;
- ▶ Um novo paradigma parece assumir sua forma definitiva em nossa época, um paradigma que pode ser chamado de “visão holística do mundo” - uma vez que concebe o mundo como um todo integrado.



- ▶ Existência de planejamento econômico e a elaboração de políticas que tenham por base uma consideração cuidadosa para as necessidades de toda a comunidade da Terra, em vez de focarem-se basicamente sobre interesses humanos;
- ▶ Um reconhecimento da interconexão de todos os fenômenos da natureza e do impacto humano sobre o mundo natural;



- ▶ Um reconhecimento de que o ser humano é uma parte implícita do mundo natural, indissociavelmente conectado ao seu funcionamento e ao seu destino;
- ▶ Novas concepções para tempo, desenvolvimento e progresso - principalmente no mundo ocidental.

A geração do “Eu” precisa se tornar a geração do “Nós”



FLOR DA SUSTENTABILIDADE



PERFIL DO PROFISSIONAL Características necessárias no setor de sustentabilidade

Ideias sustentáveis




Quando uma ideia pode ser considerada sustentável?

Quando existir uma sustentabilidade ambiental e ecológica preocupada em manter o meio ambiente do planeta Terra, manter a qualidade de vida e manter o meio ambiente... tudo isso em harmonia com as pessoas.

É cuidar para não poluir a água, separar o lixo, evitar desastres ecológicos, como queimadas e desmatamentos. O próprio conceito de sustentabilidade é para longo prazo, significa cuidar de todo o sistema, para que as gerações futuras possam aproveitar.



Algumas ideias sustentáveis podem estar presentes nas nossas casas, empresas, ambientes públicos... presentes no nosso dia a dia. Muitas vezes ou quase sempre convivemos com essa ideia sem nos apercebermos.

Você consegue identificar estas ideias?





Uso Racional da Água

Banheiro

- 5 minutos para lavar as mãos
- 3 segundos para escovar os dentes
- Evite deixar a água do chuveiro escorrendo
- Use sabão líquido
- Reduza o tempo do banho

Cozinha

- Reduza o vazão da torneira
- Ensaie o sabão antes de lavar
- Alimentos congelados
- Máquina lavar pratos

Lavanderia

- Reuso da água para lavar roupas
- Lavar com água quente
- Use o ciclo adequado

Jardim

- Regar no verão e inverno
- Use regador
- Umidade da terra

Consumo de água por pessoa

Residências Terrestres

Resíduos de Alimentos

Detergente em excesso

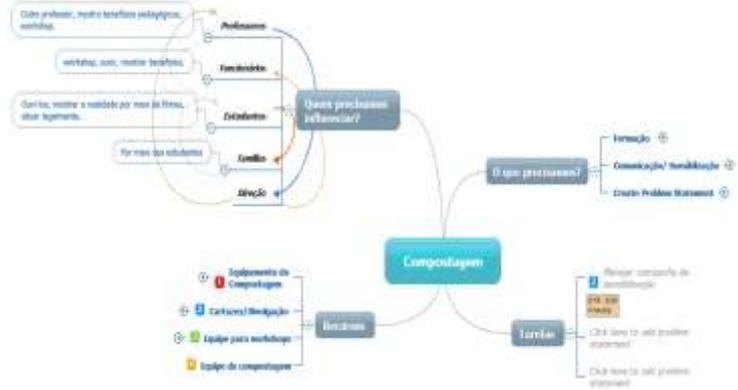
Máquina lavar pratos

Alimentos congelados

Vasos e vasos

Água

Seja consciente, use de forma racional





Projeto garrafa pet

Benefícios:

- **Ambiental:**
60 milhões de garrafas PET recicladas por ano – 40% de efluentes líquidos no processo.
- **Economia:**
3 milhões / ano (10% redução nos custos de MP)
- **Social:**
635 novos empregos.

A garrafa que virou resina



SATISFAZ OS PILARES DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



Hotel oferece refeições de graça para quem estiver disposto a gerar eletricidade



O Crown Plaza Hotel, em Copenhague, Dinamarca, oferece uma chance para quem quer fazer uma boa refeição sem deixar de cuidar do planeta. O hotel disponibiliza bicicletas ligadas a um gerador de eletricidade para os hóspedes voluntários. Cada um deles deve produzir pelo menos 10 Watts/hora de eletricidade – aproximadamente 15 minutos de pedalada para um adulto saudável. Após o exercício, o hóspede recebe um generoso vale-refeição: 26 euros, aproximadamente 60 reais.



Bar capta energia produzida pela dança de seus frequentadores



Todas as luzes e os sons de uma “balada” gastam uma quantidade considerável de eletricidade. Pensando nisso, o dono do Bar Surya, em Londres, refez o chão da pista de dança de seu estabelecimento e o revestiu com placas que, ao serem pressionadas pelos frequentadores do lugar, produzem corrente elétrica. Essa energia é então usada para ajudar na carga elétrica necessária à casa. Andrew Charalambous, o visionário dono do bar, diz que a eletricidade produzida pela pista modificada representa 60% da necessidade energética do lugar.



Bordel oferece desconto aos clientes que forem de bicicleta



Uma casa de diversão adulta encontrou uma maneira de atrair mais frequentadores, espantando a crise econômica, e ainda ajudar a frear as mudanças climáticas globais. Quem chega de bicicleta, ganha desconto. Segundo Thomas Goetz, dono do bordel “Maison D’envie”, a recessão atingiu em cheio os negócios. Consumidores que foram ao bordel pedalando, ou que provarem ter utilizado um meio de transporte público, recebem 5 euros de desconto sobre os tabelados 70 euros (mais de 150 reais) para 45 minutos.



Empresa cria impressora que não usa tinta nem papel



Quem disse que uma impressora precisa de tinta ou papel para existir? Conheça a Impressora PrePean. Diferente das convencionais, ela utiliza uma peça térmica para fazer as impressões em folhas plásticas feitas especialmente para isso. Além de serem à prova d'água, elas podem ser facilmente apagadas. É só colocá-las novamente na impressora que, através de outra temperatura, a próxima impressão ficará no lugar da anterior. A mágica faz com que apenas uma dessas folhas possa ser utilizada mil vezes.



Universidade constrói “telhado verde”



O Design Verde é uma tendência da arquitetura moderna, e não estamos falando apenas da cor, mas sim de locais como o prédio de cinco andares da Escola de Arte, Design e Comunicação da Universidade Tecnológica de Nanyang, em Cingapura. A construção conta com uma cobertura vegetal e sua forma orgânica se mistura com a natureza onde está inserida. Os telhados revestidos de grama servem como ponto de encontro informal, além de ajudar no equilíbrio térmico do edifício e na absorção da água da chuva.



Designer cria pia que utiliza água desperdiçada para regar planta



Feita de concreto polido, a Pia batizada de Jardim Zen possui um canal que aproveita a água utilizada na lavagem das mãos para molhar uma planta. Criado pelo jovem designer Jean-Michel Montreal Gauvreau, a pia vem em bacia dupla ou modelo simples. Se você está preocupado em ensaboar toda a sua plantinha, relaxe. Uma peça no início do canal drena o líquido e só deixa água sem sabão escorrer até a planta.



Designer cria chuveiro que o obriga a sair quando já desperdiçou muita água



O designer Tommaso Colia criou uma solução para aqueles que adoram passar um tempão tomando uma ducha relaxante (é, você mesmo!). O chuveiro Eco Drop possui círculos concêntricos como tapetes no chão, que vão crescendo enquanto o chuveiro está ligado. Após um tempo, a sensação fica tão incômoda que te força a sair do banho e, conseqüentemente, economizar água. Cerca de 20% de toda energia gasta no lar vem da água quente utilizada no banho – seis vezes mais do que a iluminação doméstica, por exemplo.



Designer cria interruptor que muda de cor para ensinar crianças a economizar energia



Tio é o nome do interruptor em forma de fantasma que avisa, através de sutis luzes, há quanto tempo a lâmpada está acesa. Até uma hora, a expressão do fantasminha é feliz e a luz do interruptor permanece verde. Se a luz é deixada ligada por mais de quatro horas, ele se assusta e fica amarelo. Já se o morador da casa se atreve a deixar a luz acesa por mais de oito horas, o até então amigável fantasma se zanga e fica vermelho. Com o auxílio visual e tátil, espera-se que as crianças comecem a tomar consciência do desperdício de energia logo cedo, e de uma maneira divertida.



Empresa cria grampeador sem grampos para evitar poluição



Grampos de grampeador são tão poluentes que uma empresa decidiu criar um novo modelo do produto, sem grampos! Em vez dos grampos a que todos estamos acostumados, ele “recorta pequenas tiras de papel e as usa para costurar até cinco folhas de papel juntas”. Se você se empolgou com a ideia, pode encomendar esses grampeadores personalizados para que sua empresa se vanglorie de contribuir para um mundo livre grampeadores com grampos.



Designer cria carregador de iPhone alimentado por aperto de mão



Eis uma invenção que dará uma mão na economia de energia. Carregue seu iPhone com um aperto de mão! O conceito foi chamado de “You can work it out” – uma brincadeira entre encontrar uma solução (work it out) e exercitar-se (to work out) – e foi pensado por Mac Funamizu.





PEP@SEM

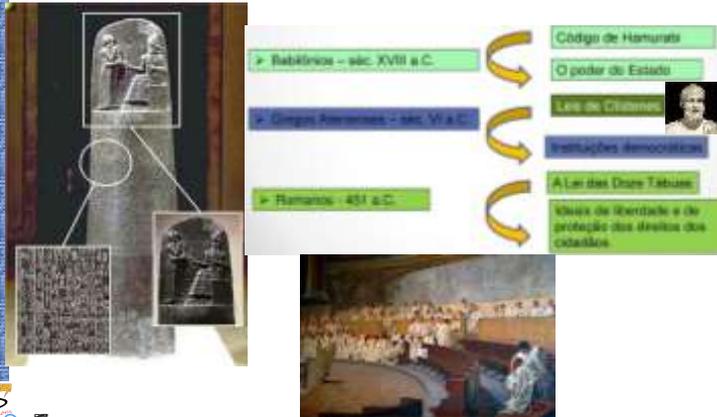
DIREITOS HUMANOS

Pauline Balabuch



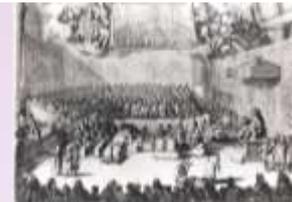
PEP@SEM

Na sociedade atual, os direitos básicos do cidadão devem ser garantidos pelo Estado. Na Antiguidade, alguns povos tiveram suas normas e leis registradas por escrito.



Os primeiros documentos que os asseguravam direitos humanos foram criados na Inglaterra:

- Magna Carta (1215-1225);
- *Petition of Rights* (1628);
- *Bill of Rights* (1689);
- *Act of Settlement* (1707);
- *Habeas Corpus Amendment Act* (1769).



Parlamento inglês na época de Guilherme III, proclamado rei em 1689, depois de ter assinado o Bill of Rights. Reprodução de autoria desconhecida (L.A.).

Segundo o inglês John Locke (1632-1704), somente os homens livres e iguais podem fazer um pacto com o objetivo de estabelecer uma sociedade política. Para ele, homens livres e iguais são aqueles que têm alguma propriedade a zelar.

Para o francês Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), a igualdade só tem sentido se for baseada na liberdade. Mas a igualdade só pode ser jurídica.

Todos os homens livres e iguais... Thomas Hobbes

Para o inglês Thomas Hobbes (1588-1679), os seres humanos são naturalmente iguais e lutam uns contra os outros pela defesa de interesses individuais.

Hobbes acreditava que, para evitar a autodestruição, todos os membros da sociedade deveriam renunciar à liberdade e dar ao Estado o direito de agir em seu nome e cobrir todos os excessos.



No final do século XVIII e no século XIX, a igualdade propagada por muitos era uma grave ameaça aos privilégios sociais da burguesia e da aristocracia, que se mantinham no poder.

Como a sociedade capitalista funciona e se desenvolve movida pela desigualdade, a liberdade foi apregoada como o maior valor, deixando-se a igualdade de lado.



Declaração de Direitos de 1689

- ✓ Elaborada pelo parlamento da Inglaterra após as Guerras Cívicas Inglesas, tendo como objetivo principal pregar a democracia, esta Declaração determinou, entre outras coisas, a liberdade, a vida e a propriedade.
- ✓ Este foi um dos primeiros documentos redigidos em reação a tratamentos desumanos e injustiças.

"Os súditos têm direito de apresentar petições aos rei, sendo ilegais as prisões vexatórias de qualquer espécie que sofram por esta causa."



Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789

- ✓ Anunciada ao público em 26 de agosto de 1789, ela está intimamente relacionada com a Revolução Francesa.
- ✓ Se concentra mais nos direitos civis, que garantem a liberdade individual – os direitos do homem – e nos direitos políticos, relativos à igualdade de participação política.



Art. 1º: Os homens nascem e permanecem livres e iguais em direitos. As distinções sociais só podem fundar-se na utilidade comum

Segundo Karl Marx, a ideia de democracia passaria pelo critério da igualdade social, que só uma revolução social poderia tornar realidade.

Para Emile Durkheim, a ideia de cidadania está vinculada à questão da coesão social estabelecida com base na solidariedade orgânica. Ao participar da solidariedade social, levando em conta as leis e a moral vigentes na sociedade, o indivíduo desenvolve plenamente sua cidadania.

Direitos civis, políticos e sociais

Na década de 1960, o sociólogo inglês T. H. Marshall analisou a relação entre cidadania e direitos no contexto da história.

Os direitos civis, políticos e sociais estão assentados no princípio da igualdade, mas não podem ser considerados universais, pois são vistos de modo diferente em cada Estado e em cada época.

Cabe lembrar que há uma diversidade de sociedades nas quais os valores, os costumes e as regras sociais são distintos daquelas que predominam no Ocidente.



Direitos políticos

Envolvem os direitos eleitorais, de participar de associações políticas e de protestar.

No século XVIII, movimentos populares começaram a reivindicar esses direitos, que só se efetivaram em alguns países no século XX, quando o direito de voto foi estendido às mulheres.

Propriedade intelectual, direitos de liberdade de expressão e liberdade de imprensa, etc.

Direitos civis

Com a formulação dos direitos civis, nos séculos XVII e XVIII, procurava-se garantir a liberdade religiosa e de pensamento, o direito de ir e vir, o direito à propriedade, a liberdade contratual e a justiça. No entanto, a cidadania era restrita, pois esses direitos não se estendiam a todos.

Direitos sociais

No século XX, as pessoas passaram a ter direito a educação básica, programas habitacionais, assistência à saúde, transporte coletivo, sistema previdenciário, acesso ao sistema judiciário, etc.



No século XXI, consolidam-se os direitos dos idosos, mulheres, crianças, etc. E aparecem outros, difusos, como os direitos dos animais ou da natureza em geral.

Direitos para todos

Os documentos originados da Revolução Francesa (1789) e da independência dos Estados Unidos (1776) são a base da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da ONU, criada em 1948.

Influenciada pelas atrocidades cometidas durante a Segunda Guerra Mundial, a declaração estendeu a liberdade e a igualdade de direitos nos campos econômico, social e cultural a todos os seres humanos.



O QUE É? → A ONU é uma organização internacional formada por países que se reúnem voluntariamente para trabalhar pelo paz e o desenvolvimento mundial.

PORQUE FOI CRIADA? → Depois da II Guerra Mundial, existe no comunidade internacional um sentimento generalizado de que era necessário encontrar uma forma de manter a paz entre os países. Porém a ideia de criar a ONU veio surgiu de uma hora para outra. Foram necessários anos de planejamento e discussões de forma de discutir os meios de surgimento da Organização.

QUANDO? → As Nações Unidas começaram a existir oficialmente em **24 de outubro de 1945**, com a ratificação da Carta para a ONU, Estados Unidos, França, Reino Unido e a ex-União Soviética, bem como pela maioria dos signatários.

ONDE? → Durante a primeira reunião da Assembleia Geral que aconteceu na capital de Reino Unido, Londres, em 1946, ficou decidido que a sede permanente da Organização seria nos **Estados Unidos**. John D. Rockefeller Jr. ofereceu cerca de sete edifícios de diferentes países e comprou de parte dos terrenos **38 hectares do East River, na Ilha de Manhattan em Nova York (EUA)**. A cidade de NY ofereceu o resto dos terrenos para possibilitar a construção da sede da Organização.

Hoje em dia, a ONU possui, além da sede central em Nova York, sedes em Genebra (Suíça), Viena (Áustria), Nairobi (Quênia) e escritórios espalhados em grande parte dos países do planeta.

A Organização que podemos chamar de predecessora da ONU é a Liga das Nações, uma instituição criada em circunstâncias similares durante a I Guerra Mundial em 1919 sob o Tratado de Versalhes. A Liga das Nações deixou de existir devido a impossibilidade de evitar a II Guerra Mundial.



Declaração Universal dos Direitos Humanos

- ✓ Aprovada em 1948 na Assembleia Geral da ONU, esta declaração é o documento base da luta universal contra a opressão e a discriminação, defende a igualdade e a dignidade das pessoas e reconhece que os direitos humanos e as liberdades fundamentais devem ser aplicados a cada cidadão do planeta.
- ✓ Os direitos humanos são os direitos essenciais a todos os seres humanos, sem que haja discriminação por raça, cor, gênero, idioma, nacionalidade ou por qualquer outro motivo
- ✓ A garantia dos direitos humanos universais é feita por lei, na forma de tratados e de leis internacionais, por exemplo.

Os Direitos Humanos são universais e naturais.

- ✓ São *universais* no sentido de que aquilo que é considerado um direito humano no Brasil, também deverá sê-lo com o mesmo nível de exigência, de respeitabilidade e de garantia em qualquer país do mundo, porque eles não se referem a um membro de uma sociedade política; eles se referem à pessoa humana na sua universalidade.
- ✓ São *naturais* porque dizem respeito à dignidade da natureza humana e porque existem antes de qualquer lei, e não precisam estar especificados numa lei, para serem exigidos, reconhecidos, protegidos e promovidos.



DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS

• PRINCÍPIOS:

- **Liberdade**
- **Igualdade**
- **Fraternidade**

OBJETIVOS

- Definir **Direitos do Homem**;
- Evitar guerras;
- Promoção da **Paz**;
- Instituição da **Democracia**;
- Fortalecer os **Direitos Humanos**.

CONTEÚDO

- Enumera direitos humanos: civis, econômicos, sociais e culturais;
- **Nacionalidade**
- **Liberdade**
- **Trabalho**
- **Educação**
- **Alimentação**
- **Igualdade**
- **Solidariedade**
- **Proibição da escravidão e tráfico de escravos**
- **Afirmação da Democracia**
- **Dignidade da Pessoa Humana**

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS

- Não possui caráter coercitivo/obrigatoriedade
- = **RECOMENDAÇÃO AGNU**
- Traduzida em mais de 360 línguas;
- Serviu de base para 2 Tratados de Direitos Humanos da ONU, de força legal:
 - Tratado Internacional dos Direitos Civis e Políticos;
 - Tratado Internacional dos Direitos Econômicos, Sociais e Culturais.

A legitimação dos Direitos Humanos na legislação de um país é um avanço, mas mesmo que não seja este o caso, eles deverão ser reconhecidos assim mesmo.



- ✓ As garantias dos Direitos Humanos são obrigações que os países têm com seus habitantes, os cidadãos.
- ✓ E são, também, obrigações dos cidadãos entre si.

- ✓ Os países têm que criar leis para garantir os direitos a todos, sem discriminações, nem privilégios.



GERAÇÕES DOS DIREITOS HUMANOS

FILMEIRA GERAÇÃO	SEGUNDA GERAÇÃO	TERCEIRA GERAÇÃO	QUARTA GERAÇÃO	PAZ
LIBERDADE	IGUALDADE	FRATERNIDADE	TECNOLOGIA	
<p>COMPREENDE OS DIREITOS CIVIS, POLITICOS E AS LIBERDADES CLÁSSICAS</p> <p>Indica os direitos à vida, liberdade, segurança, não discriminação racial, propriedade privada, liberdade de religião, de expressão, de direito processual legal, ao voto livre e participação política, livre acesso às liberdades de culto, ciência, consciência, trabalho, associação, reunião e reunião pacífica, liberdade, mobilidade, participação política, direito de ir e vir, meio de acesso.</p> <p>Contexto: Revoluções em busca de igualdade séculos XVIII e XIX</p>	<p>COMPREENDE OS DIREITOS ECONÔMICOS, SOCIAIS E CULTURAIS</p> <p>Indicam os direitos à segurança social, ao trabalho e proteção contra o desemprego, ao repouso e ao lazer, segurança física, econômica, e condições de vida que assegure a saúde e o bem-estar individual e do família, à educação, à propriedade intelectual, livre acesso às liberdades de acesso profissional de atualização.</p> <p>Contexto: Movimentos proletários socialistas séculos XIX e início do XX</p>	<p>COMPREENDE O DIREITO A UM MEIO AMBIENTE EQUILIBRADO, UMA QUALIDADE DE VIDA SAUDÁVEL, PROGRESSO, PAZ, AUTODETERMINAÇÃO DOS POVOS E OUTROS DIREITOS ESPECIAIS</p> <p>Sustentação do sistema de proteção diplomático dos direitos humanos por uma proteção internacional que sustente os direitos dos indivíduos independentemente de serem tratados de qualquer Estado.</p> <p>Contexto: Pós segunda guerra mundial segundo metade do Séc. XX</p>	<p>COMPREENDE DIREITOS DECORRENTES DA ENGENHARIA GENÉTICA, DIREITOS TECNOLÓGICOS, DIREITO DE INFORMAÇÃO</p> <p>Contexto: Ciência brasileira Pós Segunda Guerra, direito à paz, um segundo fator crucial para o direito de terceira geração, acesso à informação, direito à paz, um segundo fator crucial para o direito de terceira geração, acesso à informação, direito à paz, um segundo fator crucial para o direito de terceira geração, acesso à informação.</p>	<p>PAZ</p>





A defesa dos direitos humanos convive com sua violação. A coerência entre os princípios e a prática dos direitos humanos só será estabelecida se houver uma luta constante pela sua vigência.

Direitos só se tornam efetivos quando são exigidos e vividos cotidianamente.

Francisco, 2007. Direitos humanos e violação dos direitos humanos. São Paulo: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). Direitos e Responsabilidades. Livro. Disponível em: <http://www.fapesp.br/brasil/interactivos/>.




CIDADANIA

Pauline Balabuch

O que é ser cidadão?

É o aquele que se identifica culturalmente como parte de um território, usufrui dos direitos e cumpre os deveres estabelecidos em lei. Bem como aquele que tem direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: tem direitos civis, participa do destino da sociedade, vota, pode ser votado, tem direitos políticos.

Visto que o homem é um ser essencialmente social, e para se afirmar como ser humano precisa do reconhecimento do próximo, o cidadão poderá participar da sociedade de forma íntegra e igualitária.



A palavra "cidadania" é ainda mais ampla porque engloba todo o conjunto de direitos e deveres que o cidadão tem no seu exercício diário:

* O direito que cada cidadão tem de exigir que os outros respeitem os seus direitos, que aceitem o Bem Comum como mais importante que os interesses individuais e que cumpram as obrigações que lhes são impostas pela lei;

* O dever que cada cidadão tem de respeitar os outros, de aceitar que o Bem Comum é mais importante do que os seus interesses pessoais e cumprir com as obrigações que lhe são impostas pela lei;

* O privilégio de pertencer a um estado organizado e a responsabilidade de contribuir para melhorar a vida de todos.



A origem da palavra cidadania vem do latim "*civitas*", que quer dizer cidade. A palavra *cidadania* foi usada na Roma antiga para indicar a situação política de uma pessoa e os direitos que essa pessoa tinha ou podia exercer.

CONCEITO

- Um conjunto de direitos e liberdades políticas, sociais e económicas, já estabelecidos ou não pela legislação.
- É o direito a ter direitos. (Hannah Arendt)
- É o conjunto de direitos e deveres ao qual um indivíduo está sujeito em relação à sociedade em que vive. O conceito de cidadania sempre esteve fortemente atrelado à noção de direitos. No entanto, dentro de uma democracia, a própria definição de direito, pressupõe a contrapartida de deveres, uma vez que em uma coletividade os direitos de um indivíduo são garantidos a partir do cumprimento dos deveres dos demais componentes da sociedade.

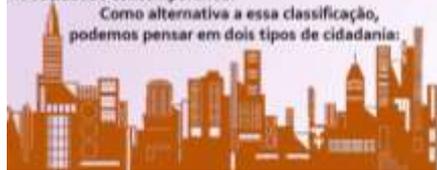
Cidadania hoje
 Ser cidadão é ter a garantia de todos os direitos civis, políticos e sociais que asseguram a possibilidade de uma vida plena.



A cidadania é construída em um processo de organização, participação e intervenção social de indivíduos ou de grupos sociais.

de duas cidadanias

A análise da evolução da cidadania proposta por T. H. Marshall não é suficiente para explicar sua dinâmica na sociedade contemporânea.
 Como alternativa a essa classificação, podemos pensar em dois tipos de cidadania:



• a cidadania formal é aquela que está nas leis, principalmente na constituição de cada país;



• a cidadania real é a que vivemos no dia a dia e demonstra que não há igualdade fundamental entre os seres humanos.



A **Cidadania** é justamente a relação de respeito para com o meio em que vivemos e para com as pessoas que fazem parte dele. É participar na vida em comunidade, nas pequenas e nas grandes coisas, por exemplo: na colocação do lixo no seu lugar, na organização de uma festa lá na rua ou na freguesia, na protecção do meio ambiente, na mão que dá àquele idoso que tenta atravessar a rua e no respeito pela diferença!...

- O exercício da cidadania significa estar atento às decisões que são tomadas em prol da comunidade, agir, ter voz activa, ou seja, participar responsabilmente na construção do futuro colectivo.
- A vida do país é regulada e conduzida por um conjunto de pessoas e instituições mas são os órgãos de soberania que representam os diferentes poderes da Nação ao mais alto nível.



“Os conceitos de cidadania, democracia e direitos humanos estão intimamente ligados, um remete ao outro, seus conteúdos interpenetram-se: a cidadania não é constatável sem a realização dos Direitos Humanos, da mesma forma que os Direitos Humanos não se concretizam sem o exercício da democracia”. (Milena Peffers Meio – Cidadania: Subsídios para uma nova práxis in Direitos Humanos como Educação para a Justiça)

Exercer a cidadania é ter consciência de suas obrigações e lutar para que o que é justo e correto seja colocado em prática.

Os direitos e deveres não podem andar separados. Afinal, só quando cumprimos com nossas obrigações permitimos que os outros exercitem seus direitos.

“A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social”. (DALLARI, Dalmo. Direitos Humanos e Cidadania. São Paulo: Moderna, 1998)



O que são direitos do cidadão?

- ✓ Cidadania e direitos da cidadania dizem respeito a uma determinada ordem jurídico-política de um país, de um Estado, no qual uma constituição define e garante quem é cidadão, que direitos e deveres ele terá em função de uma série de variáveis tais como a idade, o estado civil, a condição de sanidade física e mental, o fato de estar ou não com a dívida penal etc.
- ✓ Direitos de cidadania não são direitos universais, são direitos específicos dos membros de um determinado Estado, de uma determinada ordem jurídico-política.
- ✓ No entanto, em muitos casos, os direitos do cidadão coincidem com os direitos humanos, que são os mais amplos e abrangentes.



DIFERENÇAS:

- **DIREITOS:** caráter declaratório, bens e vantagens que a norma confere ao indivíduo - expresso.
- **GARANTIAS:** caráter assecuratório, instrumento pelo qual se assegura o exercício dos direitos ou os repara em caso de violação.
- **REMÉDIOS CONSTITUCIONAIS:** são espécie do gênero garantia, instrumento para fazer valer os direitos.

Exemplos:

- 1) Todos são iguais perante a lei, sem distinções de qualquer natureza - art. 5º (direito).
A prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão nos termos da lei - art. 5º, XLII (garantia).
- 2) É livre a locomoção no território nacional em tempo de paz - art. 5º, XV (direito).
Conceder-se-á habeas corpus sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder - art. 5º, LXXII (garantia - remédio constitucional).

DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E
COLETIVOS

- Artigo 5º da Constituição Federal -

Direitos do Homem: cunho jusnaturalista, não positivados e não escritos na ordem jurídica. São direitos naturais, inatos, que existem porque são intrínsecos à natureza humana, bastando a condição de ser humano para possuí-los, assim como é o direito à vida.

Direitos Fundamentais: quando os direitos naturais são positivados ou escritos na Constituição, auferindo conotação de direitos positivos constitucionais.

Direitos Humanos: é a evolução dos direitos fundamentais, é ascensão ao plano internacional dos direitos fundamentais. **Portanto, direitos humanos são direitos fundamentais, positivados, elevados ao plano internacional.**

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

LIBERDADE

Direitos de Primeira Geração: direitos civis e políticos, liberdade pública do indivíduo, a sua individualidade como cidadão.

Ex: direito à vida e à intimidade.

IGUALDADE

Direitos de Segunda Geração: direitos sociais, culturais e econômicos.

Ex: o direito subjetivo de assistência à saúde, o direito à assistência social e à educação.

FRATERNIDADE

Direitos de Terceira Geração: direitos difusos, de uma coletividade, fundamentam-se na solidariedade.

Ex: proteção ambiental, dos consumidores, dos idosos, da infância e juventude.



PRINCÍPIO DA IGUALDADE

A Constituição impõe que os **iguais sejam tratados de forma igual e os desiguais de forma desigual, nos limites de suas desigualdades**, visando sempre garantir o equilíbrio entre todos.

A igualdade pode ser:

FORMAL: o legislador ao elaborar a lei, trata a todos igualmente, regendo-os com os mesmos ônus e as mesmas vantagens - igualdade na lei -

MATERIAL: permite a existência de diferenciações. É a igualdade real ou absoluta - perante a lei -

Ex: critérios diferenciados para homens e mulheres em prova física de concurso público ante as nítidas diferenças fisiológicas dos gêneros.

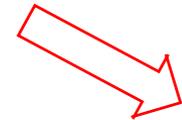


T. S. Marshall

Sociólogo britânico, publicou em 1950 o livro *Cidadania e Classe Social*, no qual analisou o surgimento dos direitos de cidadania no contexto europeu a partir de uma perspectiva histórica.

Por ser um modelo inglês, baseado na história política e social inglesa, Marshall recebeu críticas por tentar universalizar um modelo de direitos.

Marshall vai dividir os direitos de cidadania em três períodos categorias distintas...



Direitos civis

- Garantia da liberdade de pensar de maneira autônoma , garantia de ir e vir e direito à propriedade privada .
- Conquistas do movimento iluminista e resultado das lutas contra o regime absolutista.
- A concessão de direitos a todos foi o primeiro estágio da luta pelos direitos do homem.

Direitos Políticos

- Possibilidade de participação na Sociedade Civil, nas diversas relações de poder presentes em uma sociedade em especial a escolha de representantes e a possibilidade de se candidatar a algum tipo de cargo.
- Os Direitos Políticos tem relação direta com a organização política dos trabalhadores do final do século XIX.
- Greves , organizações em sindicatos .

Direitos Sociais

- Essenciais para a construção de uma vida digna a partir de padrões de bem estar socialmente estabelecidos como educação, saúde lazer e moradia .
- Esses direitos surgem em decorrência das reivindicações de diversos grupos pelo aumento da qualidade de vida. É o momento em que os cidadão lutam por melhorias no sistema educacional e de saúde pública , pela criação de áreas de seguridade social



OS DIREITOS HUMANOS TRANSFORMAM VOCÊ EM CIDADÃO

Essas garantias são as pedras que formam o alicerce de uma sociedade, os direitos humanos. E são, também, o alicerce de uma cidadania ativa.

Sei cidadão, o que é? É participar da sociedade. É saber ler e escrever. É votar. É cumprir seus deveres. É defender e respeitar os direitos dos outros.

Os países têm que criar leis para garantir os direitos de todos, sem discriminação, sem privilégios. No nosso país, a Constituição Federal garante esses direitos. Constituição é o conjunto

de leis mais básicas do país. É praticamente o "manual de instruções" do Brasil. Foi se não fosse Francisco em várias partes de Constituição e em outros conjuntos de leis chamadas códigos.



PEP @SEM

1 ORIGINAL

Ouviram do **Ipiranga** as margens plácidas
De um povo heroico o brado retumbante,
E o sol da liberdade, em raios fúlgidos,
Brilhou no céu da pátria nesse instante.

2

Se o pinhor dessa igualdade
Conseguimos conquistar com **braço forte**,
Em teu seio, ó liberdade,
Desafia o nosso peito a própria morte!

3

Ó pátria amada,
Idolatrada,
Salve! Salve!

4

Brasil, um sonho intenso, um raio vívido
De amor e de esperança à terra desce,
Se em teu formoso céu, risonho e límpido,
A imagem do **Cruzeiro** resplandece.

5

Gigante pela própria natureza,
És belo, és forte, **impávido colosso**,
E o teu futuro espelha essa grandeza.

6

Terra adorada,
Entre outras mil,
És tu, Brasil,
Ó pátria amada!
Dos filhos deste solo és mãe gentil,
Pátria amada,
Brasil!

1 O nome Ipiranga refere-se à Independência do Brasil, em 7 de setembro de 1822, quando o Príncipe Pedro se tornou o primeiro imperador do Brasil.

2 A expressão "Se o pinhor dessa igualdade" refere-se ao conceito de liberdade.

3 A expressão "Se o pinhor dessa igualdade" refere-se ao conceito de liberdade.

4 Aqui, o sol é comparado a um gigante que nasce de seu interior e de seu momento.

5 O autor compara o Brasil a um colosso, ou seja, a uma grandeza, em referência ao Brasil de 1822, quando se tornou independente.

PEP @SEM

hino decifrado



EMPREENDEDOR

Pauline Balabuch



Dicionário Aurélio:

- **empreender:** [do latin *imprendere*] 1. Deliberar-se a praticar, propor-se, tentar (empresa laboriosa e difícil). 2. Por em execução;
- **empreendedor:** 1. Que empreende; ativo; arrojado; comedor.

Dicionário de ciências sociais:

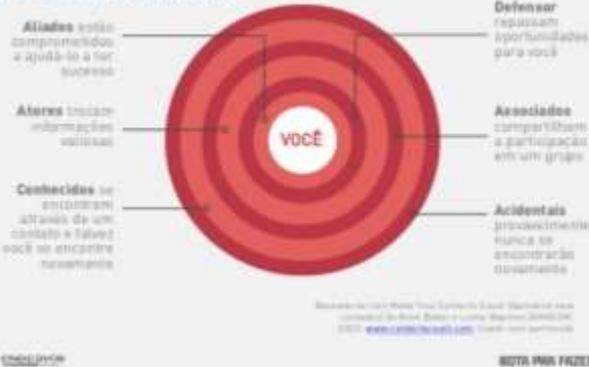
- O termo empreendedor denota a pessoa que exercita total ou parcialmente as funções de:
 - a) iniciar, coordenar, controlar e instituir maiores mudanças no negócio de empresa e/ou
 - b) assumir riscos nessa operação que decorrem da natureza dinâmica da sociedade e do conhecimento imperfeito do futuro e que não pode ser convertido em certos custos através de transferência, cálculo ou eliminação.

Enfim

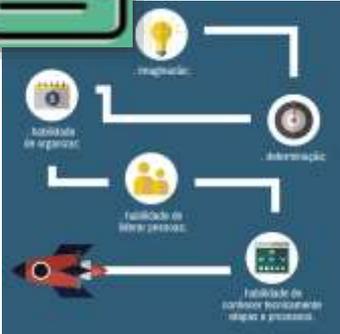
- Empreendedor – pessoa que corre o risco de começar uma empresa.
- Há empreendedores em todas as áreas de atividades.



CONSTRUINDO MINHA REDE DE RELACIONAMENTO



PERFIL de empreendedor



O QUE VOCÊ PRECISA PARA SE TORNAR UM EMPREENDEDOR?

Empreendedores de sucesso transformam ideias viáveis em negócios rentáveis™

As ideias importantes começam pequenas e apenas com dois clientes ou clientes.

É possível começar com produtos e serviços já existentes, e então adicionar as diferenças que tornam a ideia sua.

PARA VOCÊ, EMPREENDEDOR(A), FAZER MAIS E MELHOR:

-  Faça a diferença
-  Seja grande
-  Bote para fazer
-  Lídere pelo exemplo
-  Contribua para um mundo melhor

CARACTERÍSTICAS

- ❖ Iniciativa e visão para criar algo novo e paixão pelo que faz;
- ❖ Utiliza os recursos de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive;
- ❖ Aceita assumir riscos e a possibilidade de fracassar.

Principais traços de comportamento do empreendedor



TIPOS DE EMPREENDEDORES



- Empreendedor de negócios : aquele que identifica oportunidades no mercado, planeja e constrói novas empresas;



- Empreendedor interno: [Intraempreendedor] o indivíduo que promove as mudanças dentro da empresa em que trabalha; reinventa a empresa e os negócios, etc;



- Empreendedor Comunitário ou social: aquele que promove mudanças, reúne recursos e constrói em benefício da comunidade – voluntariado, terceiro setor

EMPREENDEDORES EM GERAL . . .

Personalidade

- Auto confiantes
- Otimistas
- Corajosos
- Compulsivos
- Persistentes
- Extrovertidos

Exibem

- Muita energia e vontade de realizar
- Senso de urgência
- Imaginação
- Alto grau de iniciativa

São pessoas

- Com alto poder de persuasão
- Inspiradas e que conseguem inspirar outrem
- Focadas em resultados
- Que têm facilidade para reunir apoios e suportar novas iniciativas

— A DIFERENÇA ENTRE —
SER EMPREGADO DE SI MESMO
E SER EMPREENDEDOR

PEP
@sEm

SÍNDROME DO EMPREGADO

- É dependente no sentido de que necessita alguém para se tornar produtivo;
- Descuida de outros conhecimentos que não sejam aqueles voltados a sua área de atuação;
- Não se preocupa em transformar as vontades dos clientes em produtos-serviços;
- Não sabe “ler” o ambiente externo;
- Mais faz do que aprende.



PEP
@sEm

Flexível x Resistente

“Arrisque-se mais do que os outros pensam ser seguro. Sonhe mais do que os outros pensam ser prático”—Howard Schultz, CEO da Starbucks

Uma das características mais marcantes de um empreendedor é a flexibilidade. Um empregado de si mesmo trabalha tão duro quanto um empreendedor, mas não consegue ser flexível com suas demandas. Já o empreendedor consegue se desdobrar em muitos. Isso não quer dizer que ele executa as tarefas de todos os setores do seu negócio, mas, sendo ele o maior responsável pela ascensão ou falência do empreendimento, sabe que demandar funções e estipular prioridades é necessário.

Confiança x Medo de errar

Se você pesquisar sobre a história de qualquer empreendedor de sucesso vai se deparar com frases do tipo: *“Eu sabia que se eu falhasse poderia me arrepender disso, mas de uma coisa eu não poderia lamentar: eu tentei.”* Essa frase foi dita por Jeff Bezos, fundador e CEO da Amazon, e demonstra uma característica marcante dos empreendedores: a confiança. Um empreendedor não tem medo de errar, de assumir o risco de um investimento maior, de fazer networkings que fogem aos padrões do perfil de sua empresa. O empregado de si mesmo, por outro lado, é tão perfeccionista que não se permite o erro. Mas acredite: em termos de estímulo à criatividade errar é necessário.



Criativo x Obstinado

“Persiga a visão, não o dinheiro; O dinheiro vai acabar seguindo você”—Tony Hsieh, CEO da Zappos

É interessante observar as diferenças de objetivos do empreendedor e do empregado de si mesmo. Enquanto o primeiro usa a criatividade para se movimentar, sabendo que com isso é possível mudar de caminho, fazer novos planos e estar em constante transformação, o outro está mais interessado em um único objetivo: lucrar. Não estamos querendo dizer que o empreendedor não visa o lucro. Porém, muito mais que ganhar dinheiro como um objetivo final, ele está interessado em trazer mudanças positivas e concretas à vida das pessoas. Seu desejo reside na vontade de se reinventar a todo momento, permitindo-se orientar por diferentes objetivos. Só tome cuidado para não perder uma qualidade muito importante: foco!

Apaixonado x Bom Comunicado

“Se resistimos às nossas paixões, é mais pela fraqueza dos outros do que por nossa própria força”—François de la Rochefoucauld

Sabe o que faz um empreendedor ser bem sucedido em seu negócio? Ser apaixonado pelo que faz. O empregado de si mesmo é um bom comunicador, mas ele não fala do seu negócio com paixão e devoção. Já o empreendedor, além de saber se comunicar com clareza e objetividade, consegue se expressar com entusiasmo, envolvendo as outras pessoas em suas ideias e aspirações.



Curiosidades

- Empregados têm em geral 3 vezes mais vontade de se aposentarem em relação aos empresários que dirigem seu próprio negócio.
- Empresários sentem-se bem consigo mesmos, com o trabalho e com a recompensa financeira. Têm os mais altos níveis de satisfação, desafio, orgulho e remuneração.
- 90% ou mais dos fundadores começaram suas empresas no mesmo mercado, tecnologia e ramo que eles trabalhavam;
- Fundadores têm 8 a 10 anos de experiência como empregados, e/ou, ensino superior (área de tecnologia);
- Têm boa formação acadêmica;
- Fundavam empresas quando tinham entre 30 e 40 anos. Atualmente, existem empreendedores a partir dos 12 anos – geração Z
- Nos USA o volume de novas empresas criadas por mulheres cresce mais que as empresas criadas por homens;
- Cada vez mais as pessoas **não** querem aposentar, mas iniciar segunda carreira em pequenas empresas, de preferência empresas próprias.



8 PASSOS PARA POTENCIALIZAR SUA VEIA EMPREENDEDORA

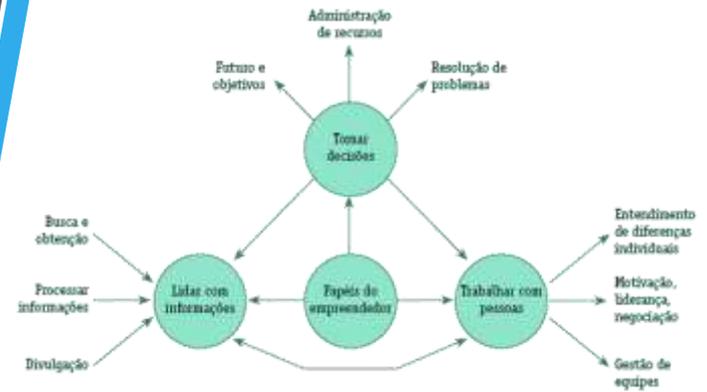
<p>1 SONHO GRANDE O empreendedor deve ter uma meta que mobilize suas ações e que o faça sair do lugar comum.</p>	<p>5 NETWORKING Não perder oportunidades para criar parcerias que possam ajudar no desenvolvimento, acesso, força e outros recursos relacionados à sua área de interesse profissional.</p>
<p>2 EDUCAÇÃO, EDUCAÇÃO, EDUCAÇÃO Capacitar mais uma pessoa criativa, manter a possibilidade de identificar novas oportunidades e ter capacidade de capturar o conhecimento para negócios!</p>	<p>6 AUTO-CONHECIMENTO Empreendedor que não sabe conhecer e não entende bem com quem o empreendedor não dá certo no futuro e se sempre de profissionais que possam complementar sua expertise.</p>
<p>3 A FORÇA DO EXEMPLO Conhecer os casos de empreendedores e suas trajetórias proporciona o maior incentivo decisivo de seguir em frente a empreendedores.</p>	<p>7 PERSISTÊNCIA Não desistir no primeiro sinal de dificuldade e estar preparado para superar todas as "falhas" e crises. Persistência é fundamental para o sucesso de um empreendedor. Não desista do primeiro não é o fim.</p>
<p>4 APRENDER COM OS ERROS (SEUS E DOS OUTROS) Registar os erros cometidos durante o processo empreendedor e conversar com os empreendedores para conhecer seus erros são excelentes fontes de aprendizagem sobre o que se deve evitar ao criar seu próprio negócio.</p>	<p>8 PLANEJAMENTO Pesquisar antes de agir, conhecer bem o mercado, conhecer os desafios e obstáculos, planejar de acordo com as estratégias, não temer de experimentar, não temer de experimentar, não temer de experimentar, não temer de experimentar, não temer de experimentar.</p>





Papéis do Empreendedor

PEP @s Fv



PEP @s Fv



PROCESSO EMPREENDEDOR

Identificar e avaliar a oportunidade
 criação e abrangência da oportunidade
 valores percebidos e reais
 riscos e retornos da oportunidade
 oportunidade versus habilidades e metas pessoais
 situação dos competidores

Desenvolver o Plano de Negócios

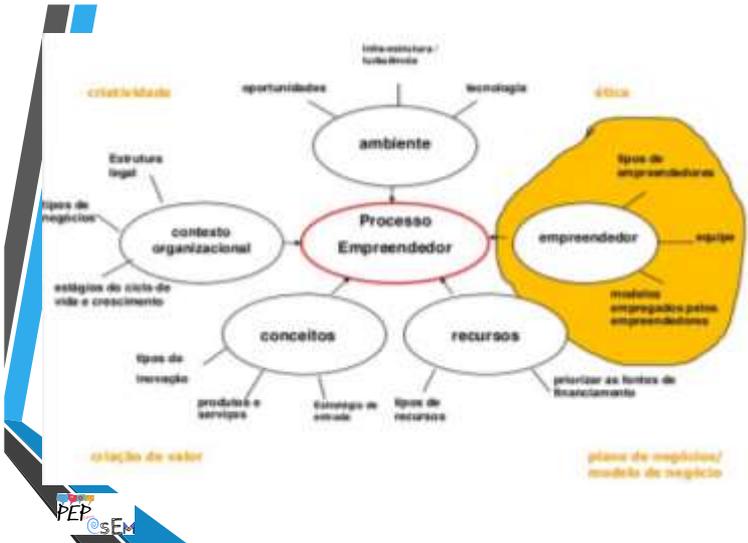
1. Sumário Executivo
2. O Conceito do Negócio
3. Equipe de Gestão
4. Mercado e Competidores
5. Marketing e Vendas
6. Estrutura e Operação
7. Análise Estratégica
8. Plano Financeiro

Anexos

Determinar e captar os recursos necessários
 recursos pessoais e parentes
 amigos
 capitalistas de risco
 bancos
 governo
 investidores

Gerenciar a empresa criada
 estilo de gestão
 fatores críticos de sucesso
 identificar problemas atuais e potenciais
 implementar um sistema de controle
 profissionalizar a gestão
 entrar em novos mercados





Acertar na escolha do mercado

E se o seu plano já for praticado por milhares de estabelecimentos?

Como saber se o mercado já está saturado e não há espaço para novos empreendedores?

No caso de uma ideia nova, como saber quais são as chances de ela emplacar e ganhar mercado?

Todas essas perguntas têm um ponto em comum: não há respostas simples.

O fato é que escolher um mercado repleto de oportunidades é a primeira escolha do empreendedor — seu primeiro grande desafio. Embora não haja uma resposta única para isso, existem algumas dicas que podem ajudá-lo a fazer essa escolha e se dar bem no mundo dos negócios.



- Aposte em suas experiências
Muitas pessoas têm vontade de abrir uma empresa, mas não sabem nem em que ramo desejam atuar. O primeiro conselho é pensar nos assuntos que despertam o seu interesse e nas experiências que mais se alinham aos seus gostos pessoais. Assim, a possibilidade de obter sucesso quando se escolhe um negócio de acordo com seus interesses é maior por alguns motivos:
 - é uma área que você conhece melhor;
 - você sabe quem é o público que compartilha os mesmos interesses e, portanto, saberá como abordá-los;
 - sua paixão pelo assunto tornará os esforços menos cansativos e o trabalho mais prazeroso;
 - você conhece as variações possíveis para a área e os negócios relacionados a ela. Então, fica mais fácil criar um serviço diferenciado.
- Aposte nos desejos e necessidades das pessoas
Também é possível encontrar boas oportunidades ao pensar em serviços que facilitam a vida das pessoas e em necessidades que elas possuem, mas nenhuma outra empresa — pelo menos em sua região — oferece.



Vencer a burocracia

Esse é um obstáculo muito conhecido pelos empreendedores brasileiros. De modo geral, iniciar uma empresa exige uma série de ações burocráticas. Por vezes, é preciso aguardar muito tempo até conseguir todas as permissões necessárias para realmente abrir as portas.

A exigência envolve uma pilha de documentos, certificações e declarações. Portanto, antes de abrir uma empresa, saiba que precisará de muita disposição e tempo para visitar todos os órgãos oficiais e conseguir tudo o que eles solicitam.

Para você ter uma ideia, o Banco Mundial fez uma pesquisa com 133 países. Dentre eles, o Brasil foi apontado como o 6º mais burocrático. A abertura de uma empresa demora, em média, 152 dias (praticamente 5 meses) e envolve 17 procedimentos diferentes.

Além de todo esse tempo de espera, os procedimentos são bastante complexos. Caso você não queira abrir a empresa sozinho e deseje se tornar sócio de um amigo, por exemplo, há procedimentos que precisam ser seguidos.

Para não correr o risco de pular alguma etapa e comprometer a abertura da sua empresa, a melhor opção é procurar um contador de confiança e um profissional de administração. Eles podem ajudá-lo para que esse processo, mesmo que demorado, ocorra sem maiores transtornos.



Estruturar o negócio

Muitas pessoas que começam um empreendimento são completamente apaixonadas por suas ideias ou ramo de atuação. Você pode ver isso em muitos novos negócios que são abertos e que são a realização do sonho do empreendedor.

Porém, após passar aquele período inicial de encantamento com o novo negócio, eles se deparam com uma realidade que vai muito além do que sonharam ou que extrapola os limites de sua área de conhecimento: os desafios relacionados à gestão do empreendimento. Na verdade, ele passará grande parte de seu tempo executando atividades para as quais não foi preparado (pelo menos, na maioria das vezes), como:

- contratação, treinamento e orientação de funcionários;
- gestão financeira do negócio;
- controle de estoque de mercadorias (quando se trata da venda) ou de suprimentos (em casos de produção);
- precificação correta para evitar prejuízos e ainda assim se manter competitivo;
- atendimento ao cliente;
- ações de marketing e captação de clientes.

Essas são algumas das atividades que o empreendedor terá que executar. Muitas vezes, por se tratar da fase inicial do negócio, ele não poderá contar com uma grande equipe para realizá-las. Por isso, é bem comum que ele tenha que acumular várias funções, gerando uma sobrecarga considerável. Para evitar esses problemas relacionados à estruturação, é muito importante elaborar um plano de negócios. Por meio dele, será possível identificar antecipadamente essas e outras necessidades.



Conseguir capital com empréstimos

Iniciar um negócio pode envolver uma série de custos. Além da implantação, é preciso que o gestor tenha uma reserva para manter a empresa por algum tempo, até que ela alcance os resultados desejados e tenha suas contas equilibradas. Mas como está começando, o empreendedor geralmente não dispõe desse montante.

A solução para a situação seria um empréstimo obtido em condições especiais, considerando que um novo empreendimento também é uma nova oportunidade para a economia do país — uma chance de gerar renda e novos empregos.

Porém, essa não é a realidade encontrada pelo empreendedor. Geralmente, as empresas que estão iniciando suas atividades encontram enormes barreiras na hora de obter empréstimos para investimentos.

Para conseguir crédito, o empreendedor se depara com uma lista de requisitos burocráticos. Assim, as exigências para a obtenção do empréstimo costumam ser grandes, e uma empresa iniciante não tem como oferecer as garantias que os bancos impõem.

Por isso, o ideal é que, antes de abrir uma empresa, o empreendedor faça uma reserva de recursos e um bom planejamento. Sobreviver sem empréstimos ao longo do primeiro ano é o melhor para o negócio



Captar os primeiros clientes

Você criou um produto, serviço ou conceito novo, preparou seus canais de vendas, enfim, está com tudo pronto para atender o cliente. Mas, afinal, como eles vão descobrir o seu negócio, apostar na sua proposta e realizar uma compra?

De fato, a captação dos primeiros clientes é um dos principais desafios dos empreendedores. Ela pode até demorar um pouco para acontecer e, por isso, é importante que, principalmente nessa etapa inicial, sua dedicação à divulgação seja tão grande (ou maior) do que com o produto em si.

Para alcançar esse objetivo, uma palavra é fundamental: estratégia. Quer entender o que você pode fazer para encontrar (ou ser encontrado) por esse público e como cativá-lo?

Enfrentar a concorrência

Se esse é um grande desafio até para quem já está no mercado há muito tempo, imagine para quem está começando agora e vai enfrentar uma concorrência já estabelecida! O primeiro passo para enfrentar esse obstáculo, portanto, é estudar o "inimigo".

Logicamente, quando falamos em empresas, a ideia não é declarar uma guerra, mas fazer um bom benchmarking para conhecer profundamente a proposta e a forma de atuação da concorrência.



Avaliar suas ações

Em um “emprego normal”, não faltam pessoas para dizer o que, como e quando devemos fazer. Por isso, mesmo que suas ideias não sejam tão compatíveis com o que a empresa pratica, há parâmetros que definem a sua atuação.

Quando você assume a posição contrária nesse jogo, percebe que a realidade é bem diferente. Você tem total liberdade para agir, e isso tem um aspecto muito bom. Porém, o outro lado da moeda é que você está em uma experiência completamente nova e sem ninguém para apontar o melhor caminho.

Isso traz insegurança? Para a maioria das pessoas, sim. O feedback não é oferecido pelos chefes — que já nem existem —, ele vem em um balanço positivo ou negativo ao final do mês, e os erros repetidos podem custar a sobrevivência do negócio.

Por isso, é importante manter-se atento ao que acontece no mercado. Procure ler e se informar em blogs e sites especializados. Busque consultoria em instituições que oferecem apoio ao empreendedor. Se puder, consulte outros empresários e tente reunir a maior quantidade de dados possível antes de tomar uma decisão crítica.

Por fim, peça aos clientes o feedback necessário para ajustar o seu negócio às necessidades de seu público. Pesquisas de satisfação, Net Promotion Score (NPS) e até mesmo um bom papo (quando o negócio permite) vão ajudá-lo a entender o que o cliente quer e conduzir seu empreendimento ao sucesso.



O QUE É MEI?

O regime MEI, abreviação de Microempreendedor Individual, foi criado em 2008, pelo Governo Federal, para permitir que profissionais que atuavam como autônomos informais pudessem regularizar a sua situação.

Com o MEI, os profissionais podem constituir empresa, com recolhimento de tributos mais acessíveis.

Assim, passam a ter o seu CNPJ, emitir Notas Fiscais e ter mais facilidade para conseguir acesso aos serviços de crédito.

Além disso, passam a ter acesso aos Benefícios Sociais, como aposentadoria, aposentadoria por invalidez, licença maternidade e auxílio doença.



QUEM PODE E QUEM NÃO PODE SER MEI?

O regime de Microempreendedor Individual foi desenvolvido como um instrumento de inclusão e é voltado para profissionais autônomos informais.

Mas tem algumas restrições para adesão:

- Não pode ter outra empresa (proprietário ou sócio);
- Não pode ter sócio nesse negócio;
- Pode ter apenas um funcionário – salário mínimo ou piso da categoria;
- A atividade exercida deve estar enquadrada dentre as que constam na tabela CNAE para MEI.



QUADRO RESUMO MEI 2018	NOVAS REGRAS
CATEGORIAS INCLUIDAS	<ul style="list-style-type: none"> Trabalhadores rurais, agricultor, criador, produtor de serviços de pecuária, produção de flores, artesanato e artesanato que atuam de forma independente; Locação de bicicletas, motocicletas sem condutor, videogames, material e equipamentos esportivos; Profissionais que trabalham em salões de beleza em regime de parceria (locação de cabine).
CATEGORIAS EXCLUIDAS	Arquiteto de interiores, perito forense, contador e técnico contábil.
CANCELAMENTO POR INALÍZEA	É possível, para cancelar a opção, solicitar a baixa da empresa e pagar.
REGISTRO ÚNICO NO CONSELHO DE CLASSE	É possível inscrever como pessoa física, não sendo mais possível a opção de inscrição como pessoa jurídica.
LICITAÇÃO PÚBLICA	O MEI pode participar de licitações, desde que seja o titular da empresa e não o sócio ou parceiro.
SEGURO DESEMPREGO	Pessoas que optaram antes no MEI ou que não tiveram faturamento em seis meses de dispensa passam a ter direito ao seguro-desemprego, como qualquer trabalhador.

