



**Jovens
Empreendedores**
Primeiros Passos

9º ANO
LIVRO DO ALUNO

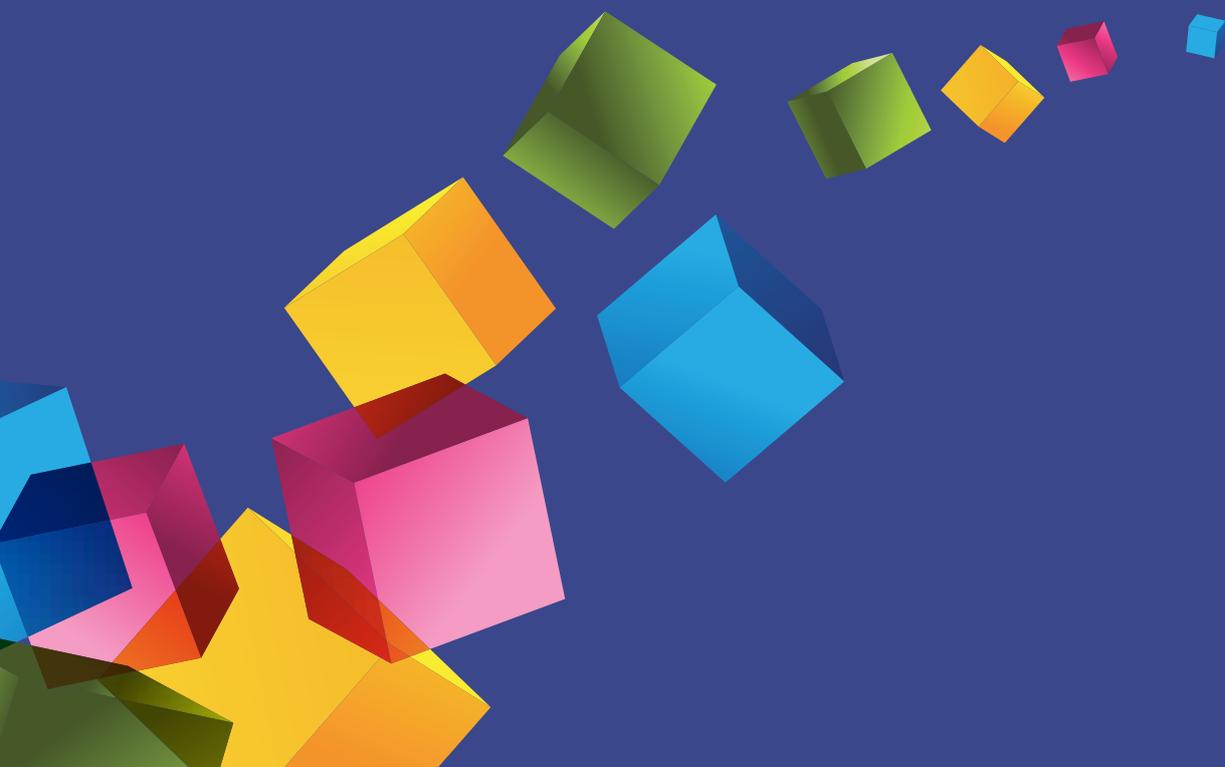


**NOVAS IDEIAS,
GRANDES NEGÓCIOS**



Aprender, sempre é um bom negócio

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas



Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial

NOVAS IDEIAS, GRANDES NEGÓCIOS

9º ANO – LIVRO DO ALUNO

Brasília-DF

2012

© 2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Capacitação Empresarial – UCE
SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF
Telefone: (61) 3348-7168
Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Barretto Pereira Filho

Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional

Flávia Azevedo Fernandes

Coordenação Estadual Sebrae SP

Ana Maria de Araújo Brasília
Ana Paula Sefton
Rejane Leatrice de Marco

Consultores Conteudistas

Eliana Sabará Teixeira Silva – C&T Cooperativa de Trabalho
Maria Estela Lacerda Ferreira – C&T Cooperativa de Trabalho

Revisão de Conteúdo

Elimara Clélia Rufino – R&R Associados Ltda.

Consultor Educacional

Adilson César de Araujo – Viva Educação Consultoria Ltda.