IMPOSTOS

O Simples Nacional é um regime de tributação unificado em que a micro ou pequena empresa pode recolher, em uma única guia, todos os impostos devidos à Receita Federal, Estados e Municípios. Em 2018, houve alteração de regras para este regime de tributação. E, agora há mudanças no Simples Nacional que afetam diretamente as micro e pequenas.

Pode optar pelo Simples Nacional toda empresa que se enquadre na definição de micro ou pequena empresa e cumpra os requisitos previstos na Lei 123/06, como atividade econômica e condições do empresário, por exemplo.

Essa opção pode ser feita no ano de registro da empresa, formalizando a adesão ao Simples Nacional. Se esse não foi o seu caso e agora deseja mudar para o Simples, fique atento: a migração precisa ser solicitada até o último dia útil de janeiro de cada ano.

Para ampliar o número de empresas que podem aderir ao Simples Nacional foram permitidas uma série de alterações na Lei. Entre elas novos limites de faturamento e inclusão.

- **Microempreendedor Individual (MEI)**

A partir de janeiro de 2018, pode ser MEI todo aquele que faturar até R\$81 mil por ano, ou seja, média mensal de até R\$6.750,00. Mas atenção, para optar por este regime é preciso ainda que a sua ocupação esteja prevista na tabela de Atividades Permitidas (Anexo XIII da Resolução 94/11), que o empreendedor conte com apenas um funcionário na empresa entre outras condições.

- **Microempresa (ME)**

Faturamento anual de até R\$360mil. Não houve alterações para microempresas.

- **Empresa de Pequeno Porte (EPP)**

O novo limite de faturamento é R\$4.800.000,00 por ano a partir de 2018. Aqui existe um ponto de atenção. Se sua empresa faturar entre R\$3.600.000,00 e R\$4.800.000,00 o recolhimento do ICMS e/ou ISS será feito fora do Simples, obedecendo as alíquotas estabelecidas pelo seu estado ou município.



Quanto pago mensalmente?

Meu negócio é do segmento



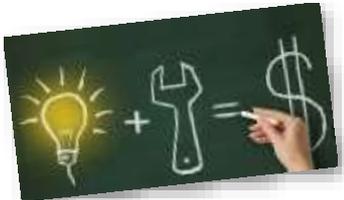
Comércio e Indústria	INSS: R\$ 46,85 (Federal) ICMS: R\$ 1,00 (Estadual)	R\$ 47,85
Prestação De Serviços	INSS: R\$ 46,85 (Federal) ISS: R\$ 5,00 (Municipal)	R\$ 51,85
Economia Mista	INSS: R\$ 46,85 (Federal) ICMS: R\$ 1,00 (Estadual) ISS: R\$ 5,00 (Municipal)	R\$ 52,85

O carnê de pagamento é emitido no Portal do Empreendedor <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/> ou gratuitamente em uma das unidades do CATE





EMPREENDEDEDORISMO



PAULINE BALABUCH

Empreendedorismo
é a busca incansável
por oportunidades,
independentemente
dos recursos
disponíveis”
Richard Schonberger (1988)



- Dicionário Aurélio: **empreendimento**: 1. Ato de empreender. 2. Efeito de empreender; aquilo que se empreendeu e levou a cabo; empresa; realização; cometimento
- Empreendedorismo – palavra que vem do latim *impredere*.
- Significa “decidir realizar tarefa difícil e trabalhosa” ou “colocar em execução”.
- É o estudo relativo ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

VANTAGENS E DESVANTAGENS

- | | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| ◦ Autonomia | ◦ Sacrifício pessoal |
| ◦ Desafio | ◦ Sobrecarga de responsabilidades |
| ◦ Controle financeiro | ◦ Pequena margem de erro |



A EVOLUÇÃO DA PALAVRA
EMPREENDEADORISMO

EMPREENDEADORISMO É O PROCESSO DE
criar algo diferente e com valor,
 dedicando tempo e o esforço necessários,
 assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes
 e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.

ROBERT HIRSCH, EM SEU LIVRO "EMPREENDEADORISMO"



STEVE JOBS @APPLE
 MARK ZUCKERBERG @FACEBOOK

MUITOS FICAMAM FAVORES POR
 CRIAREM ORGANIZAÇÕES QUE
 REALIZAM INOVAÇÕES EM
 SUAS SETORES.



A primeira noção de empreendedorismo partiu dos franceses no século XV. Isso porque em 1437 foi utilizada pela primeira vez a palavra *entreprendre*, que vem do francês *entrepreneur* e significa começar algo novo e que assume riscos.

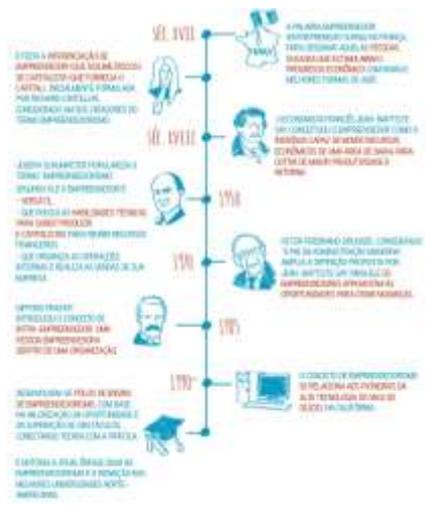
A descrição mais comum usada na época era “*celui qui entreprend quelque chose*”, que significa aquele que se compromete com algo.

No início, o termo empreendedorismo era atribuído ao profissional que possuía habilidades técnicas para produzir. E também colaborava com o desenvolvimento econômico e com a transformação de recursos em negócios lucrativos.



- ❖ Século XVII: os primeiros exemplos de empreendedorismo começaram a surgir, quando produtores locais estabeleciam acordo contratual com o governo para realizar algum serviço ou fornecer seus produtos.
- ❖ Richard Cantillon, notório escritor e economista desta época, é considerado por muitos um dos criadores do termo empreendedorismo. Isso em razão de ter sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assume riscos – do capitalista – o que fornecia o capital.
- ❖ Século XVIII: surge outra relação entre assumir riscos e o empreendedorismo. Devido ao conceito de industrialização que se espalhava por todo o mundo, através da Primeira Revolução Industrial que ocorreu na Grã-Bretanha.
- ❖ Séculos XIX e XX: apogeu da industrialização no mundo. Neste período, as ações dos empreendedores envolviam organização e controle. O que acabava confundindo suas atribuições com as de um empresário e administrador. Os empreendedores eram analisados apenas do ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa e são designados a pagar os empregados, planejar e controlar as ações desenvolvidas na empresa. Mas sempre a serviço do capitalismo.





No Brasil, o empreendedorismo começou a ganhar força apenas nos anos 90, durante a abertura econômica ao mercado internacional. A entrada de fornecedores estrangeiros determinou o controle dos preços, sendo uma condição muito importante para o país voltar a crescer.

No entanto, nem todos os negócios obtiveram sucesso. Alguns setores, por exemplo, não conseguiram competir com os produtos importados por falta de planejamento.

- ❖ 1990: o empreendedorismo ganha força no Brasil com a abertura da economia. O que propiciou o surgimento de entidades como o Sebrae;
- ❖ 1997: é criado um curso de Administração em São Paulo com habilitação em empreendedorismo e pequenos negócios.
- ❖ 1999: é estabelecido um modelo com fatores fundamentais para que uma ação seja empreendedora, visando energia, liderança e relação.
- ❖ 2000: surge um centro de empreendedorismo na Universidade de São Paulo (USP);
- ❖ 2004: é marcado por eventos ligados ao empreendedorismo;
- ❖ 2006: ocorreu o primeiro congresso de empreendedores.

Desde então, o gosto por empreender só tem crescido no Brasil e no mundo. A cada dia, novas pessoas decidem impulsionar e colocar em prática suas propostas inovadoras.



UM NOVO
NEGÓCIO

DICAS PARA VOCÊ TER IDEIAS DE NEGÓCIOS



não se subestime



inspire-se nos
grandes
empreendedores



não copie apenas,
faça melhor



misture conceitos



invista o suficiente



resolva um problema

SEMPRE

NOTA PARA FIZER



IDEIAS



OPORTUNIDADES



- Negócios existentes - inclusive falências;
 - Franquias e licenças;
 - Patentes;
 - Revistas de negócios;
 - Universidade e institutos de pesquisa;
 - Feiras e exposições;
 - Empregos anteriores
 - Contatos com compradores (imperfeições de produtos existentes)
 - Consultoria;
 - Ideias que deram certo em outros lugares.
- É uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação.
 - É atrativa, tem potencial para gerar lucros e está disponível em momento e/ou local adequado para quem vai utilizá-la.

Critérios para avaliar ideias de produtos e negócios

Viabilidade de mercado	Concorrência	Viabilidade de produção	Controlo governamental	Investimento inicial e retorno
• O produto tem compradores potenciais?	• Quem são os concorrentes?	• Existem componentes e materiais-primas para fazer o produto ou prestar o serviço?	• Há controlos governamentais sobre o produto ou tipo de negócio?	• Qual o investimento necessário?
• Com que frequência o produto seria comprado?	• Quantos são?	• Existem máquinas, equipamentos e instalações?	• Há necessidade de licenciamento ou aprovação?	• Qual o período de retorno desse investimento?
• Quem compraria?	• Onde estão?	• Existe a mão-de-obra?	• Qual o investimento necessário para atender à legislação?	
• Quanto comprariam?	• Quanto são suas vantagens competitivas?	• Qual a necessidade de desenvolvimento e de experimentação?		
• Onde estão os compradores?	• Qual é o alcance e a eficácia de seus canais de distribuição?	• Qual o investimento necessário?		
• Qual preço aceitariam?	• Há barreiras para novos entrantes?			
• Há sazonalidade?	• Quais são os fornecedores concorrentes?			

OPORTUNIDADES

- Características:
 - atraente, durável, tem uma hora certa;
 - é ancorada em um produto ou serviço que cria ou adiciona valor para o seu comprador;
 - É um alvo móvel. Se alguém a vê, ainda há tempo de aproveitá-la;
 - Um empreendedor habilidoso dá forma à uma oportunidade onde outros nada vêem, ou vêem muito cedo ou tarde;
 - Não é questão de usar técnicas, checklists e outro métodos, a sua identificação depende de habilidades do empreendedor;
 - Surgem em função de identificação de desejos e necessidades insatisfeitas;
 - Estão em qualquer lugar;
 - São simples na sua concepção.



Como e onde encontrar:

- Brainstormings: permitem estimular a criatividade e identificar oportunidades - técnica de grupo;
- Estudos de mercados segmentados: regional ou por segmento;
- Análise de pauta de exportações e importações;
- Mudanças de hábitos, transformações.
- Mercados emergentes: lazer, saúde, educação, varejo financeiro, turismo;
- Análise de movimentos demográficos.

Avaliação - erros a evitar:

- Paixão cega pelo produto;
- Paranóia do negócio - não posso mostrar a idéia se não vão me roubá-la;
- Perfeccionismo: ainda não está pronta;
- Não reconhecer a concorrência - evitá-la;
- Preço baixo como estratégia única de entrada;
- Impaciência: 30 dias ou perdemos;
- Desejo e necessidade de lucro imediato.



SELEÇÃO DE EMPREENDIMENTOS A SEREM APOIADOS

Fontes de oportunidades de negócios

- Novo negócio com base em novo conceito
- Novo negócio com base em conceito existente
- Necessidades dos consumidores
- Aperfeiçoamento do negócio
- Exploração de hobbies
- Derivação da ocupação
- Observação de tendências

O que avaliar:

- que o empreendimento gere produtos, processos ou serviços inovadores, de alto valor agregado;
- que seja demonstrada a viabilidade econômica e mercadológica do empreendimento;
- que a equipe demonstre capacitação técnica e/ou experiência para conduzir o empreendimento;

EXEMPLOS

• NOVO CONCEITO	• SAPATÊNIS
• CONCEITO EXISTENTE	• GOL LINHAS AÉREAS
• NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES	• SERVIÇOS DE ENTREGAS
• APERFEIÇOAMENTO DO NEGÓCIO	• AUTO-ATENDIMENTO
• EXPLORAÇÃO DE HOBBIES	• PRODUTOS DE SURFE
• DERIVAÇÃO DA OCUPAÇÃO	• ESCOLAS
• OBSERVAÇÃO DE TENDÊNCIAS	• LOCALIZAÇÃO DE CARROS ROUBADOS

AVALIAÇÃO DE UM NEGÓCIO EXISTENTE

- Histórico da empresa e perspectivas: carteira de clientes, padrões de eficiência, desempenho financeiro.
- Patrimônio e operações em andamento: qualificações dos funcionários, estado das máquinas e equipamentos.
- Preço da compra.

Pontos a favor e vantagens

- Produto e mercado definidos
- Empresa em funcionamento
- Clientela formada
- Fornecedores operando
- Experiência do proprietário anterior

Pontos contra e risco

- Herança de problemas
- Problemas futuros ocultos
- Mão-de-obra qualificada
- Imagem comprometida
- Modernização necessária
- Localização desvantajosa
- Preço alto

EmPreendedorismo

NeGócio
Sustentável



PEP
@sFm

O único caminho sustentável de crescimento a longo prazo é construir uma fábrica de inovação que usa técnicas de start up para criar empresas de inovação disruptiva em uma base contínua.

Aprender constantemente e errar rápido, descontinuando iniciativas que não façam sentido e mantendo as que realmente são importantes.



PEP
@sFm



O termo *Sustainable Entrepreneurship* (empreendedorismo sustentável) vem sendo aplicado a empreendedores que integram propósitos ambientais e sociais no mesmo empreendimento, orientados por diferentes motivos e valores (PARRISH, 2010). Desse modo, um empreendimento sustentável é capaz de realizar suas atividades e contribuir com o desenvolvimento sustentável do macro sistema social e ambiental do qual faz parte (BOSZCZOWSKI; TEIXEIRA, 2012; PARRISH, 2010).

Young e Tilley (2006, p. 1) complementam definindo empreendedorismo sustentável como "a organização que tem a sustentabilidade no centro de sua estrutura, operações e gestão; em essência, uma organização que vai além do exigido para demonstrar eficiência no seu caminho para ser sustentável".



Além disso, Parrish (2010) identifica duas abordagens a respeito das razões que motivam empreendedores a aderir à sustentabilidade. A primeira e mais usual considera que os empreendedores são, por definição, motivados pelo lucro. Logo, eles estão interessados em contribuir com o desenvolvimento sustentável quando isto lhes proporciona ganhos financeiros. Nesta perspectiva, reduzir o impacto ambiental e engajar-se em iniciativas de responsabilidade social empresarial tem o objetivo de gerar vantagem competitiva.

A segunda abordagem foi desenvolvida a partir da observação dos diversos motivos e valores que impulsionam os empreendedores para a sustentabilidade. Parrish (2010) verificou a existência de empresas cujo propósito primordial é contribuir com a melhoria do bem-estar social e ambiental e que consideram a receita proveniente de suas atividades um meio para atingir esse propósito.

Young e Tilley (2006) analisam dois modelos de empreendedorismo sustentável, desenvolvidos por Dyllick e Hockerts e por McDonough e Braungart, e concluem que nenhum deles integra os objetivos social, ambiental e econômico simultaneamente sob o propósito único da sustentabilidade.

Assim, os autores propõem um novo modelo (Figura 1) a partir dos dois modelos analisados, no qual empreendedorismo sustentável é o resultado da integração sistêmica das dimensões econômica, social e ambiental do empreendedorismo. Ou seja, um empreendimento é sustentável quando é ambientalmente sustentável, socialmente sustentável, economicamente sustentável e apresentar as doze variáveis de relacionamento operando em conjunto. Segundo os autores, este modelo permite identificar fases do empreendedorismo sustentável e as práticas de gestão adotadas.



Young e Tilly (2006) explicam as variáveis de relacionamento do modelo. Quanto ao relacionamento entre empreendedorismo econômico e empreendedorismo ambiental, há as variáveis:

- a) **socioeficiência** - adoção de soluções do tipo ganha-ganha, buscando crescimento econômico e proteção ambiental simultaneamente;
- b) **ecofetividade** - adoção de soluções empresariais que dão sustentação à vida e são restauradoras e regenerativas, além de eficientes.

No que trata do relacionamento entre empreendedorismo econômico e empreendedorismo social, os autores apresentam como variáveis:

- a) **socioeficiência** - adoção de soluções do tipo ganha-ganha, buscando crescimento econômico e proteção social simultaneamente;
- b) **socioefetividade** - as organizações atuam como agentes de mudança so-

cial, tendo uma missão social de gerar impactos positivos e sustentáveis na sociedade.

Quanto ao relacionamento entre empreendedorismo social e empreendedorismo ambiental, os autores abordam as variáveis:

- a) **equidade ecológica** - todas as pessoas têm direito aos recursos ambientais;
- b) **suficiência** - as empresas têm a responsabilidade de canalizar a demanda para o consumo sustentável (procura por produtos sustentáveis).

No que se refere ao relacionamento entre empreendedorismo econômico e empreendedorismo sustentável, tem-se as variáveis:

- a) **equidade econômica** - justa distribuição da riqueza entre as gerações presentes e as futuras;
- b) **equidade intergeracional** - a prosperidade econômica das futuras gerações deve ser considerada nas decisões e operações empresariais.

O relacionamento entre empreendedorismo ambiental e empreendedorismo sustentável envolve as variáveis:

- a) **estabilidade ambiental** - esforço para alcançar a estabilidade ambiental e, onde necessário, restaurar os diversos ecossistemas;
- b) **sustentabilidade ambiental** - considerar a sustentabilidade do meio ambiente em longo prazo nas decisões e operações empresariais.

Finalmente, o relacionamento entre empreendedorismo social e empreendedorismo sustentável envolve as variáveis:

- a) **responsabilidade social** - empresas e indivíduos assumem responsabilidade pelos impactos positivos e negativos, diretos e indiretos sobre as gerações presentes;
- b) **"futuridade"** - considerar o bem-estar social das gerações futuras nas decisões e operações empresariais.

Young e Tilly (2006) reconhecem que seu modelo é bastante complexo e que ainda precisa ser testado em pesquisas mais amplas para verificar se é possível que o empreendedor seja verdadeiramente sustentável dentro das restrições estruturais da economia liberal.



O QUE É UMA ORGANIZAÇÃO?

"Uma organização é um sistema de recursos que procura realizar algum tipo de objetivo (ou conjunto de objetivos)."

Uma Organização é composta de:



ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

- Devem sua existência a espíritos empreendedores, que pensaram no bem-estar da comunidade.
- Trabalham junto com as empresas privadas e o governo para tornar a sociedade mais orientada para as necessidades das pessoas.
- Assim como as empresas privadas, precisam de recursos financeiros para sua manutenção e para o atendimento de seus objetivos.

ORGANIZAÇÕES INFORMAIS

Executam atividades empresariais lícitas de forma irregular, caracterizada pelo não-cumprimento de regulamentações, como pagamento de impostos e taxas e relações com empregados.

TIPOS DE ORGANIZAÇÕES

1º Setor	<ul style="list-style-type: none"> • Governo (Federal, Estadual, Municipal) • Ex.: bombeiros, polícia, prefeitura
2º Setor	<ul style="list-style-type: none"> • Organizações com fins lucrativos • Agricultura, Indústria ou Comércio
3º Setor	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedade Civil Organizada • Ong's, Institutos, Fundações

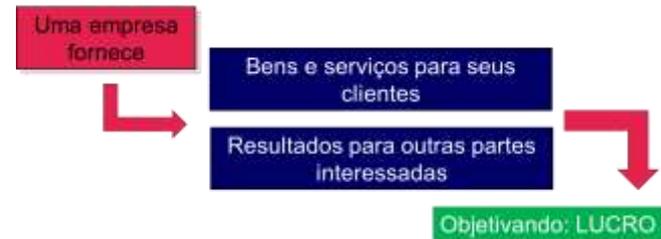
EMPRESA

O QUE É UMA EMPRESA?

Uma organização de negócios, que procura obter lucro.

Conceito de Empresa

- "Uma empresa é uma associação de pessoas para a exploração de um negócio que produz e/ou oferece bens e serviços, com vistas, em geral, à obtenção de lucros."
(Crepaldi, 1998)
- "Uma empresa é uma entidade jurídica que tem como obrigação apresentar lucro, e este deve ser suficiente para permitir sua expansão e o atendimento das necessidades sociais."
(Cassarro, 1999)



Pessoa Física x Pessoa Jurídica

- **Pessoa Física** é a pessoa natural, isto é, todo indivíduo (homem ou mulher), desde o nascimento até a morte.
- **Pessoa Jurídica** consiste num conjunto de pessoas ou bens, dotado de personalidade jurídica própria e constituída na forma da lei.

Classificação da Pessoa Jurídica

- **Pessoa Jurídica de Direito Público Interno**
Entes Diretos: União, Estados, DF e Municípios.
Entes Indiretos: Autarquias e Fundações Públicas.
- **Pessoa Jurídica de Direito Público Externo**
Estados estrangeiros, ONU, OEA, União Européia, MERCOSUL.
- **Pessoa Jurídica de Direito Privado**
Associações, Sociedades, Fundações, Organizações religiosas, Partidos políticos e Empresas.

Porte da Empresa

Classificação (Forma jurídica)	Receita operacional bruta anual	Quantidade de empregados ★
Microempresa	Menor ou igual a R\$ 2,4 milhões	0 a 19
Pequena empresa	Maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões	20 a 99
Média empresa	Maior que R\$ 16 milhões e menor ou igual a R\$ 90 milhões	100 a 499
Média-grande empresa	Maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões	Mais de 500
Grande empresa	Maior que R\$ 300 milhões	Mais de 500

FONTE: BNDS

★ Quanto ao nº de funcionários

Critério do IBGE para classificação do porte das empresas por número de funcionários, para fins bancários, ações de tecnologia, exportação e outros.

	Indústria	Comércio e Serviços
Micro	com até 19 empregados	até 9 empregados
Pequena	de 20 a 99 empregados	de 10 a 49 empregados
Média	100 a 499 empregados	de 50 a 99 empregados
Grande	mais de 500 empregados	mais de 100 empregados

Quanto ao tipo de Produção

- **Primárias ou extrativistas.** Ex: agricultura, mineração, pesca, pecuária, extrativismo vegetal e caça.
- **Secundárias ou de transformação.** Ex: Indústria (roupas, máquinas, automóveis, alimentos industrializados, eletrônicos, casas, etc).
- **Terciárias ou prestadoras de serviços.** Ex: comércio, educação, saúde, telecomunicações, serviços de informática, seguros, transporte, serviços de limpeza, serviços de alimentação, turismo, serviços bancários e administrativos, transportes, etc.



Quanto à propriedade

• Mistas ← EMBRAER (Empresa Brasileira de Aeronáutica S.A)

- Uma empresa de economia mista criada em 1969 pelo governo federal para o desenvolvimento aeronáutico.



Empresas de economia mista: empresa criada pelo governo, o governo detém a maior parte das ações, o restante é comprado ou doado por investidores privados de capital social fixo.

EMBRAER foi criada em 1969, tornou-se uma empresa de economia mista em 1994, sendo a maior empresa brasileira de aviação comercial, com 100% de capital social fixo.

Pela forma jurídica

- **Empresa individual** (industrial e/ou comercial) - com uma única pessoa;
- **Sociedade Comercial Ltda.** (industrial e/ou comercial) - com dois ou mais sócios;
- **Sociedade Civil Ltda.** (de prestação de serviços) - com dois ou mais sócios;
- **Sociedade Anônima** (não pode ser microempresa).

Constituição de Empresa

- A constituição de uma sociedade empresária surge a partir da vontade de duas ou mais pessoas, para desenvolver uma atividade, quer seja na área da indústria, do comércio ou na de prestação de serviço.
- As pessoas acordadas a constituírem uma sociedade devem contribuir com bens ou serviços para o desenvolvimento das atividades, e a dividir os resultados entre si.
- Estando de pleno acordo, estas pessoas elaboram o contrato social.

Registro do Contrato Social

- **Junta Comercial:** registro do Contrato Social.
- **Receita Federal:** registro do CNPJ.
- **Secretaria da Fazenda:** registro da Inscrição Estadual.
- **Prefeitura:** emissão do Alvará de funcionamento.

PEP @s Em

Contrato Social

1. Qualificação completa dos sócios;
2. Indicação do tipo jurídico da sociedade;
3. Nome empresarial;
4. Endereço comercial da sede e de filiais declaradas;
5. Objeto social;
6. Capital social;
7. Responsabilidade dos sócios;
8. Prazo de duração da sociedade;
9. Administração;
10. Cessão de quotas;
11. Falecimento/interdição de sócio;
12. Data de encerramento do exercício social;
13. Participação dos sócios nos lucros e perdas;
14. Administrador (es);
15. Foro;
16. Local e data (dia, mês e ano);
17. Assinatura dos sócios.

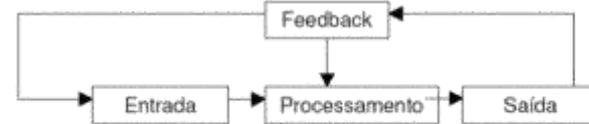


PEP @s Em



O FUNCIONAMENTO DA EMPRESA COMO UM SISTEMA

Um sistema é um conjunto de elementos ou componentes que interagem para se atingir metas ou objetivos. Basicamente, um sistema possui os seguintes componentes:



Os componentes de um sistema. O feedback é fundamental para o sucesso de um sistema.

Entrada: envolve captação e reunião de elementos que entram no sistema para serem processados. Por exemplo, matéria-prima, energia, dados e esforço humano devem ser organizados para a próxima etapa que é o processamento.

Processamento: envolve processos de transformação que converte insumo (entrada) em produto. Entre os exemplos se encontram um processo industrial, controle de estoque, respiração humana ou cálculos matemáticos.

Saída: envolve a transferência de elementos produzidos por um processo de transformação até o seu destino final. Produtos acabados, serviços, informações gerenciais devem ser transmitidos a seus usuários.



• Empreendedor	Lucro, sobrevivência, prosperidade
• Empregados	Emprego, remuneração, qualidade de vida
• Fornecedores	Capacidade de pagamento, continuidade dos negócios
• Clientes	Qualidade, disponibilidade, preço
• Investidores	Retorno do investimento
• Comunidade	Qualidade de vida, padrão de vida
• Governo	Impostos





ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA EMPRESA

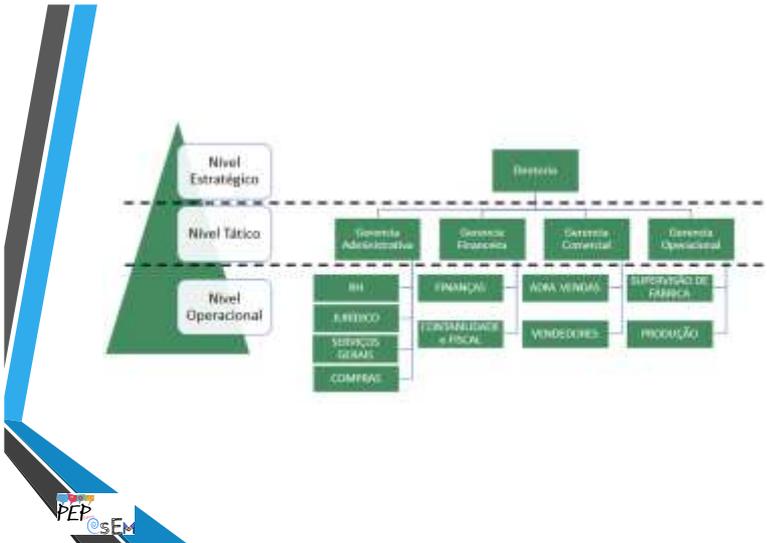
Hierarquia

A autoridade define a hierarquia. Quem tem o poder de decisão na empresa. (Cargos)

Responsabilidade

As responsabilidades são as atribuições, funções, papéis ou tarefas das pessoas ou grupos de trabalho. (Departamentos)

- A organização necessita de uma estrutura hierárquica para dirigir as operações dos níveis que lhe estão subordinados,
- Dividir a organização em camadas, tendo os superiores uma certa autoridade sobre os inferiores.
- Autoridade é o comando para a execução ou não de algo, da maneira considerada, como adequada para realização dos objetivos.
- A autoridade é o fundamento da responsabilidade



ESEM FASE 2 - CLIENTES





Marketing

Pauline Balabuch



- **MARKETING** é uma forma diferente de **CONCEBER** e de **EXECUTAR** a função comercial

- ou -

a relação de intercâmbio entre duas ou mais partes

- A finalidade do **MARKETING** é a satisfação, de um modo mais benéfico, das necessidades e desejos, tanto do consumidor como da empresa





O papel funcional do **MARKETING** é coordenar as atividades e os recursos da empresa em direção ao objetivo comum



Satisfação das necessidades dos clientes



PONTO DE VISTA DE VENDAS

bens ou serviços disponíveis

EMPRESA → CLIENTE

PONTO DE VISTA DE MARKETING

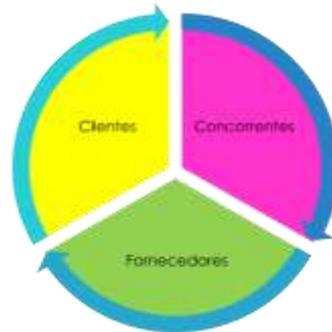
Bens ou serviços pretendidos

EMPRESA ← CLIENTE

Informação sobre o cliente



- Estudo dos clientes
- Estudo dos concorrentes
- Estudo dos fornecedores
- Estrutura de comercialização
- Descrição dos principais produtos e serviços
- Preço
- Estratégias promocionais
- Estrutura de comercialização

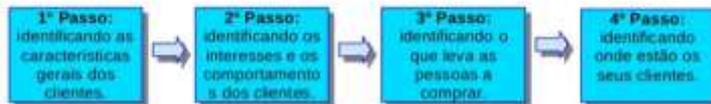


▪ Estudo de clientes

- Informações gerais dos clientes (sexo, faixa etária, remuneração, pessoa física ou jurídica, etc...)
- Comportamento dos clientes (frequência, local, preço)
- O que leva as pessoas a comprar (preço, prazo, qualidade, entrega, marca, etc...)
- Onde estão seus clientes (bairro, cidade, estado, países, como vão encontrá-lo)



É importante você entender que os clientes não compram apenas produtos, na verdade, eles estão em busca de soluções para algo que precisam ou desejam. Segue abaixo um roteiro com algumas perguntas que auxiliem você identificar quais são essas soluções.



Escolha uma parte do mercado para sua empresa atuar, exemplo, uma loja de roupas especializada no público infantil ou uma confeitaria que fabrica sobremesas dietéticas.

Lembre-se que uma empresa é viável, quando possui um número mínimo de clientes que consomem os produtos ou serviços de forma capaz de gerar um lucro líquido para o proprietário. Caso não tenha esse público, caia fora, não tenha prejuízo!



• Estudo de fornecedores

- Parceiros de negócios
- Sempre pesquise e compare. Mantenha-se atualizado
- Negocie! Aqui, você é o cliente!

A necessidade de ter bons fornecedores, faz com que o empresário execute um bom levantamento de informações sobre os mesmos, identifique as melhores fontes, tenha uma estratégia para coleta de informações e um cadastro atualizado, assim como um bom relacionamento com as empresas fornecedoras de materiais ou serviços.

- Levantamento dos fornecedores;
- Fontes;
- Cadastro e coleta de informações;
- Relacionamento ideal;



Aspectos avaliação do fornecedor

- Custo – verificar se os custos estão compatíveis com o mercado.
- Qualidade – identificar falhas na qualidade, reconhecer falhas, propor melhoria moldes ISSO 9000
- Pontualidade – cultura de pontualidade nas entregas. A falta desse aspecto causa efeitos desastrosos para ambos.
- Inovação – fornecedor ir além das inovações solicitadas para ter um diferencial



- Flexibilidade – Capacidade para atender a demanda do mercado.
- Produtividade - melhorar a produtividade reduzindo custos, melhoria na qualidade dos processos e produtos e redução dos prazos de entrega.
- Instalações - avaliar se as instalações possuem condições de produzir com qualidade: layout, mov. interna, armazenagem, etc.
- Capacitação gerencial e financeira – estrutura organizacional, tomada de decisão, saúde financeira, etc.

POLÍTICAS DE ESTOQUES



- ▶ Metas de empresas quanto a tempo de entrega dos produtos aos clientes
- ▶ Definição do número de depósitos e / ou almoxarifados e da lista de materiais a serem estocados neles
- ▶ **Qual o nível de flutuação de estoques para atender uma alta ou baixa das vendas, ou alteração no consumo**
- ▶ Até que ponto poderemos especular na compra (antecipada) ou em maior quantidade
- ▶ **Definir a rotatividade dos estoques**

PRINCÍPIOS BÁSICOS DE CONTROLE DE ESTOQUES



- ▶ Receber, armazenar e atender os materiais estocados de acordo com as necessidades
- ▶ Controlar os estoques em termos de quantidade e valor; fornecer informações sobre a posição do estoque
- ▶ Manter inventários periódicos para avaliação das quantidades e estados dos materiais estocados
- ▶ Identificar e retirar de estoque os itens obsoletos e danificados

PROBLEMAS QUE AFETAM A GESTÃO DE ESTOQUES



- ▶ Má localização de estoques
- ▶ Armazenamento inadequado
- ▶ Erros de cálculo nos relatórios de entrada e saída de materiais
- ▶ Erros gerados no recebimento
- ▶ Esquecimento e atraso na emissão de documentos relativos à entrada e saída de material
- ▶ Procedimentos de contagem inadequados

Estudo de concorrentes



- Saber se é possível concorrer no mercado
- Encontrar pontos fracos e fortes dos concorrentes
- Definir o que fará o cliente deixar de comprar do concorrente para comprar de você
- Encontrar oportunidades de negócio

	Qualidade	Preço	Pagamento	Atendimento	Serviço ao cliente	Localização
Sua Empresa						
Concorrente 1						
Concorrente 2						
Concorrente 3						



A ideia nessa etapa, é identificar seus principais concorrentes, fazer uma visita e comparar a qualidade dos produtos, formas de pagamento, entre outros pontos importantes. Identifique pontos fortes e pontos fracos em comparação com o seu negócio.

Pontos de comparação entre sua empresa x concorrente:

- *Qualidade dos materiais empregados – cores, tamanhos, embalagem, variedade, etc.*
- *Condições de pagamento – prazos concedidos, descontos praticados, etc;*
- *Preço cobrado;*
- *Localização;*
- *Serviços disponibilizados – hora de atendimento, entrega a domicilio, tele-atendimento;*
- *Garantias oferecidas;*

Concorrente é todo aquele que atua no mesmo ramo de mercado que você e atende clientes com o mesmo perfil que você trabalha em sua empresa!



Etapas no processo de planejamento estratégico de marketing



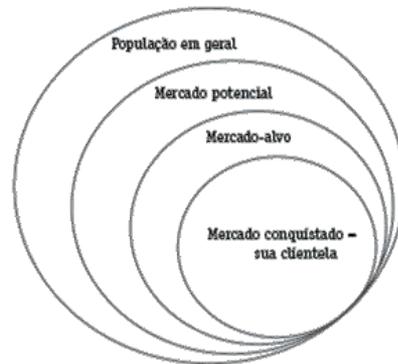
MERCADO



Consumidores finais

Compram o produto para uso próprio, ou para uso de alguém da família, ou para presentear.

Os diferentes significados de mercado



SEGMENTAÇÃO DE MERCADO



Grupos de consumidores relativamente homogêneos, com características, comportamentos e necessidades similares.

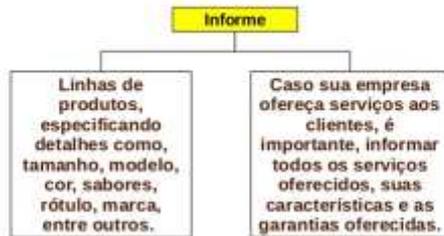




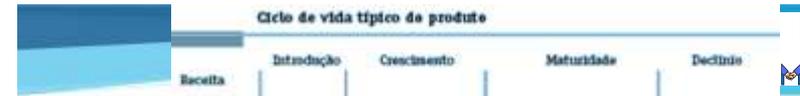


PRODUTO
Geralmente, é oferecendo algo diferente que as empresas de porte menor conseguem entrar em um mercado dominado por grandes

Descrição dos principais produtos
Breve descrição das características dos principais itens ou serviços que serão prestados pela empresa.



Como sugestão, você pode trazer fotos dos produtos e anexar as imagens no final da documentação do seu plano de negócio, como apoio a visibilidade do produto!



- ▶ Nome e marca
- ▶ Funcionalidade
- ▶ Estilo
- ▶ Qualidade
- ▶ Segurança
- ▶ Embalagem
- ▶ Garantia e consertos
- ▶ Acessórios e serviços



PREÇO

Se não tiver como baixar as margens de lucro, tente justificar os motivos dos preços mais elevados, mostrando os diferenciais

- ▶ Preço de venda do produto principal: definição(% de custo fixo, variável e margem de lucro é justificativa(porque);
- ▶ Formas de distribuição;
- ▶ Publicidade e promoções(que tipo, periodicidade, etc);
- ▶ Atendimento ao cliente - venda e pós venda(como será feita)



- ▶ Custos de produção e de vendas
- ▶ Competição
- ▶ Demanda dos consumidores
- ▶ Necessidades dos revendedores e atacadistas
- ▶ Objetivos do marketing da empresa
- ▶ Regulamentações governamentais
- ▶ Percepções dos consumidores



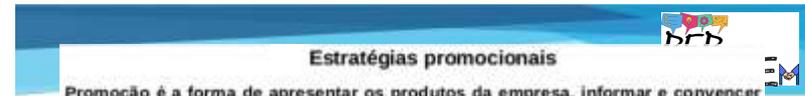
PROMOÇÃO

É uma questão delicada porque os negócios menores não têm poder para contratar mídia. O ideal é trabalhar a base de clientes já conquistada

- ▶ Representantes de vendas
- ▶ Ofertas promocionais
- ▶ Relações públicas
- ▶ Propaganda

Meios de propaganda

- Jornais
- Revistas
- Rádio
- Televisão
- Internet
- Telemarketing
- *Outdoors*
- *Redes sociais*



Estratégias promocionais

Promoção é a forma de apresentar os produtos da empresa, informar e convencer os clientes, lembrá-los de consumir os produtos ou serviços de sua empresa, ao invés de comprar dos concorrentes. Dessa forma é importante você estudar e aplicar as melhores estratégias de divulgação dos seus produtos ou serviços.

Estratégias de divulgação:

- + *Propaganda em rádio, jornais e revistas;*
- + *Amostras grátis;*
- + *Malas diretas, folhetos e cartões de visita;*
- + *Catálogos;*
- + *Brindes e sorteios;*
- + *Descontos (de acordo com os volumes comprados);*
- + *Participação em feiras e eventos;*

A escolha da forma de divulgação deve levar em conta qual o retorno que essa estratégia levará, seja na imagem do negócio ou no aumento do número de clientes!

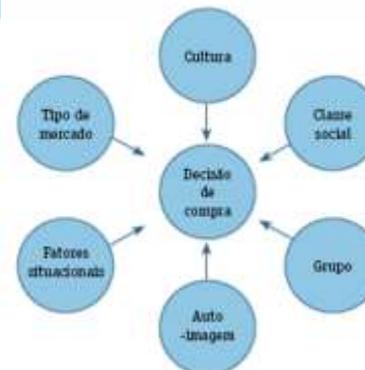
decisão de compra



CONSUMIDORES FINAIS

- Consumidores decidem com base em propaganda, preferências, emoções e aparência.
- Há uma cadeia de intermediários entre o fornecedor original e o consumidor final.
- O vendedor tem contato direto com o consumidor ou usuário.
- Há muitos compradores e o volume de compras de cada um é relativamente pequeno.
- O consumidor muitas vezes adquire o que estiver disponível.
- O próprio consumidor instala e faz a manutenção do que compra.
- As mudanças nos preços que afetam os fabricantes às vezes demoram para chegar ao consumidor.

Fatores que afetam a decisão de compra



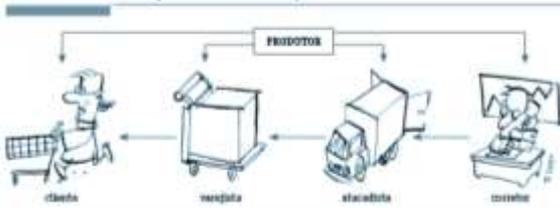
- Critérios {
- Alguns são genéricos e aplicam-se a todos os produtos (como o preço).
 - Outros são específicos (como o consumo de combustível de um automóvel).
 - Podem ser implícitos ou explícitos.



Processos de decisão de compra



Principais canais de distribuição



PONTO
 Concentre-se em uma região específica. Pode ser um bairro ou uma pequena cidade. Se for um negócio na web, no entanto, o mundo é o mercado

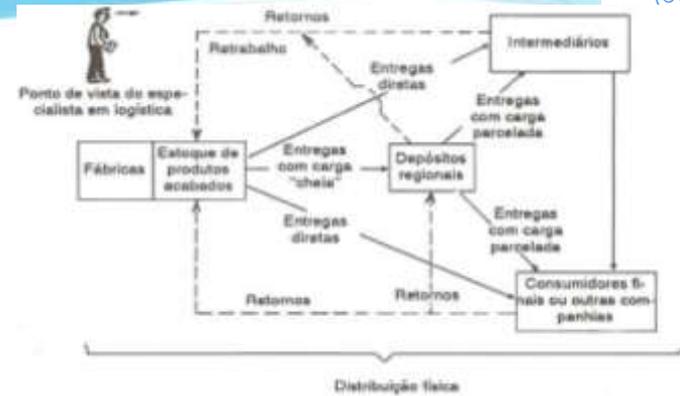
Estrutura de comercialização

- São os canais de distribuição dos produtos, isso é, como esses chegarão aos seus clientes. A empresa pode adotar vários canais para que isso aconteça como: vendedores internos e externos, representantes.

Para definir os canais de distribuição considere:

- *Pense no tamanho dos pedidos;*
- *Na quantidade de compradores;*
- *O comportamento do cliente;*

A escolha da forma de divulgação deve levar em conta qual o retorno que essa estratégia levará, seja na imagem do negócio ou no aumento do número de clientes!





Funções dos canais de distribuição

- > Fracionar
- > Direcionar ao público-alvo
- > Fornecer informações
- > Transferir riscos



Fatores determinantes da escolha do canal de distribuição

- > Cobertura do mercado
- > Custo
- > Controle



ANÁLISE DE MERCADO

Concorrência	{	<p>Dados sobre empresas.</p> <p>Linhas e características de produtos.</p> <p>Pontos fortes e fracos dos concorrentes.</p> <p>Facilidade de entrada de novos concorrentes.</p> <p>Possibilidade de entrada de produtos ou serviços substitutos.</p>
Clientes	{	<p>Dados sobre os clientes.</p> <p>Poder sobre as empresas que atuam no mercado.</p> <p>Comportamento: atitudes e preferências.</p> <p>Tendências sociais.</p>



Perguntas-chave para avaliação do mercado potencial

Segmentação do público-alvo	Quantificar público-alvo em cada segmento	Estimar o tamanho total de mercado	Estimar o potencial de participação
<ul style="list-style-type: none"> Quem é o público-alvo e como ele pode ser segmentado? 	<ul style="list-style-type: none"> Quais são as principais fontes de informação quantitativa sobre esse público? Como foi a evolução de cada segmento nos últimos anos? Que fatores influenciam o crescimento do público-alvo? Qual a melhor estimativa de crescimento para o futuro? Quais são as premissas-chave nas projeções realizadas? 	<ul style="list-style-type: none"> Quais são as principais fontes de informação de consumo unitário? Qual o nível de consumo unitário (por consumidor ou empresa)? Como ele deve evoluir nos próximos anos? Quais são os volumes de venda e receita deste mercado? Quais são as premissas-chave nas projeções realizadas? 	<ul style="list-style-type: none"> A equipe gerencial do projeto está preparada para implementar o plano? O produto/serviço possui algum diferencial competitivo? Qual o nível de competição do mercado? Qual a demanda atual pelo produto/serviço e sua tendência? Qual o potencial de captura de participação de mercado? Quais são as premissas-chave nas projeções realizadas?



VISÃO ESTRATÉGICA



Pauline Balabuch

AS EMPRESAS e as formas de administração

- Intuitiva
- Planejada

- Não reativa
- Reativa
- Proativa

A RAPIDEZ DE RESPOSTA ÀS ALTERAÇÕES
AMBIENTAIS É FATOR DECISIVO DE
SOBREVIVÊNCIA EMPRESARIAL

PEP@SEM

O PROCESSO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O processo inicia-se a partir da



VISÃO

POR VEZES IRREALISTA
QUANTO AOS DESTINOS
DA EMPRESA

...continuando pela avaliação das

OPORTUNIDADES

AMEAÇAS

Em termos de:

- mercados a explorar
- recursos a aproveitar

Que prejudicarão a
empresa e as suas
oportunidades

E continua...

PEP@SEM

Considerando a realidade da empresa e de seus

CONCORRENTES

Com os seus

PONTOS FORTES

PONTOS FRACOS

Tudo isto dentro do horizonte estabelecido para a

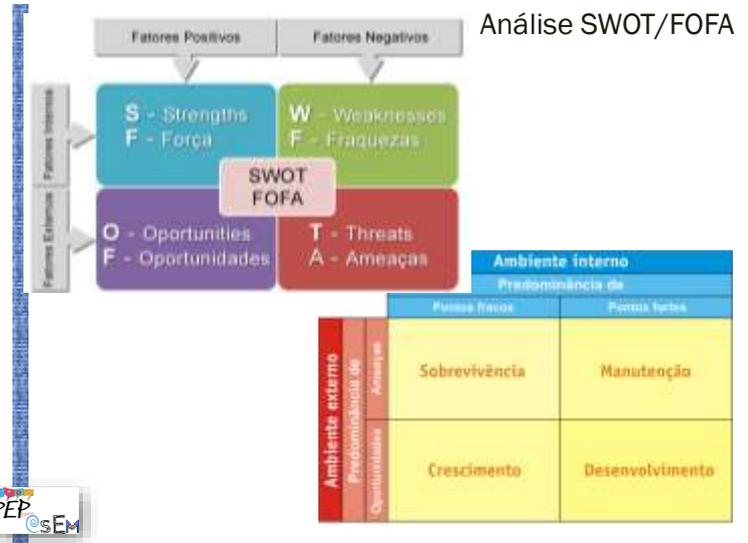
MISSÃO

E que deve conduzir à construção de

CENÁRIOS ALTERNATIVOS

Respeitando a

POSTURA ESTRATÉGICA



FORÇAS
 Faça uso das forças

São características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas sobre seus concorrentes ou uma facilidade para atingir os objetivos propostos.

Exemplos:

- Atendimento personalizado ao cliente
- Preço de venda competitivo
- Equipe treinada e motivada
- Localização estratégica da empresa

FRAQUEZAS
 Evite as fraquezas

São fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua situação no ramo escolhido.

Exemplos:

- Pouca qualificação dos funcionários
- Indisponibilidade de recursos financeiros (capital)
- Falta de experiência anterior no ramo
- Custos de manutenção elevados



OPORTUNIDADES
 Explore as oportunidades

São situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos ou melhorar sua posição no mercado.

Exemplos:

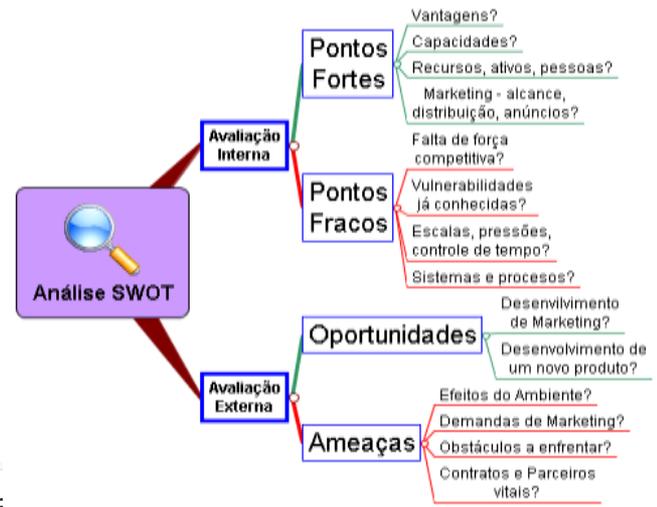
- Existência de linhas de financiamento
- Poucos concorrentes na região
- Aumento crescente da demanda
- Disponibilidade de bens imóveis para locação

AMEAÇAS
 Evite as ameaças

São situações externas nas quais se tem pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades, ocasionando a perda de mercado ou a redução de sua lucratividade.

Exemplos:

- Impostos elevados e exigências legais rigorosas
- Existência de poucos fornecedores
- Escassez de mão-de-obra qualificada
- Insegurança e violência na região



Orientando a formalização de

**OBJETIVOS GERAIS
OBJETIVOS FUNCIONAIS**

Mais realistas que as expectativas e os desejos,
e que permitirão o estabelecimento em nível funcional de

ESTRATÉGIAS

Capazes de

- tirar proveito dos pontos fortes e das oportunidades
- evitar ou eliminar os pontos fracos e ameaças

E que devem ser traduzidas em...



**PROJETOS
e
PLANOS DE AÇÃO**

Destinados a orientar a operacionalização do
PLANO ESTRATÉGICO, através do

**ORÇAMENTO
ECONÔMICO-FINANCEIRO**





COMUNICAÇÃO

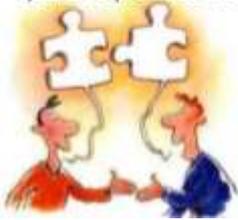
Pauline Balabuch

- Não existe grupos sem comunicação, ou seja, sem a transferência de significados entre seus membros.
- A comunicação, contudo é mais do que simplesmente transmitir um significado.
- Ela precisa ser compreendida.
- A comunicação precisa incluir a transferência e a compreensão do significado.
- A comunicação é o resultado do entendimento de uma série de símbolos e sinais pelo emissor e pelo receptor. Veja no esquema a seguir como funciona a comunicação

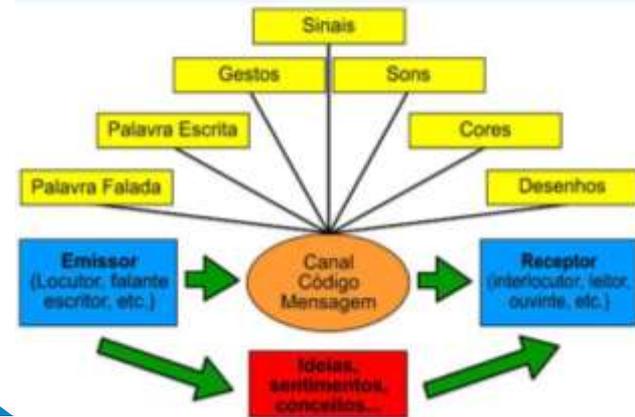


ASSERTIVIDADE

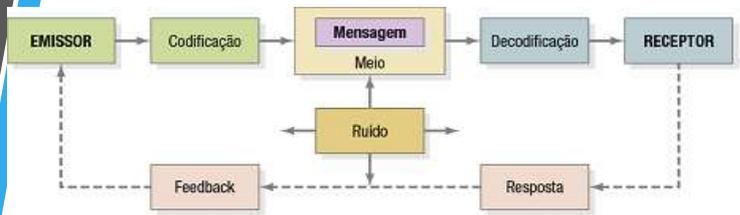
- Assertividade é uma competência emocional que determina que um indivíduo consegue tomar uma posição clara, ou seja, não fica "em cima do muro".
- Uma pessoa assertiva afirma o seu eu e a sua autoestima, demonstra segurança e sabe o que quer e qual alvo pretende alcançar.



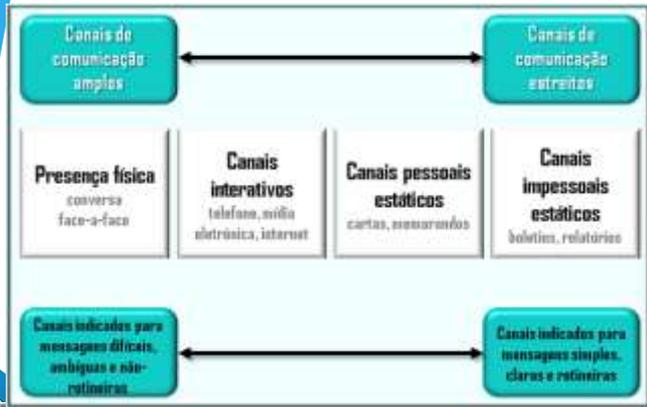
Elementos da comunicação



O processo de comunicação



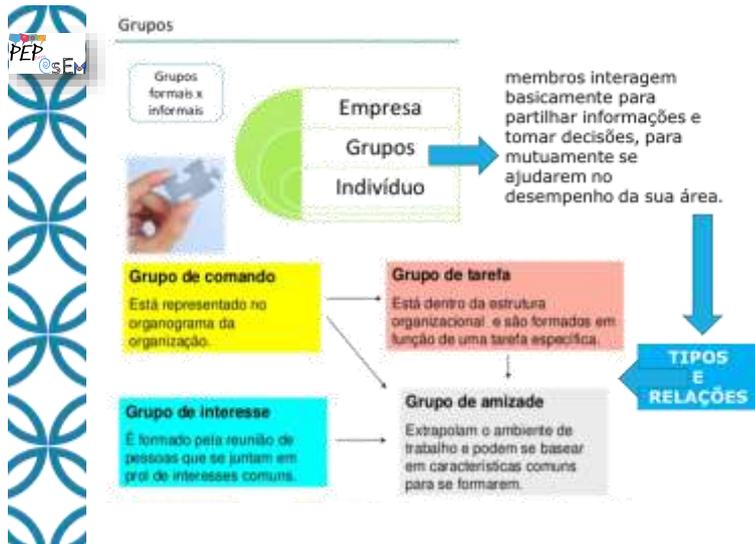
Comunicação, poder e conflito





TRABALHO EM EQUIPE

Pauline Balabuch





Equipe de Trabalho

Junção de esforços individuais que resultam em um desempenho que é maior do que a soma da contribuição de cada um dos indivíduos.

O Sentido de Equipe

- Integração indivíduo-organização
- Adesão espontânea do trabalhador aos compromissos e metas
- Não há imposição de valores ou de procedimentos
- Compromisso verdadeiro com a meta

Só existe equipe quando todos conhecem os objetivos, estão cientes da necessidade de alcançá-los e desenvolvem uma visão crítica a respeito do desempenho de cada um e do grupo como um todo.



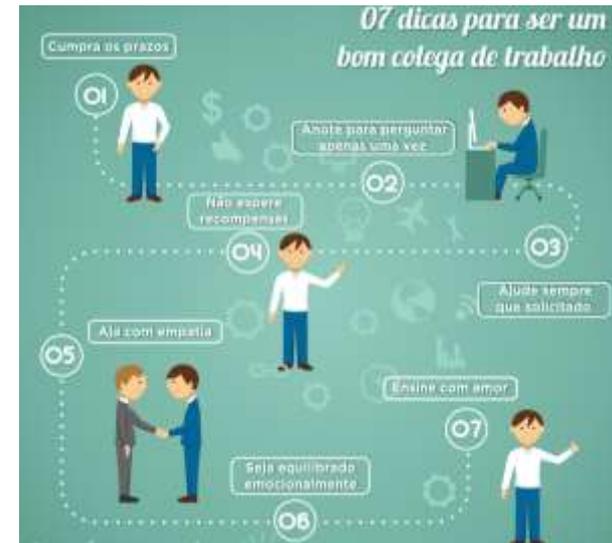
Comparação entre grupos de trabalho e equipes de trabalho



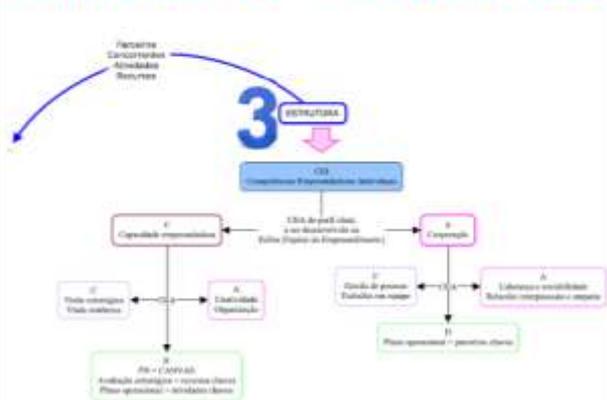


Liderança de Grupos x Equipes

Líder Comum de GRUPOS	Líder de Excelência de EQUIPES
Administra	Inova
Prioriza sistemas e estruturas	Criação de ideias
Tem visão de curto prazo	Visão a longo prazo (visão)
Pergunta como e quando	Pergunta o quê e por quê
Exerce somente o controle	Inspira CONFIANÇA
É o clássico bom soldado	É a sua própria pessoa
Faz certo as coisas (é eficiente)	Faz a coisa certa (é eficaz)
Aceita e mantém status	Desafia o status



ESEM FASE 3 – ESTRUTURA

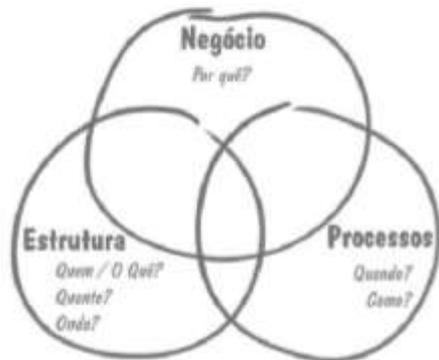


VISÃO SISTÊMICA

Pauline Balabuch



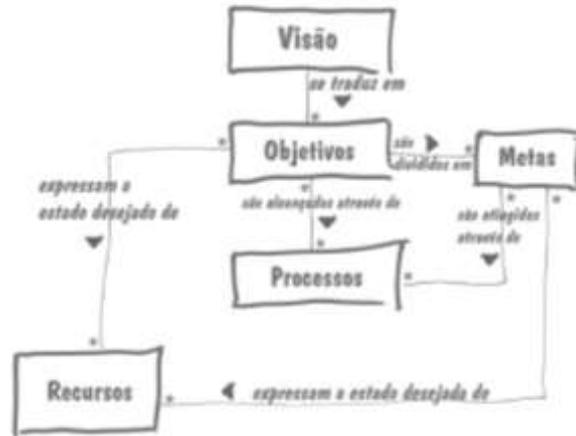
Seis Perguntas em Três Visões



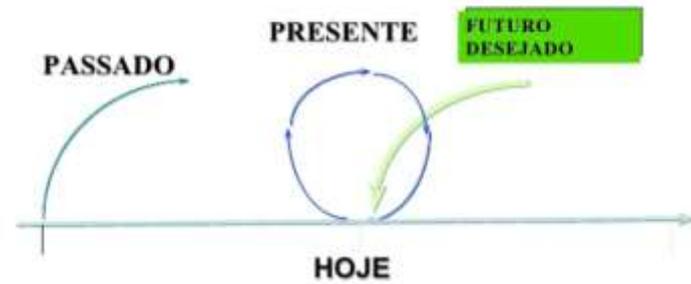
A Missão é o Meio



A Visão é o Fim

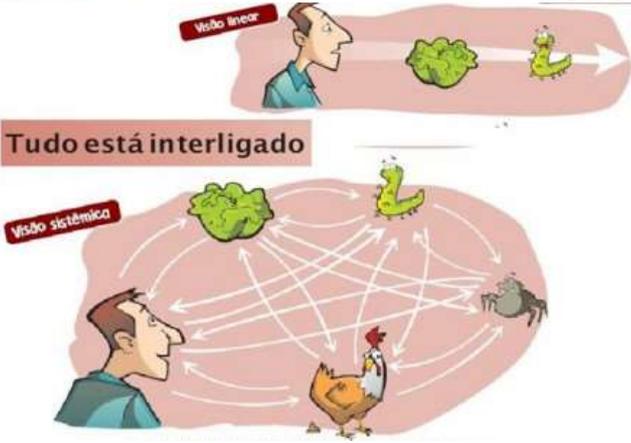


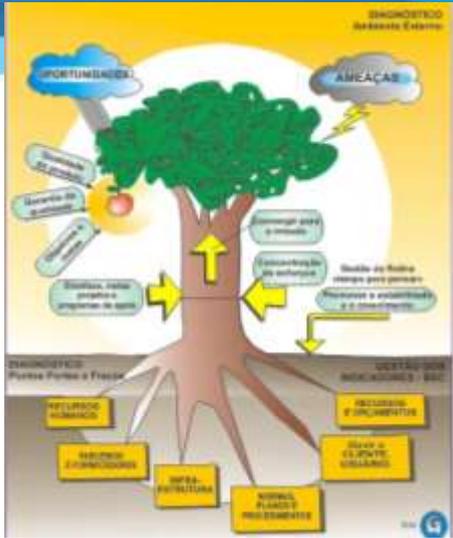
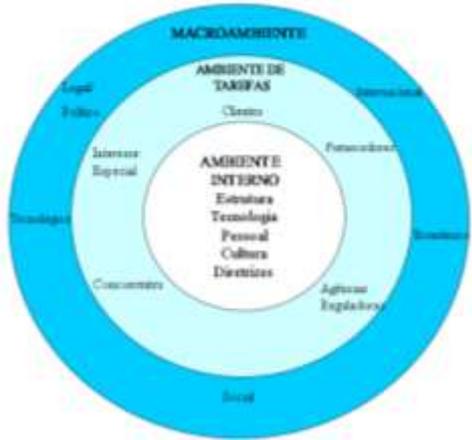
Visão estratégica





VISÃO SISTÊMICA





UM SISTEMA É...

Um conjunto de **ELEMENTOS INTERATIVOS** que recebe entradas do ambiente, transformando-as e emitindo saída para o ambiente externo.

- Esta necessidade de entradas e saídas reflete a **DEPENDÊNCIA** em relação ao **AMBIENTE**
- Os **ELEMENTOS INTERATIVOS** significam que as pessoas e os departamentos **DEPENDEM** uns dos outros e devem trabalhar juntos



Visão Sistêmica

- ✓ é a capacidade de compreender as diversas relações de interdependência presentes dentro e fora da organização e que condicionam o desempenho da mesma. São as relações *intra* e *inter* organizacionais.
- ✓ Decorre da noção de que o todo é maior que a soma de suas partes.

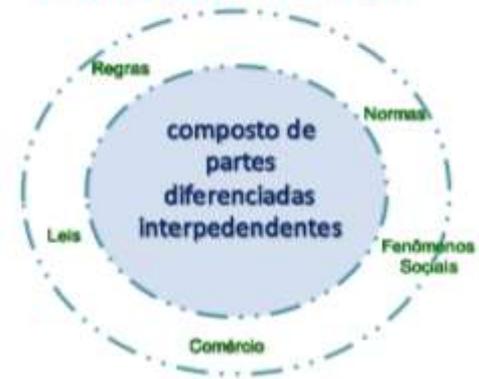
A VISÃO SISTÊMICA



GESTÃO INTEGRADA

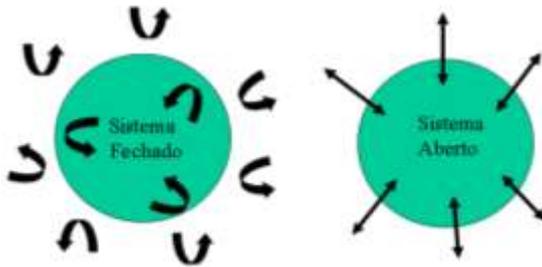


Um Sistema Global



Organizações: a visão sistêmica

Um todo complexo e organizado, um conjunto ou combinação de coisas ou partes que formam um todo complexo ou unitário

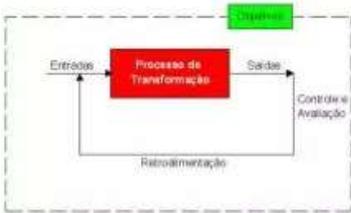


Visão sistêmica da organização



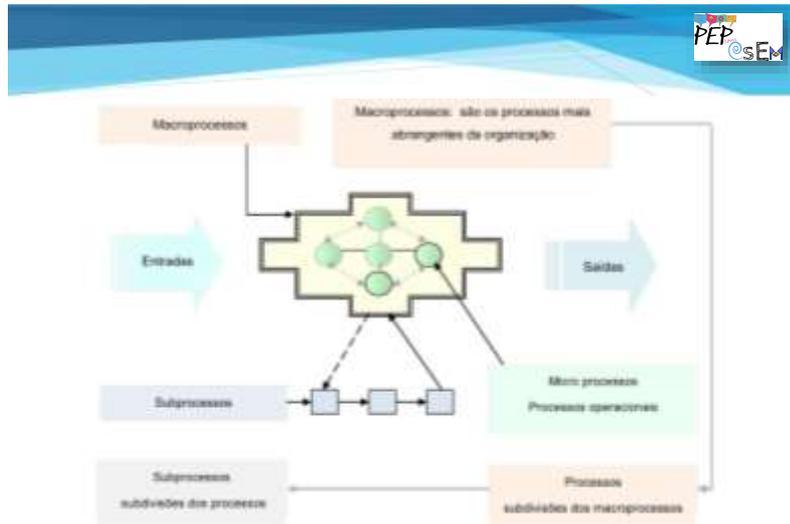


Sistema: É um conjunto de partes interligadas e interdependentes, que, cooperando, formam um todo unânime com determinado objetivo.



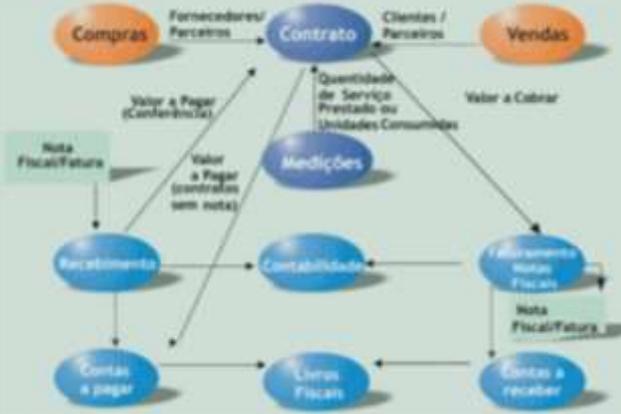
Ambiente do Sistema: É um conjunto dos elementos que influenciam no sistema, mas qualquer alteração no mesmo pode mudar ou alterar seus elementos e portanto alteração de seus elementos pode mudar ou alterar o sistema.



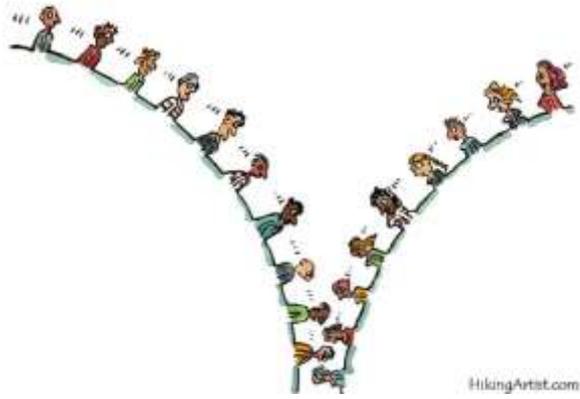




Visão Sistêmica



A Visão dos Processos



Definindo Processos de Negócio



- Têm um Objetivo principal
- Entradas e Saídas
- Saídas que geram valor
- Para um cliente interno ou externo
- São formados por atividades
- Executadas em determinada sequência
- E que envolvem mais de uma unidade organizacional



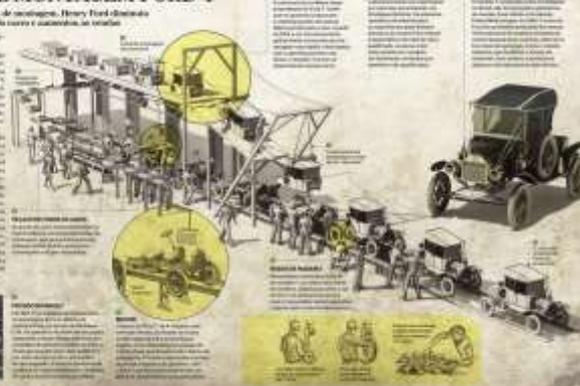
PEP
@SEM

LINHA DE MONTAGEM FORD-T

Com a criação da linha de montagem, Henry Ford eliminou a dependência da mão de obra e aumentou a produção.

Em 1913, Henry Ford introduziu a linha de montagem móvel para a produção do Ford T. Este sistema revolucionou a indústria automobilística ao permitir a produção em massa de um veículo acessível a todos. A linha de montagem consistia em uma esteira rolante que se movia lentamente, permitindo que os trabalhadores montassem as peças em uma ordem específica. Isso reduziu o tempo de montagem de um carro de mais de duas semanas para apenas dois dias e meio. Além disso, a linha de montagem permitiu a especialização do trabalho, onde cada trabalhador se concentrava em uma única tarefa, aumentando a eficiência e a produtividade.

Este sistema também permitiu a produção de peças intercambiáveis, o que facilitou a manutenção e o reparo dos veículos. A linha de montagem Ford T tornou-se um modelo para outras indústrias e ajudou a tornar o automóvel uma parte essencial da vida cotidiana no século XX.



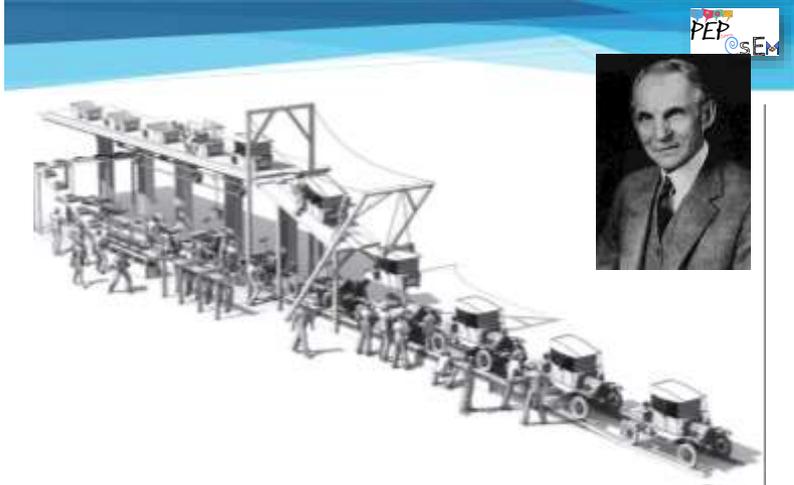
CONCEITO
A linha de montagem é um sistema de produção que permite a fabricação de produtos em grande escala de forma eficiente e econômica. Ela é composta por uma série de estações de trabalho onde os operários realizam tarefas específicas para montar o produto final.

OBJETIVO
O objetivo principal da linha de montagem é reduzir o tempo de produção e aumentar a produtividade, permitindo a fabricação de grandes quantidades de produtos com menor custo unitário.

TIPOLOGIA
Existem diferentes tipos de linhas de montagem, como a linha de montagem fixa, a linha de montagem móvel e a linha de montagem automática. Cada tipo tem suas próprias características e aplicações.

APLICAÇÃO
A linha de montagem é amplamente utilizada na indústria automobilística, na produção de eletrodomésticos, em fábricas de alimentos e em diversas outras indústrias de manufatura.

CONCLUSÃO
A linha de montagem é uma das grandes inovações da engenharia de produção, que revolucionou a maneira como os produtos são fabricados e tornou possível a produção em massa de bens de consumo.

















PEP
@sEm



PEP
@sEm





A Complete Line of Model T's to Choose From



2-Passenger Touring Car, Fully Equipped



2-Passenger Roadster, Fully Equipped



2-Passenger Open Runabout, Fully Equipped

Ford Car Models Supply Every Demand



2-Passenger Coupe, Equipped with 2 100 Lamps, Tachometer and All of Tools



4-Passenger Touring Sedan, Fully Equipped



4-Passenger Town Car, Equipped with 2 100 Lamps, Tachometer and All of Tools

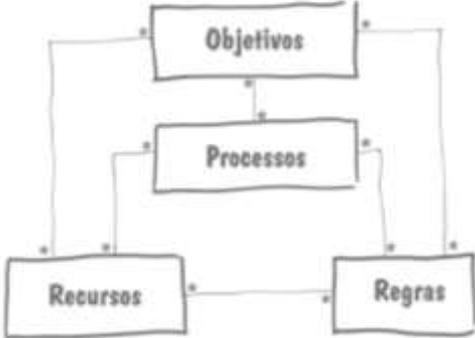








Todo negócio se define assim





GESTÃO DE PESSOAS

Pauline Balabuch

PEP @SEM

"As pessoas constituem o mais importante **ATIVO DAS ORGANIZAÇÕES.**"



"O contexto da Gestão de Pessoas é representado pela íntima **INTERDEPENDÊNCIA DAS ORGANIZAÇÕES E DAS PESSOAS.**"

ORGANIZAÇÕES:

se de um lado temos as organizações que precisam das pessoas pra alcançar resultados

PESSOAS:

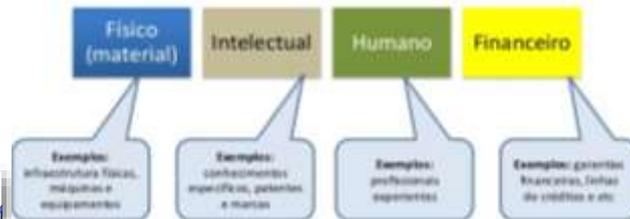
do outro temos as pessoas que precisam das organizações para alcançar seus objetivos

PEP @SEM

•Aspectos fundamentais da MODERNA GESTÃO DE PESSOAS:

- Pessoas como SERES HUMANOS.
- Pessoas como ATIVADORES INTELIGENTES DE RECURSOS ORGANIZACIONAIS.
- Pessoas como PARCEIROS DA ORGANIZAÇÃO.

Algumas Categorias de Recursos



MODELO DE GESTÃO :
O AUNHAMENTO DE ESTRATÉGIAS E PESSOAS

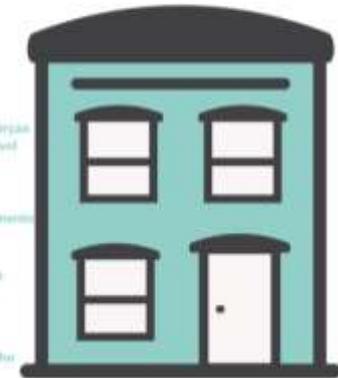




fator humano ~ empresas vivas



- espírito - identidade
- arquétipos e forças - forças do negócio em um nível universal
- sistema
- pertencimento - engajamento
- sentimento - propósito e significado
- performance
- corpo - processo de trabalho



Uma visão sistêmica da área e da Administração de RH



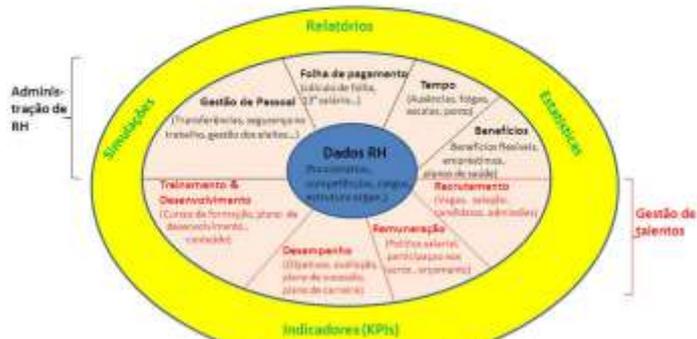
PEP@SEM OA: Organizações de aprendizagem

Gestão de Pessoas



PEP@SEM

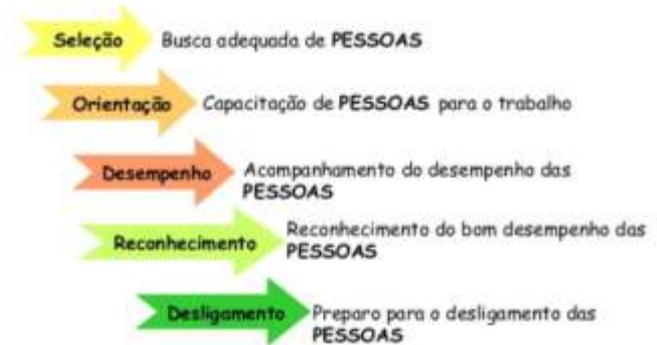
Sistema Informatizado de Recursos Humanos-SIRH (Gestão do Capital Humano)



Fonte: www.AltmedUman.com



GESTÃO DE PESSOAS

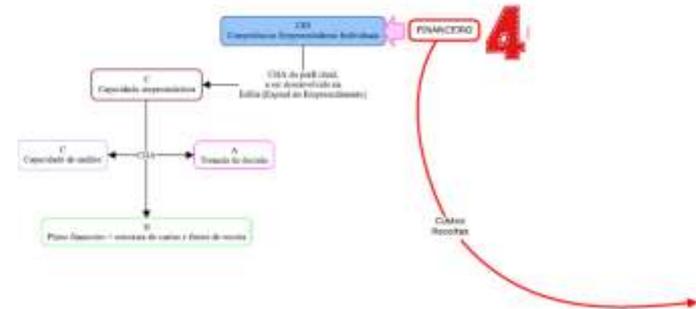


Qual a melhor maneira de lidar com as pessoas para que elas alcancem os objetivos do trabalho e da empresa?

- ✓ selecionando a pessoa certa para o local certo
- ✓ orientando com paciência e objetividade
- ✓ avaliando abertamente o trabalho de seus colaboradores
- ✓ estimulando e reconhecendo



ESEM FASE 4 – FINANCEIRO





CAPACIDADE DE ANÁLISE

Pauline Balabuch





PERCEPÇÕES

É a capacidade de reconhecer e compreender estímulos recebidos.

Está ligada à atenção, consciência e memória.

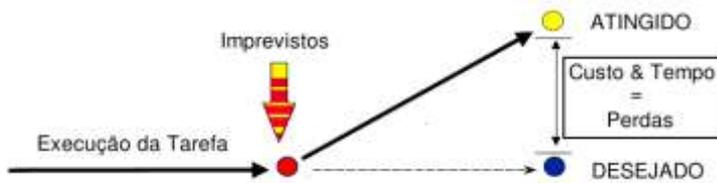
É o fenómeno de captar, distinguir, associar e interpretar as sensações.

Divide-se em espacial, temporal, visual, auditiva, olfativa, gustativa, termo-tátil e de análise e síntese.



Pensamento analítico

- O pensamento analítico é uma forma de pensamento com objetivo de explicar as coisas.
- Foi Jerome S. Bruner quem mais destaca a importância da distinção entre pensamento analítico e intuitivo.
- O pensamento analítico também é central na solução de problemas. Para solucionar problemas é preciso subdividi-los em problemas menores, que recebem soluções particulares.
- Supõe-se que uma vez solucionados os problemas menores estará solucionado o maior.



Capacidade analítica

- Capacidade analítica é uma característica profissional, que diz respeito às habilidades de analisar dados, nem sempre diretamente relacionados entre si, e a partir desta análise produzir informação de valor ou conhecimento.
- Capacidade analítica é a análise completa de todo processo que oferece soluções e a descoberta de novas ideias.
- Também diz respeito à capacidade de receber informações de várias fontes e organizar esta informação de forma racional.
- A capacidade analítica faz a análise da situação, e opta qual tática vai usar ou cria uma estratégia para resolver um problema, sem dúvida um fator importante para que um profissional seja diferenciado no ambiente de trabalho.

- A capacidade de **tomar a iniciativa**, de **pensar por si próprio**, de ser **criativo**.
- A capacidade de resolver problemas, de **pensar de forma lógica e lateral**, de **usar o engenho para ultrapassar dificuldades** e de **procurar/montar soluções**.

H1. Consiste na capacidade de compreender e interpretar problemas. Envolve: avaliar possibilidades; analisar possíveis resultados; ponderar fortes e fracos de cada possibilidade.





Como fazer isso?

- Relatórios
- Controles

Um **relatório** é um conjunto de informações utilizado para reportar resultados parciais ou totais de uma determinada atividade que esteja finalizada ou em andamento.

Controle é o mecanismo pelo qual é medido o resultado de um processo comparando com um valor desejado. Estão presentes o processo, a medição (feedback), o valor desejado (setpoint) a comparação e a ação de controle.



Como enxergar a além



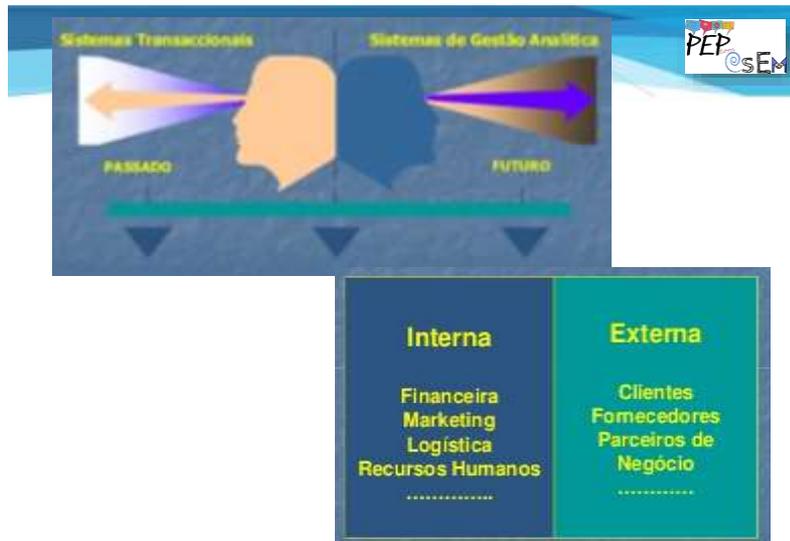


Processo analítico

Tempo x Necessidades do negócio (inovação)

	Passado	Presente	Futuro
Informação	O que aconteceu? (Relatórios)	O que está acontecendo? (Alertas)	O que vai acontecer? (Futurologia/achismo)
Insights	Como e porque aconteceu? (Modelagem, design experimental)	Qual a melhor opção? (Recomendação)	Qual a melhor/pior coisa que poderia acontecer? (Projeção, otimização, simulação)





❖ Três estágios do raciocínio analítico e como aplicá-las

➤ **Formulação do problema:**

1. Reconhecimento do problema;
2. Revisão das descobertas anteriores.

➤ **Solução do problema:**

3. Modelagem;
4. Coleta de dados;
5. Análise dos dados.

➤ **Resultados: comunicação e ação:**

6. Apresentação dos resultados e adoção de providências.



Desafios

- **Avaliar a informação/situação.**
- **Dividi-la nos seus aspectos-chave.**
- **Considerar várias formas de lidar e resolver esses elementos-chave**
- **Decidir quais as formas mais apropriadas para usar na sua resolução.**



1. Avaliar o problema

- **Clarificar** a natureza do problema
- **Formular** perguntas
- **Reunir a informação** de forma sistemática
- **Relacionar** e organizar os dados disponíveis
- **Condensar** e resumir a informação
- **Definir** o objectivo desejado



2. Gerir o problema

- Usar de forma eficaz a informação recolhida
- Dividir o problema em pequenas partes, mais fáceis de gerir.
- Usar técnicas como o **brainstorming** e o pensamento lateral para considerar outras opções.
- Analisar em profundidade as várias opções
- Identificar os passos que podem ser dados para atingir o objectivo



3. Tomar decisões

- Decidir que acção tomar entre as possíveis opções
- Decidir reunir mais informação antes de agir.
- Decidir que recursos (tempo, dinheiro, pessoal, etc) alocar para este problema



4. Resolver o problema

- **Implementação da acção**
- **Dar informação** aos accionistas/stakeholders
- **Delegar tarefas**
- **Revisão dos progressos**



5. Examinar os resultados

- **Monitorizar o resultado** da acção tomada
- **Rever o problema e o processo de resolução do problema** para evitar situações similares no futuro



Erros comuns (Por que...)

- Não fazer as perguntas certas;
- Partir de pressupostos incorretos;
- Manipular dados para justificar o que deseja fazer;
- Interpretar os dados de forma incorreta;
- Não considerar análises e *insights* nas decisões;
- Não considerar alternativas com seriedade;
- Usar critérios incorretos ou insuficientes para a tomada de decisão;
- Coletar dados tarde demais para serem úteis;
- Adiar decisões por estar sempre insatisfeito com os dados e análises já existentes.



Benefícios (Por que...)

- Ajudar a gerenciar e orientar a empresa em tempos turbulentos;
- Saber o que de fato está funcionando;
- Executar tarefas de maneira mais rápida;
- Maior valor para os negócios;
- Obter maiores *insights*;
- Reduzir custos e aumentar a eficiência;
- Gerenciar riscos;
- Prever mudanças nas condições de mercado;
- Ter uma base para aperfeiçoar o processo decisório ao longo do tempo.



TOMADA DE DECISÃO

Pauline Balabuch

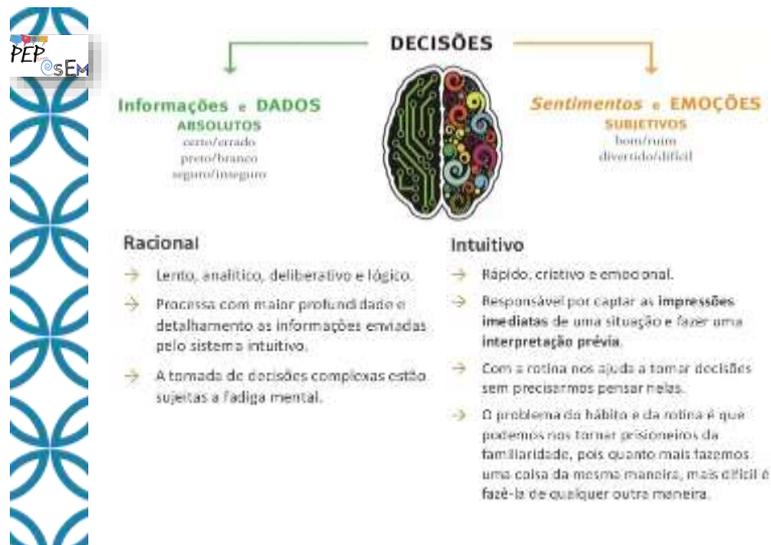


DECISÃO



Chiavenato (1997, p. 710) define **decisão** como "o processo de análise e escolha entre várias alternativas disponíveis do curso de ação que a pessoa deverá seguir".







Reativa

- O problema já existe.
- Pode requerer uma decisão mais imediata.
- Pelo caráter de urgência, pode conduzir à precipitação.

Proativa

- A decisão é para evitar um problema ou provocar uma mudança desejada.
 - Dispõe-se de mais prazo para avaliar opções.
 - Pela ausência de urgência, podemos procrastinar a ação.
- ✓ **Decisão e a implementação possuem conceitos diferentes; e podem, ou não, acontecer simultaneamente;**



Tomada De Decisão

- É o processo de escolher um curso de ação entre várias alternativas para se defrontar com um problema ou oportunidade.
- **Organização:** sistema complexo de decisões em que cada pessoa participa consciente e racionalmente.
- **Racionalidade:** capacidade de selecionar os meios necessários para atingir os objetivos desejados.





TOMADA DE DECISÃO

1

TOMAR DECISÃO É ESCOLHER UM PLANO DE AÇÃO, CONSIDERANDO:

- Riscos;
- Fatores Ambientais;
- Objetivos e Necessidades Organizacionais;
- Interesses Organizacionais;
- Entre Outros;

2

"TOMAR DECISÃO É ALOCAR IRREVERSIVELMENTE RECURSOS"

(Irreversível porque uma vez alocados os recursos, reverter a decisão sempre envolverá perdas).



Tomada de decisão

Certeza

- Todas as informações
- Ponto de equilíbrio;
 - Cálculo;
 - Conheça o objetivo a alcançar;
 - Informações precisas e confiáveis;
 - Resultados esperados;
 - Poucas decisões.

Risco

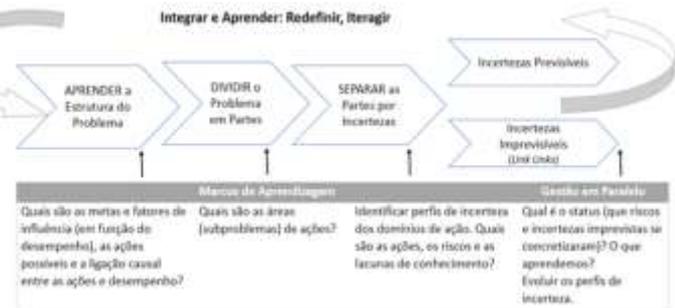
- Algumas informações
- Probabilidades;
 - Modelos matemáticos e estatísticos;
 - Baseado experiência ou conhecimento administrador;
 - Maioria das decisões.

Incerteza

- Informação incompleta
- Sem precisão de riscos;
 - Fatores fora do controle do administrador;
 - Falta de informações essenciais;
 - Uso intuição e criatividade.



Escolhas e decisões envolvendo RISCOS





TIPOS DE TOMADA DE DECISÃO

Decisões Individuais

- Geralmente são decisões **programadas** que necessitam apenas da aplicação de procedimentos.
- **Unilaterais** – o gerente decide só sem fazer consultas. (atividades rotineiras)
- **Consultivas** – o gerente decide após fazer consultas a outras pessoas, ou grupos, para esclarecer questões ou reduzir incertezas. (ex: resolução de conflitos)

Decisões Coletivas

- **Conjunta:** o gerente toma decisão com o grupo
- O Grupo toma decisão sem o gerente (ex: grupos **auto-gerenciados** na condução de projetos etc)



O Indivíduo e a tomada de decisão

A tomada de decisão no indivíduo é um conjunto complexo de factores onde o indivíduo se comporta como um sistema aberto, fazendo permanentemente comparações entre os seus resultados e a suas aspirações, orientado pelos seus princípios e pelos valores da organização.



O Indivíduo e a tomada de decisão

Etapas do processo de tomada de decisão no indivíduo:

- estímulos que provêm do meio são dirigidos para o indivíduo;
- são interpretados pelo indivíduo, através de um conjunto de processos mentais;
- O indivíduo cria uma certa imagem dele próprio, e elabora modelos de resposta a estes estímulos;



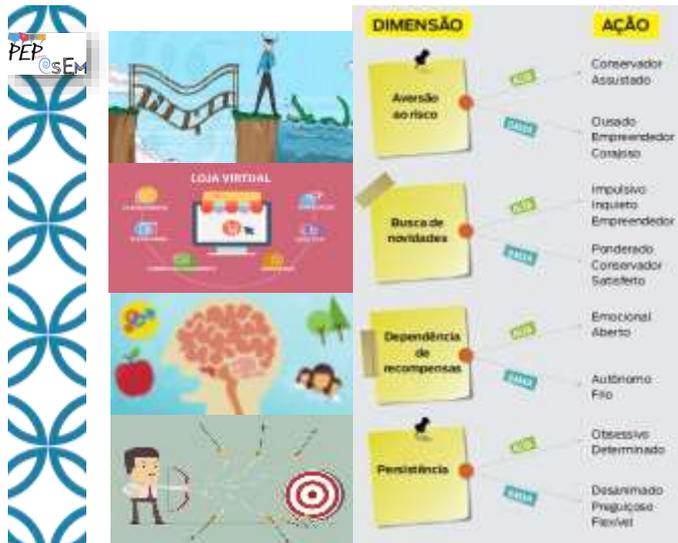
O Indivíduo e a tomada de decisão

Valores e Convicções



Os valores do indivíduo estão no centro do processo de tomada de decisão: orientam a elaboração de diversas soluções do problema, a avaliação das suas probabilidades de sucesso e a ordem de importância relativa dos resultados obtidos.

São julgamentos com caráter de prognóstico. Estabelecem elo de ligação entre acontecimentos passados, presentes e futuros. Elas diferenciam o verdadeiro do falso. Algumas convicções são pessoais, outras podem ser partilhadas. As convicções dos gestores de topo têm uma grande influência na cultura da organização.



PEP@sEM

QUAL É SEU ESTILO DE DECISÃO?

Eis um instrumento de autodiagnóstico criado pelo Corporate Executive Board para ajudar o trabalhador a avaliar sua capacidade analítica.

1 Seu chefe pede que formule uma proposta para lançar um novo produto. Você:

- A** Prospecta dados para gerar algumas ideias iniciais, fala com os colegas e, na esteira, redige a proposta.
- B** Vars a noite formulando a proposta, adiciona um punhado de tabelas de apoio e entrega o resultado ao chefe o mais depressa possível.
- C** Localiza a última proposta de lançamento de um produto de seu grupo, dá uma olhada em dados recentes e usa a velha proposta de modelo para a nova.

2 Ao analisar cifras recentes de vendas, você percebe um salto numa divisão que vinha passando por problemas. Você:

- A** Confere certos dados, efetua uma série de cálculos e dá um punhado de telefonemas para descobrir por que as vendas ali estão subindo.
- B** Encara com suspeita o aumento.
- C** Parabeniza o gerente da divisão pela guinada.

PEP@sEM



3 Como você decide quem contratar para trabalhar na sua empresa?

- A Avalia o currículo de gente de alto desempenho no passado para ajudar a definir o perfil do candidato ideal.
- B Conversa com várias pessoas que poderiam estar interessadas no trabalho e tenta entender qual seria seu perfil.

4 Você está avaliando opções para reformular um produto e a pesquisa de mercado é inconclusiva. Você:

- A Opta pela alternativa que, a seu ver, sua equipe de gestão provavelmente conseguiria fazer dar certo.
- B Aposta em sua melhor compreensão daquilo que agradaria ao cliente.
- C Pede mais estudos de mercado antes de tomar uma decisão.

5 Seu chefe pede que prepare o orçamento do departamento para o próximo ano. Você:

- A Analisa tendências orçamentárias recentes do departamento e conversa com líderes de equipes para saber se projeções precisam ser ajustadas devido a mudanças na conjuntura.
- B Pede aos líderes de equipes que apresentem suas expectativas de orçamento e agrega os resultados.

Se a maioria de suas respostas for:

A, você é um cético embasado

B, você é um tomador de decisões visceral

C, você é um empirista categórico

No caso de empate, vá pela resposta à pergunta 3

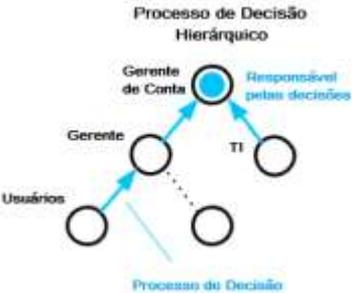


Estilos de tomada de decisão





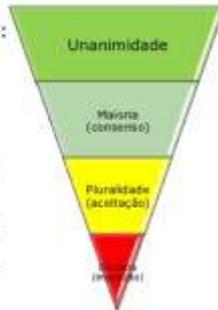
Tomada de Decisão na Organização





Técnicas de decisão em grupo

- Envolve avaliação das alternativas e escolha de uma delas em nome do grupo:
 - ❖ Unanimidade:
 - Todos concordam com uma única solução
 - ❖ Maioria:
 - 50% dos membros do grupo ou mais concordam
 - Também chamado de maioria absoluta e é uma forma de consenso
 - ❖ Pluralidade:
 - O maior bloco no grupo decide mesmo sem maioria
 - Também conhecida como maioria relativa e é uma forma de aceitação
 - ❖ Ditadura:
 - Um indivíduo decide pelo grupo



Métodos de tomada de decisão

- Não decidir ou não agir
 - Qual o impacto de não fazer?
- Analisar
 - Categoria lógica
- Combinar ideias entre elas
 - Mind map
- Escutar os seus sentimentos
 - Categoria afetiva
- Pedir conselho (a uma ou várias pessoas)
 - Brainstorming, conciliação, etc.
- Pedir ajuda no processo de raciocínio
- Delegar a decisão
 - Para uma pessoa (ex.: árbitro)
 - Para um grupo (ex.: jurados)
- Negociar
- Procurar o consenso
- Deixar o aleatório





Etapas do Processo de Tomada de Decisão



Processo decisório





CANVAS DA TOMADA DE DECISÃO

NOME: _____ GRUPO: _____ DATA: _____ ITERAÇÃO: _____

CABEÇALHO/ IDENTIFICAÇÃO

ITEM	DESCRIÇÃO
Nome	<ul style="list-style-type: none"> Nome da decisão – algo que remeta ao problema ou à solução a ser implementada. Sugere-se que se nomeie a decisão no final da discussão.
Grupo	<ul style="list-style-type: none"> Empresa, departamento, setor, ou outra qualificação que caracterize o grupo envolvido na discussão do Canvas.
Data Iteração	<ul style="list-style-type: none"> Data em que ocorreu a discussão. É um número que diz quantas vezes essa decisão foi revisada. Ver seção "Aprendendo e revisitando a decisão".



ENTENDIMENTO DO PROBLEMA

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA/ SITUAÇÃO	
PARTES INTERESSADAS	

ENTENDIMENTO DO PROBLEMA

ITEM	DESCRIÇÃO
Descrição do problema/ situação	<ul style="list-style-type: none"> Dual é a história que trouxe a este momento de decisão? Dual é a pergunta-problema que devemos resolver? Duais certezas, suposições e dúvidas que temos em relação ao problema? Duais informações são necessárias para entender a situação e resolver o problema?
Partes interessadas	<ul style="list-style-type: none"> Quem são as pessoas direta e indiretamente envolvidas e impactadas pela decisão? Quais as expectativas delas com relação à decisão?
Causas	<ul style="list-style-type: none"> Quais as causas-raiz do problema? Sugere-se realizar o exercício das 5 porquês em que os participantes precisam responder sucessivamente em 5 níveis o porque a problema ocorre (ou ocorreu).



IDEAÇÃO DE ALTERNATIVAS

ITEM	DESCRIÇÃO
Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> Há lições aprendidas em decisões anteriores que podem ser úteis agora? Quais?
Alternativas	<ul style="list-style-type: none"> [Brainstorm] Quais alternativas existem para a resolução do problema?
Crítérios de escolha	<ul style="list-style-type: none"> Especifiquem de 3 a 5 critérios para avaliar a melhor alternativa de solução. Considerem critérios associados ao impacto no problema, viabilidade e riscos. Atribuem pontos às alternativas já elencadas de acordo com os critérios estabelecidos.



DESENHO DA SOLUÇÃO

ITEM	DESCRIÇÃO
Validação da decisão	<ul style="list-style-type: none"> Quais são as hipóteses e premissas que foram adotadas na escolha da solução? O que não temos certeza, que pode dar errado? Como podemos validar essas hipóteses de maneira fácil e barata?
Detalhamento da solução	<ul style="list-style-type: none"> Descrevam e detalhem a solução priorizada. O que deve ser feito para realizar essa solução? Quais ações? Quem será responsável por cada ação? Qual o prazo?



COMO FAZER





Analisando uma decisão

Qualidade

- Todas as informações importantes foram utilizadas?
- Analisando somente números e fatos, essa é a melhor decisão?

Implementação

- As pessoas envolvidas entenderam a decisão?
- Estão comprometidas?

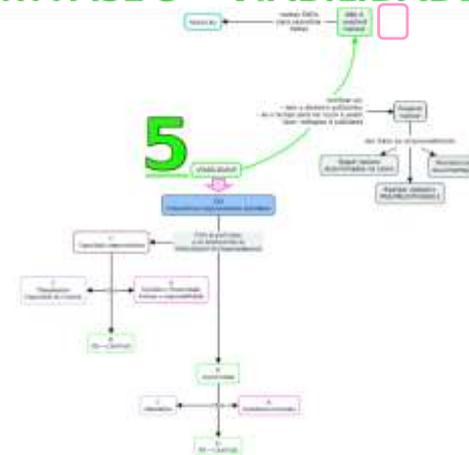
Custo

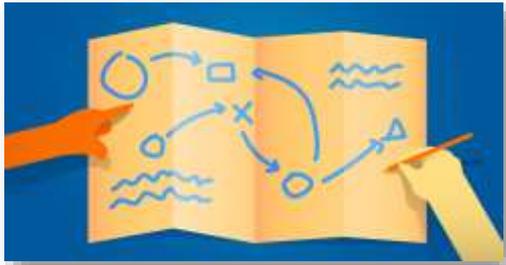
- Quanto dinheiro, energia e tempo serão gastos?

Envolvimento

- As pessoas certas foram envolvidas e ouvidas no processo?
- O processo foi conduzido de forma que todos possam aprender com ele?

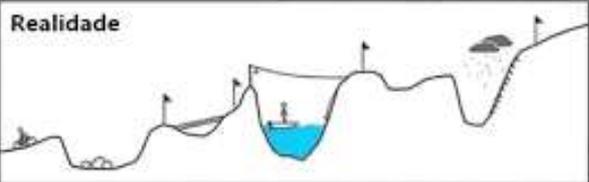
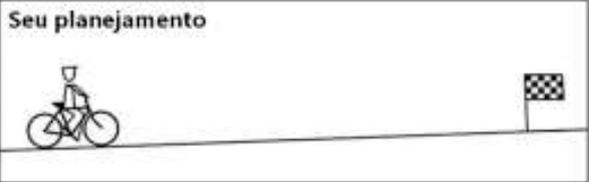
ESEM FASE 5 – VIABILIDADE

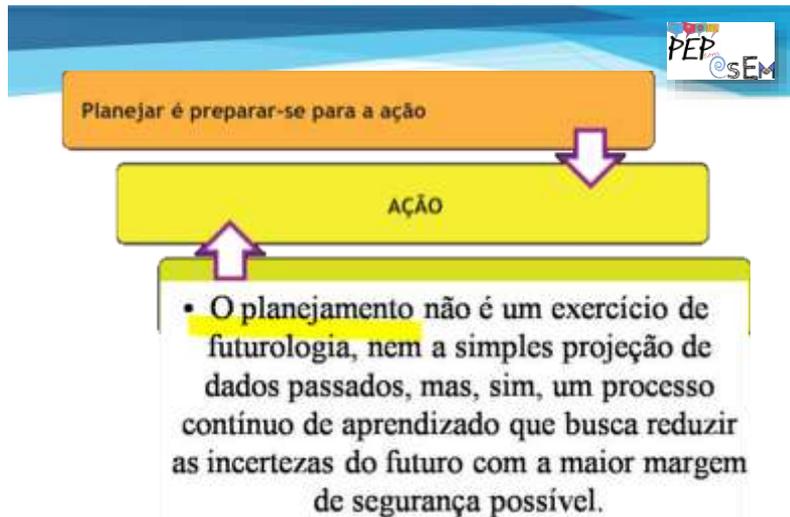




PLANEJAMENTO

Pauline Balabuch







Família – Estrutura base acima de qualquer coisa

- Sinceridade – Praticar a verdade e a sinceridade sempre
- Ética – Fazer apenas o que esperamos receber
- Lealdade – As pessoas e aos princípios pessoais
- Respeito – A família e as pessoas
- Confiança – Acreditar mais em nós mesmos
- Fé – Acreditar em Deus, em mim mesmo, nas pessoas e no futuro.
- Inovação – Olhar sempre por uma perspectiva de melhorar.
- Integridade – Conduta e Caráter, avaliar com imparcialidade as situações.

Exemplos de Valores:

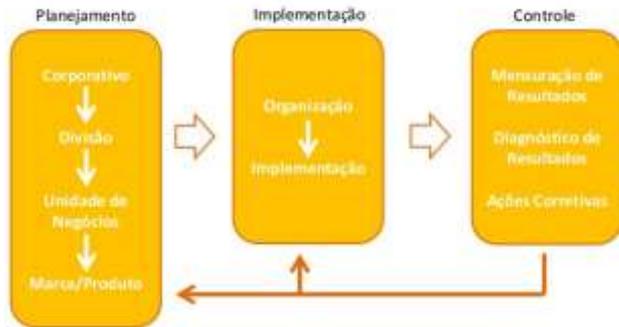
PLANO DE TRABALHO PARA A VIDA TODA



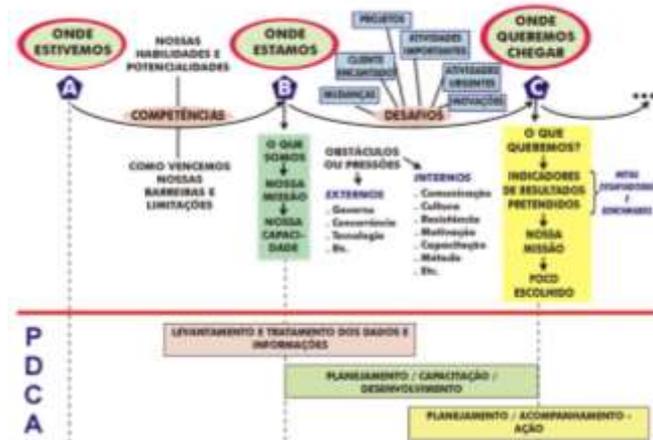




O papel do planejamento



VISÃO ESTRATÉGICA DA ORGANIZAÇÃO





MONTANDO O PLANEJAMENTO

<p>DIAGNOSTICO Identificar as Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças que interferem no negócio</p>	<p>OBJETIVOS Definir a Missão, Visão, Valores e Estrat. e estabelecer metas e ações (Objetivos)</p>	<p>INDICADORES Trabalhar os indicadores de gestão de acordo com as necessidades operacionais e estratégicas</p>	<p>PROJETOS Trabalhar os projetos e definir quais os mais importantes e como os implementar</p>	<p>PROCESSOS Criar os processos e as ações para garantir a execução dos projetos e das ações</p>
---	--	--	--	---

MONITORANDO O PLANEJAMENTO

<p>OBJETIVOS Monitorar a realização dos objetivos e ações de acordo com o plano estratégico</p>	<p>INDICADORES Monitorar os indicadores e metas estabelecidas e avaliar o desempenho</p>	<p>PROJETOS Monitorar os projetos e avaliar o andamento e o cumprimento dos prazos</p>	<p>PROCESSOS Monitorar os processos e avaliar o desempenho e o cumprimento dos prazos</p>	<p>PANEL DO GESTOR Monitorar os dados e avaliar o desempenho e o cumprimento dos prazos e ações</p>
--	---	---	--	--



ETAPAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO





PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



IDENTIDADE ORGANIZACIONAL
 A identidade organizacional é o plano orientador para o comportamento organizacional.

MISSÃO
 É o modo de operar de uma empresa.

VISÃO
 É o que a empresa deseja ser.

VALORES
 Conjunto de princípios que servem de guia para o comportamento e as atitudes das pessoas que fazem parte da vida.

ANÁLISE SWOT

MAPA ESTRATÉGICO
 Apresentação gráfica das estratégias da organização.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
 Resultados que a organização pretende atingir para alcançar a visão.

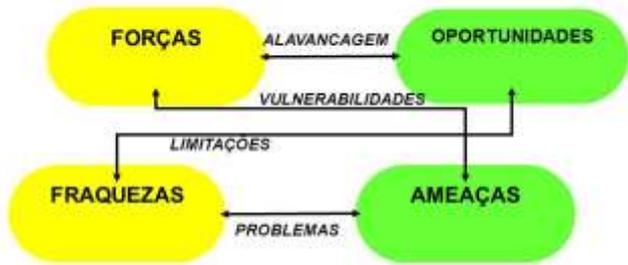
INDICADORES ESTRATÉGICOS
 Mensuradores da estratégia.

METAS

PLANO DE AÇÃO




ANÁLISE SITUACIONAL

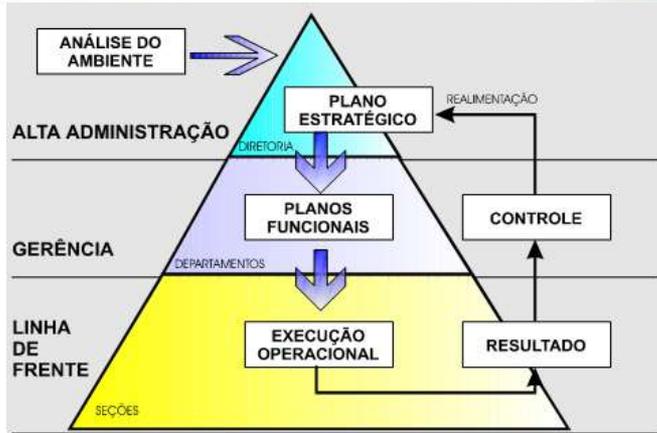


The diagram illustrates the relationships between the four quadrants of a SWOT analysis:

- FORÇAS** (Strengths) and **OPORTUNIDADES** (Opportunities) are connected by **ALAVANCAGEM** (Leverage).
- FRIQUEZAS** (Weaknesses) and **AMEAÇAS** (Threats) are connected by **PROBLEMAS** (Problems).
- FORÇAS** and **FRIQUEZAS** are connected by **LIMITAÇÕES** (Limitations).
- OPORTUNIDADES** and **AMEAÇAS** are connected by **VULNERABILIDADES** (Vulnerabilities).

X	Oportunidades	Ameaças
Forças	POTENCIALIDADES	PONTOS DE DEFESA
Fraquezas	DEBILIDADES	VULNERABILIDADES









PEP@SEM

CAPACIDADE DE CONTROLE

Pauline Balabuch

- Controle
 - ↳ Confirmar, regular, frear...
- Controle como função restritiva.
- Controle como um sistema automático de regulação.
- Controle como função administrativa.

Controle

Definição de padrões para medir desempenho, corrigir desvios ou discrepâncias e garantir que o planejamento seja realizado.

PEP@SEM

Controle



- A finalidade do controle é assegurar que os resultados do que foi planejado, organizado e dirigido se justem tanto quanto possível aos objetivos previamente estabelecidos.
- A essência do controle reside na verificação se a atividade controlada está ou não alcançando os objetivos e resultados desejados.

Controle como Ferramenta



O controle é visto como uma ferramenta, ou melhor, como um componente do corpo organizacional que busca assegurar a cooperação entre seus membros e direcionar a empresa para a correta adaptação diante do meio, atendendo às suas necessidades de sobrevivência.

Ferramentas de Controle

➤ Controle de Mercado

- Consiste na utilização de critérios e mecanismos de mercado, tais como os preços, a participação de mercado e os lucros, para avaliar e controlar as atividades e os resultados da organização.



Ferramentas de Controle

➤ Controle Burocrático

- É assegurado mediante autoridade e responsabilidade hierárquicas, fazendo o uso de mecanismos administrativos e burocráticos, como regras, normas, padrões, políticas, procedimentos e orçamentos para influenciar e avaliar o desempenho.



Ferramentas de Controle



➤ Controle de Clã

– É assegurado pelo compartilhamento de valores, normas, crenças, rituais, tradições, expectativas e outros aspectos relevantes da cultura organizacional.

Função de Controle envolve as seguintes atividades:

- 1) Medidas de Desempenho em oposição aos objetivos, planos e padrões predeterminados
- 2) Comunicação por meio de relatórios dos resultados do processo de mensuração aos indivíduos e grupos apropriados
- 3) Análise das diferenças em relação aos objetivos, planos, políticas e padrões para determinar possíveis causas
- 4) Consideração de alternativas de ação para corrigir as deficiências observadas
- 5) Escolha e adoção da alternativa mais promissora
- 6) Acompanhamento para se avaliar a eficácia da ação corretiva e *feedback* de informações ao processo de planejamento para melhorar os ciclos subsequentes de planejamento e controle

Níveis de controle

Controle	Conteúdo	Extensão de Tempo	Amplitude
Estratégico	Genérico, sintético e abrangente	Longo Prazo	Macroorientado. Aborda a empresa como uma totalidade
Tático	Menos genérico e mais detalhado	Médio Prazo	Aborda cada unidade da empresa separadamente
Operacional	Detalhado, específico e analítico	Curto Prazo	Microorientado. Aborda cada tarefa ou operação apenas



Formas de Controle



Preventivo

- Antecipa os problemas
- Foco nos insumos

Simultâneo

- Corrige problemas à medida que ocorrem
- Foco nos processos

Posterior

- Corrige problemas depois que ocorrem
- Foco nos resultados



Fases do Controle



PEP@SEM

I (1) Estabelecimento de padrões de desempenho



Desempenho desejado

Padrões são normas que proporcionam a compreensão daquilo que se deverá fazer.

Tipos de padrões:

- **Quantidade** (nº de funcionários, volume de produção, volume de vendas...)
- **Qualidade** (padrões de qualidade para produção, funcionamento das máquinas e equipamentos, dos serviços oferecidos...)
- **Tempo** (tempo de permanência na empresa, tempos padrões de produção, tempo de processamento de pedidos...)
- **Custo** (custo de estocagem das matérias-primas, custos diretos e indiretos...)

PEP@SEM

(2) Avaliação de desempenho



Conhecer o passado e o presente de forma mensurável

Um sistema de controle depende da **informação imediata** a respeito do desempenho e a unidade de mensuração deverá estar de acordo com o **padrão pré-determinado** e deverá ser expressa de forma que facilite uma **comparação** entre o **desempenho real** e o **padrão de desempenho desejado**.

PEP@sEM

(3) Comparação do desempenho com o padrão



Variação exige correções

Rejeição	Desvio ou discrepância para mais
Aceitação	Tolerância a mais
Rejeição	Padrão
	Tolerância a menos
	Desvio ou discrepância para menos

PEP@sEM

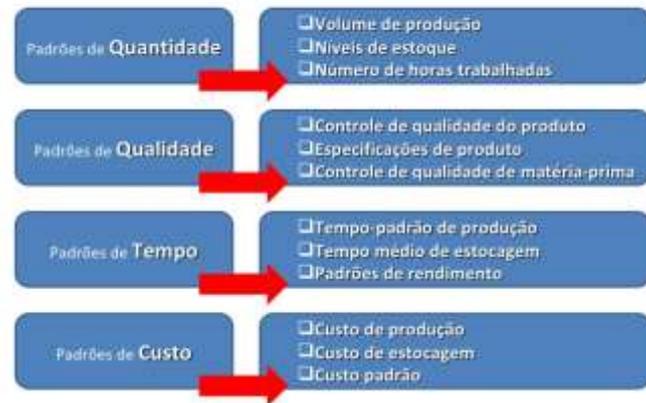
(4) Ação corretiva

Indicar quando, quanto, onde e como se deve executar a correção



A ação corretiva é tomada a partir dos dados quantitativos gerados nas três fases anteriores do processo de controle. As decisões quanto às correções a serem feitas representam a culminação do processo de controle.

Tipos de Padrões





Controle para Assegurar o Alcance dos Objetivos





INFORMÁTICA –

Sistemas de Informação Gerencial

Pauline Balabuch

CONCEITO BÁSICO

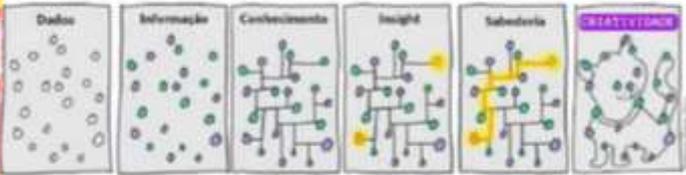
Dado = é um elemento que mantém a sua forma bruta, ou seja, ele sozinho não levará a compreender determinada situação.

Informação = É um conjunto de dados que após a sua análise resulta em **informações de valor**.

Através da Informação, podemos tomar decisões.



Gráfico de David Somerville.



"Dados não são informação, informação não é conhecimento, conhecimento não é entendimento, entendimento não é sabedoria." Cliff Stoll & Gary Schubert





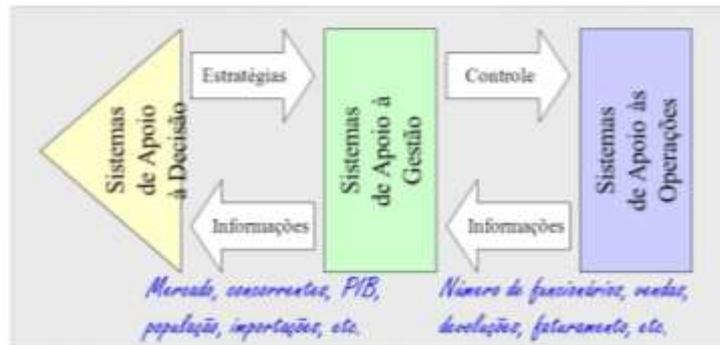
Tipos de Sistemas de Informação



Este sistema, que auxilia na tomada de decisão é chamado de Sistema de Informação Gerencial (SIG), que dá suporte às funções de planejamento, controle e organização de uma empresa, fornecendo informações seguras e em tempo hábil para tomada de decisão.

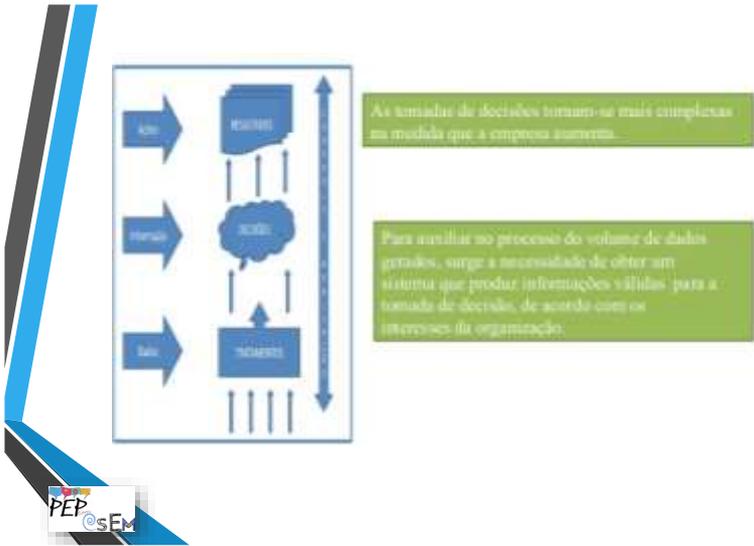
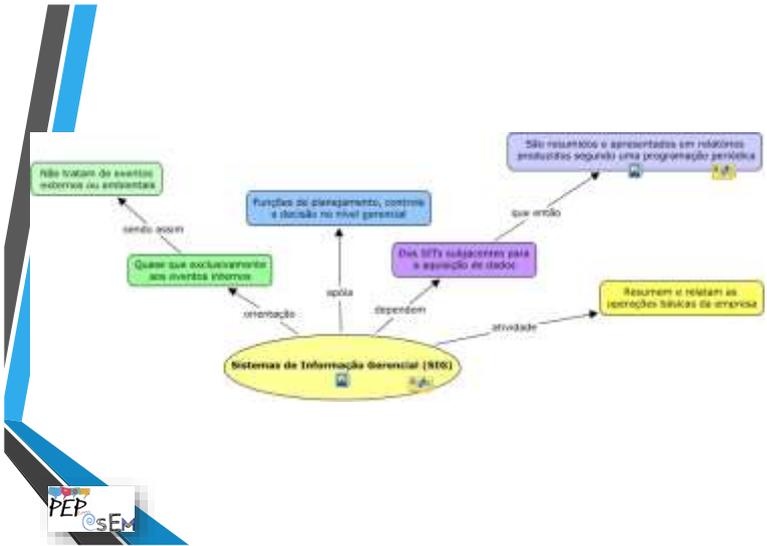
O foco do SIG, é basicamente a eficiência operacional.

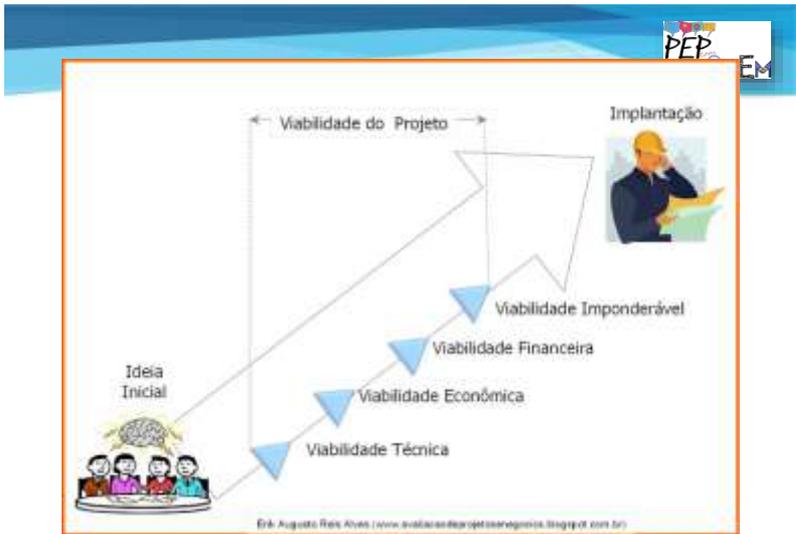
Relação entre os sistemas de informação



SISTEMA DE INFORMAÇÃO GERENCIAL – (SIG)







Erk Augusto Reis Alves | www.avaliacaodeprojetosempresas.blogspot.com.br/



Pauline Balabuch



Não basta aumentar apenas o lucro, mas sim o

VALOR da empresa.

Valor em economia
Temos o valor de uso e o valor de troca.

Valor em Contabilidade
Em contabilidade, o valor é definido como a expressão monetária do patrimônio.

Valor em Finanças
Determinado a partir de caixa descontado, uma taxa que representa o custo do capital, considerando também um prêmio pela perpetuidade da empresa.

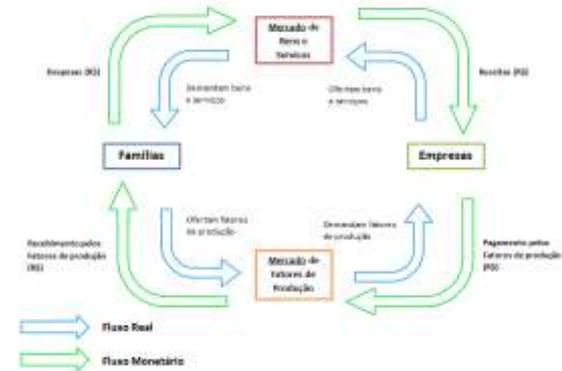


Para gerar valor, é preciso gerar **FLUXO DE CAIXA LIVRE**

DRE	FLUXO DE CAIXA
(+) Receita Bruta	(+) Lucro Antes do Imposto de Renda
(-) Deduções	(+) Depreciação
(-) Receita Líquida	(+) Despesas Financeiras (Juros)
(-) Custo do Produto Vendido	(+) EBITDA
(-) Lucro Bruto	(-) IR/CS
(-) Despesas Comerciais	(+) FCF - Fluxo de Caixa Operacional
(-) Despesas Administrativas	(-) Investimentos em Imobilizado
(-) Despesas Financeiras (Juros)	(-) Investimentos em Cap. Giro
(+) Lucro Antes do Imposto de Renda	(+) FCFE - Fluxo de Caixa para Empresa
(-) IR/CS	(+) Captações de Empréstimos e Financiamento
(-) Lucro Líquido	(-) Amortização de Empréstimos e Financiamentos
	(-) Juros
	(+) FCFE - Fluxo de Caixa dos Sócios



Fluxo Circular da Riqueza



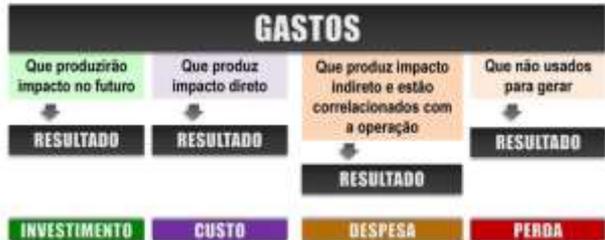


Desempenho financeiro

Custo	Despesas necessárias para criar produtos e serviços.
Receitas	Valores pagos pelos clientes para adquirir produtos e serviços.
Lucro	É o que resta depois de pagas todas as despesas.



O PROCESSO DA GESTÃO FINANCEIRA





DEPRECIACÃO: São os gastos imediatos em dinheiro que são absorvidos pelo custo de bens de bens, que representam o preço e o esforço empregados na compra e na produção do bem.

Custo	→	É o gasto relativo a determinado item usado na produção de outros bens ou serviços. O custo se é reconhecido como tal quando do processo produtivo.
Despesa	→	Tem seu serviço usado, direta ou indiretamente, para obtenção de receita.
Gasto	→	Sacrifício financeiro para obtenção de um produto ou serviço. Implica, necessariamente, saída de dinheiro da empresa.
Investimento	→	Saída de recursos da empresa, com a finalidade de aumentar um ativo.
Desembolso	→	É o pagamento efetivo por parte da empresa.
Perda	→	São decorrentes de fenômenos anormais e involuntários.



Despesa:

- Todo sacrifício, esforço para obter Receita
 - ↳ Matéria Prima; Mão de Obra;
 - ↳ Consumo de bens (Depreciação);
 - ↳ Serviços
- Podem ocorrer à vista ou a prazo
 - ↳ A vista → saída de dinheiro do Caixa
 - ↳ A prazo → aumento das Obrigações



Receitas:

- Vendas de Produtos, Mercadorias ou Serviços
 - ↳ A vista → entrada de dinheiro em Caixa
 - ↳ A prazo → entrada de direitos a receber
- Aumentam o Ativo
 - ↳ Nem todo aumento de Ativo significa Receita
 - ↳ Empréstimos
 - ↳ Financiamentos
 - ↳ Compras a prazo

RECEITAS E DESPESAS
Conceito

Outras considerações:

- Caixa
 - ↳ Entrada de dinheiro → Encaixa
 - ↳ Saída de dinheiro → Descaixa
- Perdas
 - ↳ Variações anormais, incorporadas em ajustamentos no ativo
 - ↳ Incêndio, roubo, inundação, ...



- Custos**
- Indústria:
 - ↳ Gastos de industrialização do produto
 - Comércio:
 - ↳ Gastos relativos às mercadorias p/ revenda
 - Serviços:
 - ↳ Gastos na execução dos serviços
- Despesas**
- Despesas:
 - ↳ Gastos no escritório

DIFERENÇA ENTRE DESPESA E CUSTO



Conta	Custos Produção	Despesas Comercial e Administração
• Pessoal	X	X
• Matéria-Prima	X	
• Mercadoria	X	
• Embalagem	X	
• Manutenção	X	X
• Aluguel	X	X
• Marketing		X
• Comissão de Vendas		X
• Fretes de entrega		X
• Limpeza	X	X



Exemplos dos Conceitos Básicos

INVESTIMENTOS: São os gastos efetuados na aquisição de ativos (bens e direitos registrados em conta do Ativo no Balanço Patrimonial) com a perspectiva de gerar benefícios econômicos em períodos futuros.

EXEMPLO: Aquisição de uma máquina industrial ou um lote de matérias-primas, pela empresa, de benefícios econômicos com bases ativas, visando um retorno futuro sob a forma de produtos fabricados pelo equipamento ou pela transformação das matérias-primas em produtos elaborados e sua comercialização com lucro, posteriormente.

PERDAS: São as ocorrências fortuitas, ocasionais, inesperadas ou involuntárias no ambiente das operações de uma empresa.

EXEMPLO: Valores recuperados com a deterioração anormal de ativos causada por incêndios ou furacões, os furtos de mercadorias ou matérias-primas, o corte injustificado de uma peça demandada e impedida para uso do maquinário.

Tais tipos de gastos não devem ser considerados integrantes dos custos de fabricação dos produtos, de vez que são fatores estranhos de eficiência interna da empresa.



DESPESAS: São os valores despendidos voluntariamente com bens ou serviços utilizados para obter receitas, seja de forma direta ou indireta.

EXEMPLOS: Custos ligados às atividades gerenciais de empresas (salários, despesas de vendas, despesas administrativas e despesas financeiros); e ainda, gastos com aluguel, salários e energia elétrica da administração, despesas administrativas, gastos com juros pagos por dívidas, aquisição de bens materiais e tarifas de manutenção de conta bancária (despesas financeiras) e gastos com comissões de vendas e transporte de vendas.

CUSTOS: São os gastos efetuados para fabricar produtos ou prestar serviços.

EXEMPLOS: Matérias-primas consumidas, salários e encargos sociais dos operários de fábrica, combustíveis, energia elétrica e água utilizadas no processo fabril, seguro do prédio industrial, manutenção, depreciação e outros, além de ser considerados custos.

Outra forma de identificar os gastos que podem ser classificados como custos é que esses geralmente ocorrem durante todo o processo produtivo, ou seja, os insumos de produção necessários desde a fase inicial de fabricação até a etapa em que o produto está completamente pronto, disponível para despacho aos clientes da organização industrial.

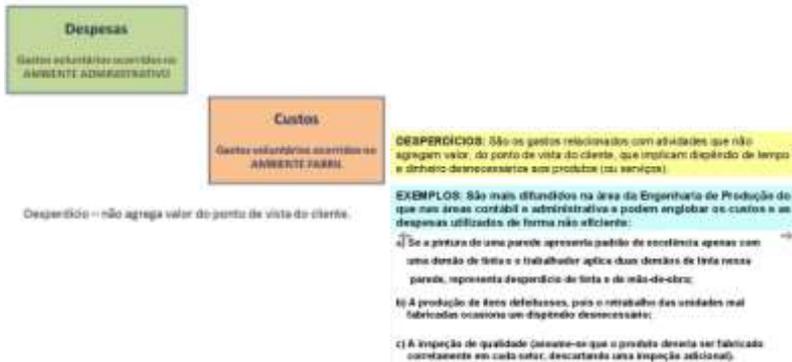
PEP@sEM

Conceito de Custos

- » O **custo** é o gasto econômico que representa a fabricação de um produto ou a prestação de um serviço.
- » **Custos logísticos** são todos os custos relacionados com a logística de uma empresa, entre os quais se podem destacar os custos de armazenagem, custos de existência (estoque), custo de ruptura de estoque, custos de processamento de encomendas e custos de transportes.

PEP@sEM

Custo\$ x Despesa\$



Classificação

Classificação	Categorias	
Quanto à facilidade de identificação no produto	Diretos	Indiretos
Quanto ao volume produzido no período	Variáveis	Fixos

Custos Diretos
São todos os custos efetivados exclusivamente com a fabricação do produto.
São aqueles custos que podem ser identificados com facilidade, como agrégados a este ou aquele item produzido.

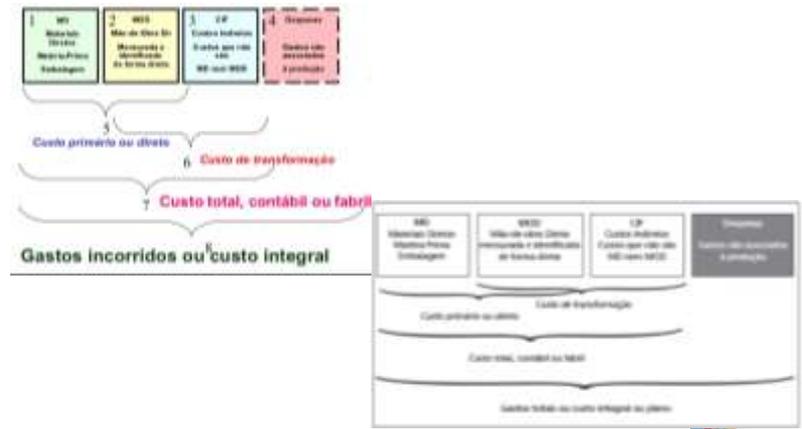
Custos Variáveis
São os gastos cujo total do período está «proporcionalmente relacionado com o volume» de produção.
Um exemplo de custo variável é o material primo, pois, se para fabricar uma unidade de produto gasta-se \$ 20,00, ao produzir 100 unidades serão gastos \$ 2.000,00 e assim sucessivamente.

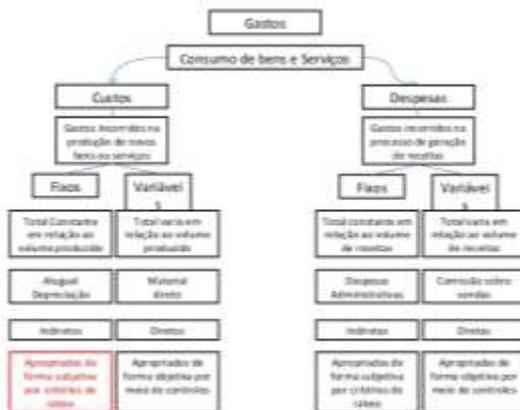
Custos Indiretos
Englobam os itens de custo em que há dificuldades de identificá-los às unidades de produtos fabricados no período.
Nesses casos, a atribuição dos custos indiretos aos objetos accountados por intermédio de rubricas, que consideram a divisão do montante de determinado tipo de custos entre produtos ou serviços utilizando um critério qualquer, como o volume fabricado por produto ou o tempo de fabricação consumido.

Custos Fixos
São os gastos cujos valores totais tendem a permanecer constantes (fixos) mesmo havendo alterações nos níveis de atividades operacionais do período.
Relacionam-se mais especificamente com a capacidade instalada, com a estrutura física que a empresa possui, sendo seu valor total desvinculado do volume fabricado.

POR EXEMPLO: se produzir 10 ou 10.000 unidades, o valor gerado em relação ao gasto industrial não é menor que \$ 20.000,00.







Sobre a Remuneração dos Sócios

• QUAL VALOR DEVE SER PAGO AOS SÓCIOS POR TRABALHAREM NA EMPRESA?

A mesma quantia que a empresa pagaria a terceiros (não-sócios) para executar as funções exercidas por estes.

Assim, se para um profissional executar as funções de gerente comercial os sócios concordariam em pagar \$ 2.000,00 por mês, seja esta a remuneração que eles deveriam retirar da empresa mensalmente a título de pró-labore, se atuantes nesse cargo gerencial.

• **Lucro** é a remuneração do capital investido pelos acionistas na empresa, depois de deduzidas das receitas todas as despesas e custos do período.

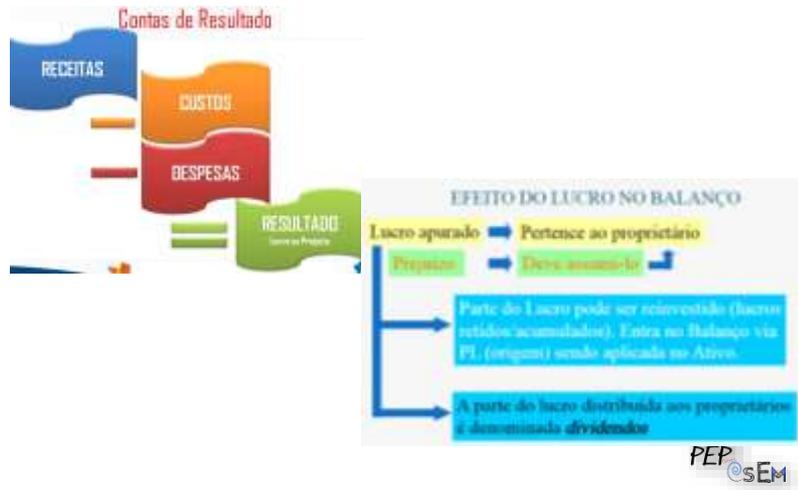
• **Prô-Labore** é o valor que a empresa remunera os acionistas quando estes exercem atividade produtiva na empresa

O PRÔ-LABORE É UMA DAS DESPESAS DO PERÍODO, ENQUANTO O LUCRO É O RESULTADO FINAL DAS OPERAÇÕES



Necessidade de Capital de Giro	
Ativo Operacional	Passivo Operacional
Valores a Receber	Fornecedores
Estoques	Salários
Outros Operacionais	Impostos





Balanço Patrimonial

1. Ativos	2. Passivos
1.1 Circulante 1.1.1 Caixa 1.1.2 Bancos 1.1.3 Equivalentes Circulantes 1.1.4.1 Previdência para Benefícios - Contribuintes 1.1.4.2 Reservas Decoradas 1.1.4.3 Impostos 1.1.7 Reservas de Retenção de Lucros	2.1 Circulante 2.1.1 Fornecedores 2.1.2 Impostos a Recolher 2.1.3 Impostos a Pagar 2.1.4 Dividendos Recorridos e Recebíveis 2.1.5 Representações a Pagar 2.1.6.1 Impostos a Pagar 2.1.7.1 Impostos a Pagar
1.2 Realizável a Longo Prazo 1.2.1 Participações em Empresas - Coligadas e Controladas 1.2.2 Aplicações e Investimentos	2.2 Capital e Longo Prazo 2.2.1 Patrimônio Líquido
1.3 Realizável 1.3.1 Derivativos em Derivação de Participações e Contribuições 1.3.2 Derivativos em Derivação de Reservas 1.3.3 Reservas	3. Passivos - Líquido 3.1.1 Impostos 3.1.2 Impostos a Recolher 3.1.3 Impostos
1.4 Realizável 1.4.1 Impostos a Recolher 1.4.2 Impostos a Recolher - Contribuintes de Impostos a Recolher 1.4.3 Impostos a Recolher - Contribuintes de Impostos a Recolher 1.4.4 Impostos a Recolher - Contribuintes de Impostos a Recolher	
1.5 Realizável 1.5.1 Impostos a Recolher 1.5.2 Impostos a Recolher - Contribuintes de Impostos a Recolher 1.5.3 Impostos a Recolher - Contribuintes de Impostos a Recolher	





DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Objetivo: Fornecer Dados



ANÁLISE DOS DEMONSTRATIVOS

Objetivo: Transformar Dados em Informações gerenciais.

Dados = Números, eventos isolados.

Informações = Produz alguma mensagem para quem recebe e pode causar reação ou decisão.



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO	
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	
Venda de mercadorias	
Venda de produtos	
Prestação de Serviços	
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	
Devoluções	
Abatimentos	
Impostos e Contribuições s/ Vendas	
==> RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA	
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	
Despesa com vendas	
Despesas Administrativas	
(-) DESPESAS FINANCEIRAS	
Despesas financeiras (Taxas, Juros)	
(-) Receitas financeiras (Juros, Taxas)	
OUTRAS DESPESAS E RECEITAS	
Venda de ativo do ativo imobilizado	
(-) Custo de Inven. do ativo imobilizado	
(=) RESULTADO ANTES DO IMPORTE DE IRMADA	
(-) Imposto de Renda	
==> LUCRO (LÍQUIDO) ANTES DE PARTICIPAÇÕES	
(-) Debêntures, Participação de Administrações	
==> RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	





<i>Empresas</i>	
<i>Micros e Pequenas</i>	<i>Médias e Grandes</i>
DRE (simples)	DRE (completa)
Receita (-) Despesas ----- Lucro ou Prejuízo	Receita (-) Despesas (-) Depreciação (-) Outros (-) Impostos ----- Lucro ou Prejuízo
↓	↓

PEP@sEM



METODOLOGIA DE ANÁLISE



PEP@sEM



ETAPAS



- Identificação da real situação financeira da empresa.
- Mensuração do resultado operacional e financeiro.
- Reduções de custos e maximização dos resultados.
- Verificação da viabilidade do negócio.
- Avaliação de empresas.

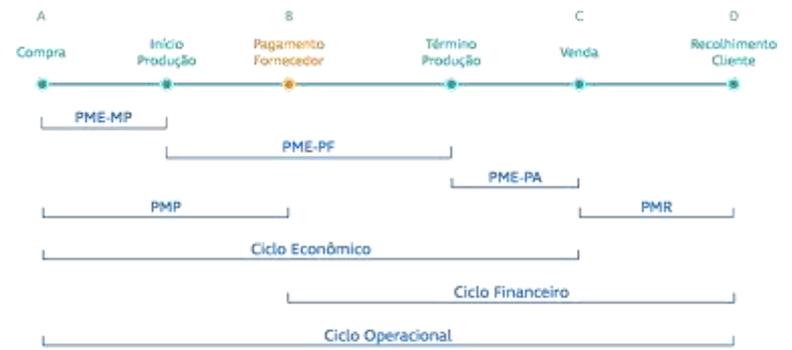
DIAGNÓSTICO ECONÔMICO E FINANCEIRO



Indicadores de Resultado - exemplos

Objetivos Estratégicos - EXEMPLOS		Indicadores de Resultado - EXEMPLOS
Perspectiva Financeira 1) Atender a expectativa do acionista 2) Melhorar desempenho operacional 3) Alcançar crescimento de rentabilidade	ROI Mix do portfólio do negócio	
Perspectiva do Cliente 1) Melhorar o desempenho dos produtos no pós-venda 2) Satisfazer o apuro da qualidade do produto	Garantia do Produto Tempo médio entre falhas	
Perspectiva Interna 1) Desestocar negócios em mercados atípicos 2) Comprometer-se com a rentabilidade 3) Alinhar demandas com o negócio 4) Melhorar a produtividade	Mix do negócio por segmento Taxa de perda Prazo de demandas Controle de Custo	
Perspectiva de Aprendizagem 1) Atualizar competências da equipe 2) Melhorar acesso a dados estratégicos	Produtividade da Equipe	

BSC



PME-MP - Prazo médio de estocagem de matéria-prima
 PME-PF - Prazo médio de estocagem de produtos na fabricação
 PME-PA - Prazo médio de estocagem de produtos acabados

PMR - Prazo médio de recebimento
 PMP - Prazo médio de pagamento



E como formular um preço?



Como exemplo, para a precificação por mark-up divisor (baseada em custos), o empreendedor poderá utilizar a seguinte fórmula como ponto de partida, e realizar as adequações necessárias para a realidade do pequeno negócio.

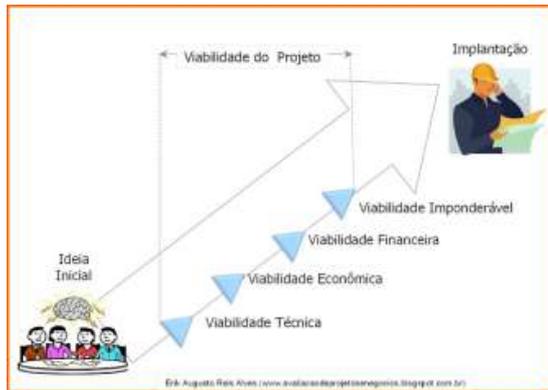
Preço do produto



$$PV = \frac{CMV}{1 - (\%I + \%C + \%CF + \%L)}$$

PV = PREÇO DE VENDA QUE DESEJAMOS CALCULAR
 CMV = CUSTO DA MERCADORIA VENDIDA
 %I = PORCENTAGEM DO IMPORTE SOBRE A VENDA
 %C = PORCENTAGEM DA COMISSÃO SOBRE A VENDA REALIZADA, PRATA-DE MÊSES/OUTROS
 %CF = PORCENTAGEM DO CUSTO VARIÁVEL QUE NÃO TEM IMPLICAÇÃO EM VENDA OU DA PRODUÇÃO (COST SALES) QUE SERÁ CALCULADO SEPARATE A DÍGITO DA META DOS CUSTOS FIXOS MENSUAIS PELA META DE VENDAS ANUAIS
 %L = PORCENTAGEM DE LUCRO DESEJADA





a) O projeto atende aos requisitos técnicos exigidos e às necessidades do mercado? Ele é viável tecnicamente?;

b) O projeto apresenta os ganhos maiores que os desembolsos envolvidos, ou seja, ele apresenta algum “lucro”? Ele é viável economicamente? Note que o termo “lucro” pode se referir a diversos indicadores, sendo o mais comum o VPL;

c) Existe capital para implantar o empreendimento? Ele é viável financeiramente? A viabilidade financeira está relacionada com a existência de capital para implementar o projeto. Dependendo do setor, os investimentos podem ser bastante elevados, sendo necessário aplicar grandes volumes de capital ou captar recursos externos para implantar estes projetos. O acionista ou outro investidor só vai aplicar estes recursos se houver um retorno que supere suas expectativas, ou seja, se houver viabilidade econômica;

d) Há fatores sociais, políticos, de meio-ambiente ou outros, que podem dificultar ou interromper a implantação do projeto? Essa etapa contempla itens não mensurados quantitativamente e pode ser chamada de viabilidade imponderável.



Viabilidade técnica



- Refere-se à análise da capacidade de se desenvolver o sistema proposto com base na tecnologia e pessoal técnico disponível e necessária.
- Variáveis utilizadas para a definição da tecnologia mais adequada:

Custos Praticidade Disponibilidade

Análise Econômico-financeira



- A análise da viabilidade econômico-financeira significa estimar e analisar as **perspectivas de desempenho financeiro** do produto resultante do projeto.
- O primeiro passo para a realização da análise econômica é a montagem do fluxo de caixa, isto é, a definição do fluxo de entradas e saídas de dinheiro durante o ciclo de vida planejado para o produto.

Análise Econômico-financeira



- Os três componentes principais de um fluxo de caixa são:

- Investimentos no novo produto
- Receitas
- Custos e despesas de produção



Análise Econômico-financeira



A - Investimento no novo produto:

- Tipo de Projeto: Dependendo do tipo de projeto o investimento pode ser maior ou menor.

- Disponibilidade de Recursos para a contratação de talentos, aquisição de máquinas, equipamentos, veículos, utensílios, computadores, etc.
- Prospecção e seleção de patentes, tecnologias e licenças.
- Gastos com estudos, pesquisas de mercado, projetos e capacitação de profissionais.

Análise Econômico-financeira



B - Receitas: Corresponde a estimativa de venda de produtos e subprodutos gerados pela produção. Para o cálculo dessa estimativa deve-se levar em consideração os seguintes fatores:



Análise Econômico-financeira



C - Custos e despesas de produção:

- São os valores gastos diretamente e indiretamente para a produção e comercialização do produto.
- Os custos são os gastos com um bem ou serviços utilizados para a produção de outros bens.
- Os principais custos são os seguintes:
 - Matérias primas, embalagens, materiais auxiliares;
 - Mão-de-obra direta;
 - Consumo de energia elétrica, de água e de combustível;
 - Manutenção, seguros, aluguéis, diversos.

Indicadores de viabilidade

• Lucratividade

Lucro Líquido / Receita Total *100



• Rentabilidade

Lucro Líquido / Investimento Total *100

• **Prazo de Retorno do Investimento**
Investimento Total / Lucro líquido



Lucratividade

$$\text{Margem bruta} = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Receita líquida}} \quad \text{Margem líquida} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Receita líquida}}$$

EMPRESA COMERCIAL	EMPRESA INDUSTRIAL	EMPRESA DE SERVIÇOS
Receita de Vendas (-) Impostos (=) Receita Líquida (-) Custo da Mercadoria Vendida (CMV) (=) LUCRO BRUTO (-) Despesas Operacionais (=) LUCRO OPERACIONAL (+) Receitas não operacionais (-) Despesas não operacionais (=) LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR (-) Provisão para Imposto de Renda (=) LUCRO LÍQUIDO	Receita de Vendas (-) Impostos (=) Receita Líquida (-) Custo dos Produtos Vendidos (CPV) (=) LUCRO BRUTO (-) Despesas Operacionais (=) LUCRO OPERACIONAL (+) Receitas não operacionais (-) Despesas não operacionais (=) LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR (-) Provisão para Imposto de Renda (=) LUCRO LÍQUIDO	Receita de Serviços (-) Impostos (=) Receita Líquida (-) Custo dos Serviços Prestados (=) LUCRO BRUTO (-) Despesas Operacionais (=) LUCRO OPERACIONAL (+) Receitas não operacionais (-) Despesas não operacionais (=) LUCRO LÍQUIDO ANTES DO IR (-) Provisão para Imposto de Renda (=) LUCRO LÍQUIDO

Diferença Entre Lucro e Rentabilidade



Lucro

Valor absoluto receitas - despesas; não depende do valor do investimento.

Rentabilidade

O quanto rendeu, percentualmente, o investimento (poupança, fundo de renda fixa, ou negócio).



RENTABILIDADE

Quanto o investimento rende ao ano.

(R\$ mil)	2010	2011	2012	2013	2014
(e) Injeção de Capital	650	350	0	0	0
(e1) Investimento Total	650	650+350 = 1000	1000	1000	1000
(e2) Investimento Total Corrigido 15% ao ano	650x1,15 = 747,5	(747,5+350) x 1,15 = 1262,13	1262,13* 1,15 = 1451,44	1669,16	1919,53
(f) Lucro Líquido = (d)-(c)	-100	-300	+1000	+3100	+4700
(h) Rentabilidade = (f) / (e2)	-100 / 747,5 = -13,4%	-300 / 1262,13 = -23,8%	1000 / 1451,44 = 69%	3100 / 1669,16 = 186%	4700 / 1919,53 = 245%

Rentabilidade Média no período = 92,56%



Diferença Entre Rentabilidade e Taxa de Retorno



Rentabilidade

Quanto o investimento rende ao ano.

Taxa de Retorno

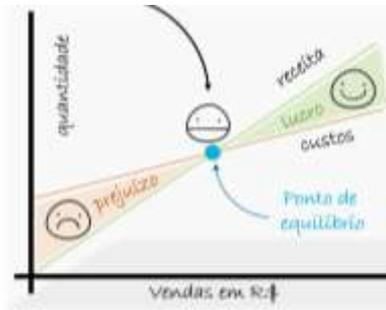
Quanto o investimento está valendo
(→ reflete Ganho de Capital!)



Taxas de retorno

			$\frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}}$
ALTO	BOM RETORNO Aplicações deste tipo apresentam retornos médio. Apresentam tendências de aplicações bastante intuitivas.	EXCELENTE RETORNO Pequenas alterações em aplicações deste tipo apresentam grandes impactos e ganhos de produtividade.	
ALCANCE	BAIXO RETORNO Poucas aplicações deste tipo provêem retornos reais.	BOM RETORNO Aplicações deste tipo apresentam melhorias significativas na produtividade.	
	BAIXO	UTILIZAÇÃO	ALTO





Para calcular o ponto de equilíbrio
Com o custo fixo, o variável e o preço, é possível saber quantas vendas são necessárias. Veja exemplo com empresa de sapatos.

CUSTO FIXO
Salários, contas e outras despesas
R\$ 6 mil

PREÇO DE VENDA
R\$ 50

CUSTO VARIÁVEL
R\$ 20

A EMPRESA PRECISA VENDER
200
unidades por mês para pagar as contas

Para fabricar cada par de sapato



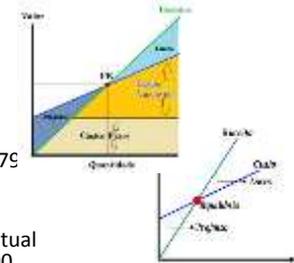
Informações e cálculo para se obter o P.E.:

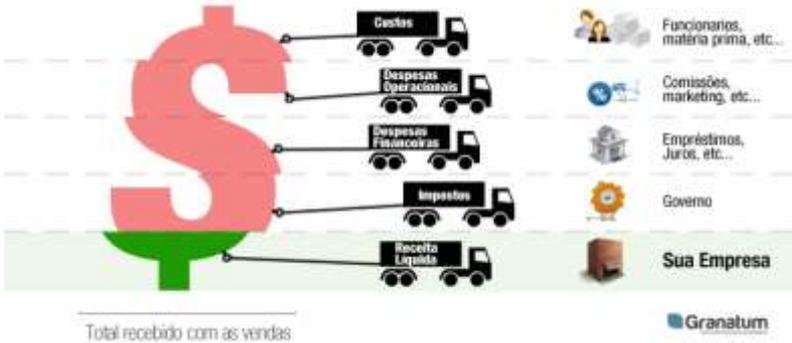
- Valor do custo fixo mensal /
- Margem de contribuição = P. de Venda – Custos Variáveis

$$PE = \frac{\text{Custo fixo}}{1 - (\text{Custo variável} / \text{Receita total})}$$

Exemplo

- Valor do custo fixo mensal = R\$ 5,000,00
- R\$ 90,00(diária) - R\$ 27,00(30% de C.V.) = R\$ 63,00(M.C.=70%)
- **Ponto de Equilíbrio** = R\$ 5,000,00/ R\$ 63,00 = 79 diárias **ou**
- **Ponto de Equilíbrio** = R\$ 5,000,00/70%(percentual de margem de contribuição) x 100 = R\$ 7.142,00





Total recebido com as vendas

Granatum



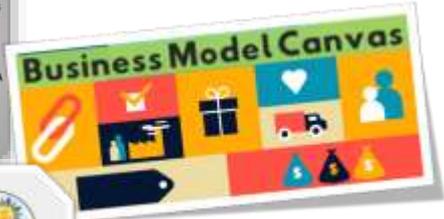


PEP @SEM



PEP @SEM



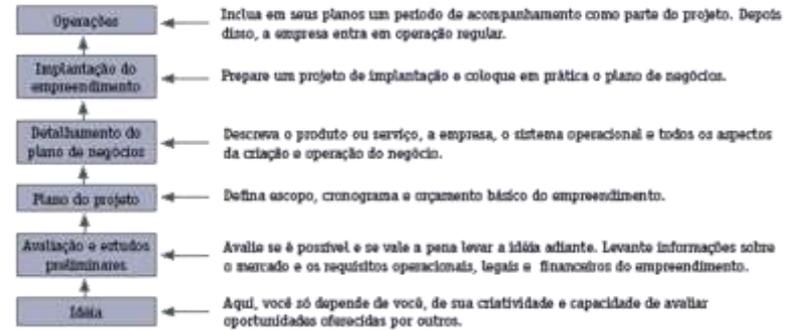


Pauline Balabuch





Ciclo de vida de um projeto de novo negócio





COMO ESCOLHER O NOME DA SUA EMPRESA?

Frederico Mafrá, especialista em marketing
Marketing | 28/02/2013 - <http://exame.abril.com.br/pme/dicas-de-especialista/noticias/como-escolher-o-nome-da-sua-empresa>

A criação de um nome exige tempo e dedicação por parte do empreendedor. Trata-se de uma decisão fundamental, que pode ajudar ou não na construção da imagem e do posicionamento da empresa de forma diferenciada no mercado. Algumas dicas devem ser observadas, portanto, neste momento de definição do nome da empresa:

- 1. Invista tempo e dinheiro na criação da marca: Verifique a existência de outras marcas e ideias similares no mercado. Ainda na etapa de planejamento, a criação do nome e/ou da marca deve se basear no posicionamento de marketing da empresa.
- 2. A marca deve ser de fácil de lembrar: Nomes longos e difíceis de serem lembrados e escritos dificultam a assimilação da mensagem e a fixação da ideia principal da marca (posicionamento).
- 3. Não abuse de siglas: O uso de siglas para definição de um nome pode ser mais fácil de ser elaborado, mas é importante que elas signifiquem algo.
- 4. Não copie o concorrente: Além de acabar confundindo o cliente, a empresa pode, no pior dos casos, ser processada por outra empresa que se sentir imitada.
- 5. Evite nomes regionais: Podem, no primeiro caso, limitar o crescimento da marca em outras regiões com características diferentes da original.

O QUE É?



É um poderoso e eficiente instrumento para tomada de decisões quanto a viabilidade ou não de um determinado empreendimento e também para a sua administração.

Embora o ideal é que o plano de negócios, seja elaborado antes do início do empreendimento, é fundamental que as empresas que já estão em atividade elaborem o seu.



O Plano de Negócios

“Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado.” Como Elaborar um Plano de Negócios, Sebrae, Brasília, 2009



PARA QUE SERVE?

- ▶ Entender e estabelecer as diretrizes para o seu negócio
- ▶ Gerenciar, de forma eficaz a empresa e tomar decisões acertadas
- ▶ Monitorar e tomar ações corretivas
- ▶ Captar recursos junto a bancos, governo, SEBRAE, investidores, capitalistas
- ▶ Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo
- ▶ Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo (fornecedores, parceiros, clientes, bancos, investidores, associações etc.)



POR ONDE COMEÇAR?



DESENVOLVENDO UM PLANO DE NEGÓCIOS



- Com um plano de negócios é a certeza que o negócio será viável?
- Quantas vezes o plano deve ser elaborado?
- É feito apenas para os iniciantes?
- Para que serve os modelos e guias de elaboração?
- O que pode acontecer quando montamos uma empresa sem o plano?

Resumo dos principais pontos do plano de negócio

O que é e como fazer?

Após desenvolver o plano, faça uma reunião com investidores para validar o plano. **Procurar parceiros!**

1

O que é o negócio;

Quais os principais produtos e/ou serviços;

2

- Qual o propósito do seu plano?
- O que você está apresentando?
- O que é a sua empresa?

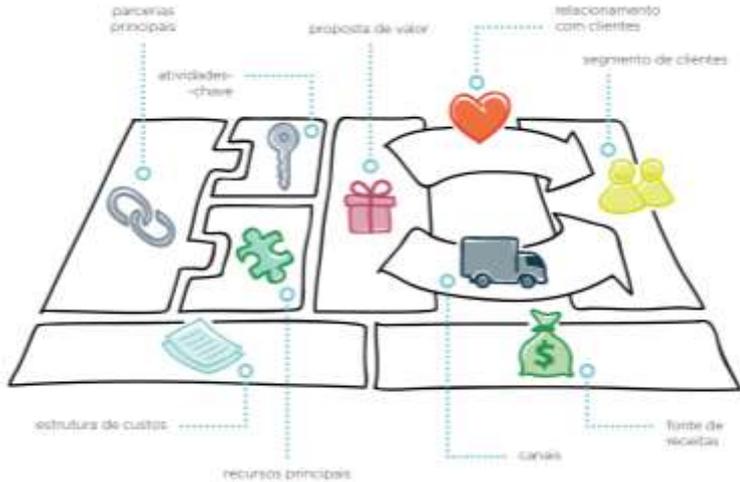
Roteiro do seu Plano de Negócios

1. Apresentação
Qual projeto e porquê?

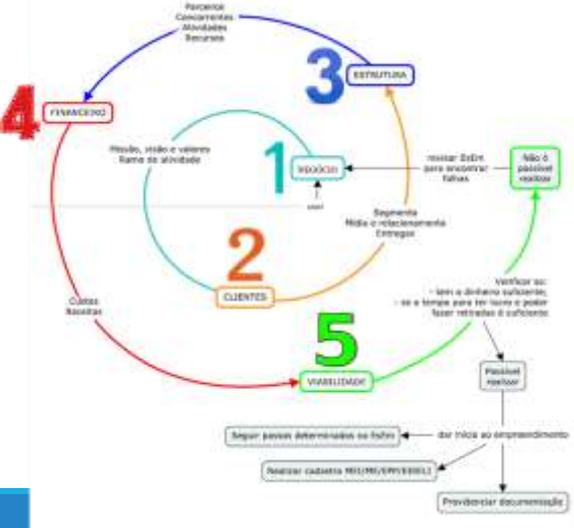


2. Organização
Qual a missão e visão do seu negócio?
Como você vai atuar e quais indicadores irão medir [mensurar] se está dando tudo dando certo [os objetivos]?

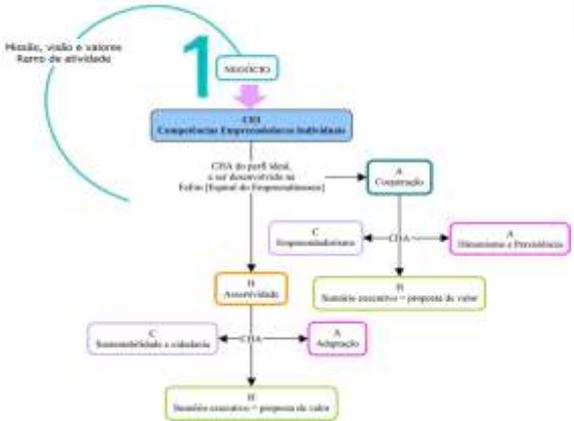
3. Produto ou serviço
Qual impacto social ou ambiental do seu projeto?







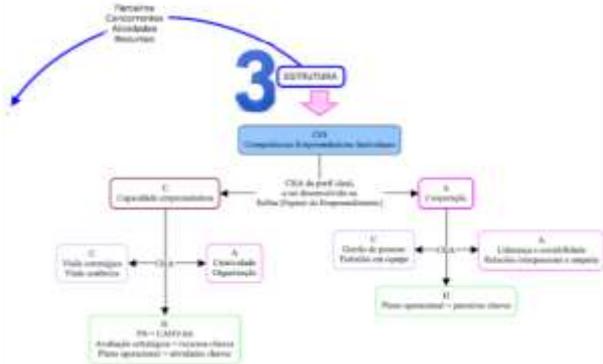
ESEM FASE 1 - NEGÓCIO



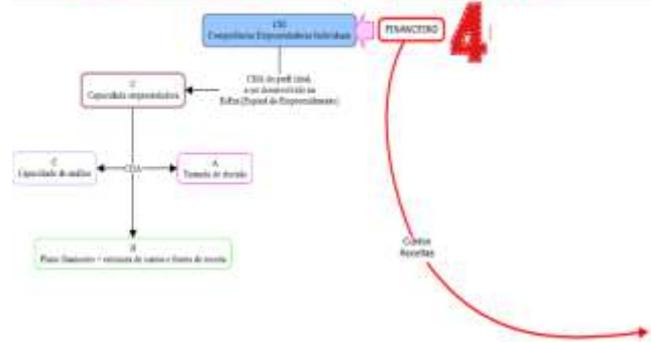
ESEM FASE 2 - CLIENTES



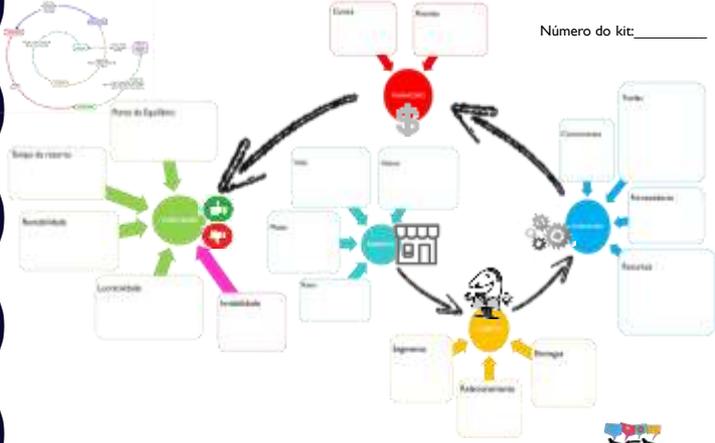
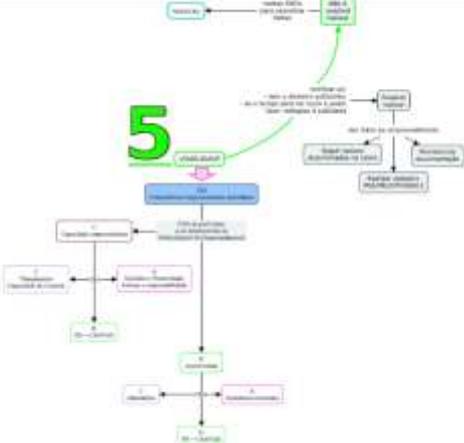
ESEM FASE 3 – ESTRUTURA



ESEM FASE 4 – FINANCEIRO



ESEM FASE 5 – VIABILIDADE





Pauline Belabach



DICAS PARA O PREENCHIMENTO DA ESPIRAL DO EMPREENDIMENTO



Pauline Belabach



NEGÓCIO



1. Qual ramo/negócio da sua empresa?
2. Qual problema do cliente você vai resolver?
3. Qual produto ou serviço você oferece ao seu cliente?
4. Missão: qual é o principal benefício que sua empresa leva ao seu cliente?
5. Visão: como você gostaria que sua empresa estivesse daqui 10 anos?
6. Se sua empresa fosse uma pessoa, por quais atitudes ela deveria ser conhecida, lembrada e admirada?

CLIENTES



1. Quem é o seu cliente (idade, renda, bairro)?
2. Principais benefícios que seu cliente procura na sua empresa?
3. Qual a frequência de compra/consumo do seu cliente na sua empresa?
4. Como você inicia o relacionamento com seu cliente?
5. Como você vai divulgar sua empresa?
6. Que canais de venda e distribuição sua empresa terá?
7. Visibilidade: É fácil de localizar o ponto? Existe algum obstáculo para visualizar o local?
8. Pós-venda: como você atende ao seu cliente no pós-compra?

ESTRUTURA



1. Quais recursos são necessários para sua empresa funcionar?
2. Quem são seus principais fornecedores?
3. Quais atividades são necessárias para sua empresa funcionar?
4. Quem são seus principais concorrentes?

FINANCEIRO



1. Quais os maiores custos envolvidos na minha empresa (luz, água, telefone, aluguel, salário, equipamentos)?
2. Quanto custa o seu produto/serviço (embalagem, matéria-prima)?
3. Você vai abrir a empresa com dinheiro próprio ou vai emprestar?
4. Qual o valor que o seu cliente está disposto a pagar pelo seu produto/serviço?
5. Como o cliente te paga (à vista ou à prazo)?

VIABILIDADE



1. O negócio é viável?
2. O negócio é compensador?
3. Você dispõe das condições necessárias para abrir o negócio e concretizar o seu sonho empresarial?
4. Você está mesmo disposto a investir recursos e esforços na realização desse sonho?
5. Quem somará recursos e esforços com você?





Pauline Belabach



FINANCEIRO



Pauline Belabach



1. Análise de Investimento (RIG)	
Descrição	Valor (R\$)
1.1. Salário do empreendedor	
1.2. Salário	
1.3. Aluguel	
1.4. Aluguel do espaço de trabalho	
1.5. Aluguel do ponto comercial	
1.6. Salário	
1.7. Salário	
1.8. Salário	
1.9. Salário	
1.10. Salário	
1.11. Salário	
1.12. Salário	
1.13. Salário	
1.14. Salário	
1.15. Salário	
1.16. Salário	
1.17. Salário	
1.18. Salário	
1.19. Salário	
1.20. Salário	
1.21. Salário	
1.22. Salário	
1.23. Salário	
1.24. Salário	
1.25. Salário	
1.26. Salário	
1.27. Salário	
1.28. Salário	
1.29. Salário	
1.30. Salário	
1.31. Salário	
1.32. Salário	
1.33. Salário	
1.34. Salário	
1.35. Salário	
1.36. Salário	
1.37. Salário	
1.38. Salário	
1.39. Salário	
1.40. Salário	
1.41. Salário	
1.42. Salário	
1.43. Salário	
1.44. Salário	
1.45. Salário	
1.46. Salário	
1.47. Salário	
1.48. Salário	
1.49. Salário	
1.50. Salário	
1.51. Salário	
1.52. Salário	
1.53. Salário	
1.54. Salário	
1.55. Salário	
1.56. Salário	
1.57. Salário	
1.58. Salário	
1.59. Salário	
1.60. Salário	
1.61. Salário	
1.62. Salário	
1.63. Salário	
1.64. Salário	
1.65. Salário	
1.66. Salário	
1.67. Salário	
1.68. Salário	
1.69. Salário	
1.70. Salário	
1.71. Salário	
1.72. Salário	
1.73. Salário	
1.74. Salário	
1.75. Salário	
1.76. Salário	
1.77. Salário	
1.78. Salário	
1.79. Salário	
1.80. Salário	
1.81. Salário	
1.82. Salário	
1.83. Salário	
1.84. Salário	
1.85. Salário	
1.86. Salário	
1.87. Salário	
1.88. Salário	
1.89. Salário	
1.90. Salário	
1.91. Salário	
1.92. Salário	
1.93. Salário	
1.94. Salário	
1.95. Salário	
1.96. Salário	
1.97. Salário	
1.98. Salário	
1.99. Salário	
1.100. Salário	

VIABILIDADE



Ponto de Equilíbrio =
(Custo Fixo / Margem de contribuição) x 100

Prazo de Retorno do Investimento =
Investimento Total / Lucro Líquido

Rentabilidade =
(Lucro líquido / Valor do Investimento) x 100

Lucratividade =
(Lucro Líquido / Receita Total) x 100



REFERÊNCIAS



DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

IRELAND, Timothy D.; et al. **Emprego e trabalho**: caderno do professor. São Paulo: Unitrabalho – Fundação Interuniversitária de Estudos e Pesquisas sobre Trabalho, 2007.

JARDIM, Manuel J. de A. **Programa de desenvolvimento de competências pessoais e sociais**: estudo para a promoção do sucesso acadêmico. 2007. 596f. Tese (Doutorado em Ciências da Educação) – Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal, 2007.

LOURENÇO, Anabela. **Balanco de competências-chave para o empreendedorismo** – Manual de apoio ao facilitador. Portugal: Escola Profissional de Alte – CIPRL, 2008.

MARTINS, Antonio J. **Clube Mais** – educação para o empreendedorismo. Portugal: Moura, 1ª edição, 2008.

MAXIMINIANO, Antônio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation** – Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

SEBRAE. **Mapa de Competências**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/Mapa-de-Compet%C3%Aancias-testa-suas-habilidades-empreendedoras>>. Acesso em 06 jul.2015.