Revisão Ortográfica

Grupo Informe Comunicação Integrada

Editoração Eletrônica

Grupo Informe Comunicação Integrada

Jovens Empreendedores

Primeiros Passos

NOVAS IDEIAS, GRANDES NEGÓCIOS

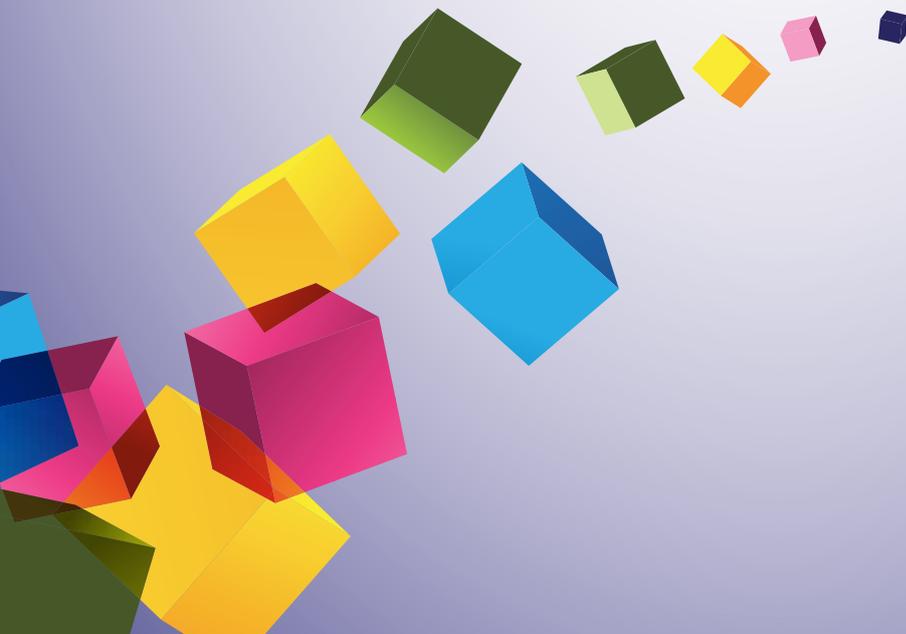
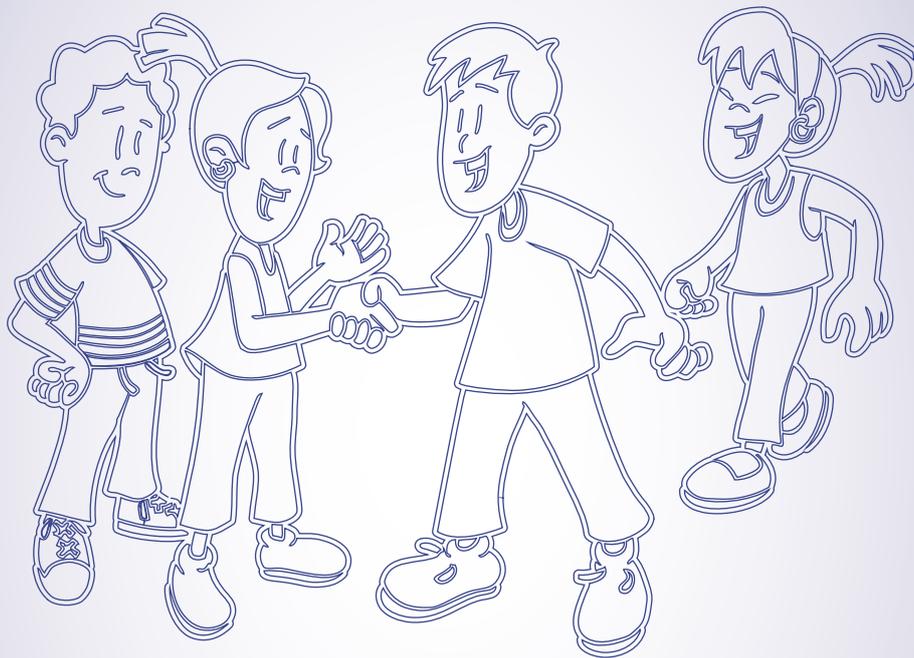
9º ANO LIVRO DO ALUNO

Nome: _____ Turma: _____

Escola: _____

9º Ano

Livro do Aluno



Sumário



8	Introdução	1	A TURMA DOS JOVENS EMPREENDEDORES
10	Encontro	2	O EMPREENDEDOR E SEU NEGÓCIO
18	Encontro	3	QUAL PRODUTO? QUAIS CLIENTES?
26	Encontro	4	LOCAL, CONCORRÊNCIA E RECURSOS MATERIAIS
34	Encontro	5	CUIDANDO DAS FINANÇAS
44	Encontro	6	ENTENDENDO O MARKETING
58	Encontro	7	EQUIPE E PRODUÇÃO
68	Encontro	8	DEFININDO O PÓS-VENDA
78	Encontro	9	PREPARANDO O PLANO DE NEGÓCIOS
86	Encontro	10	ANALISANDO A IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO
96	Encontro		AVALIANDO O PLANO DE NEGÓCIOS E O APRENDIZADO
104	Encontro		MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Uma turma de jovens empreendedores



Pâmela, Mieke, Maurício e Leonardo estudam juntos na turma do 9º ano de uma cidade brasileira.

Como você, eles são jovens ativos, criativos, estão sempre em busca de novos aprendizados e atentos a tudo o que acontece no mundo em seu redor.

Os quatro amigos estão aprendendo sobre empreendedorismo e pensando em como podem contribuir para a qualidade de vida das pessoas e para a sustentabilidade do planeta.

**VOCÊ JÁ OUVIU FALAR EM “EMPREENDEDOR”?
O QUE É UM JOVEM EMPREENDEDOR?**

Empreendedores são pessoas que sonham, definem suas metas, ou seja, definem o que querem alcançar e, a partir disso, planejam e agem para buscar alcançá-las.

SERÁ QUE PODEMOS APRENDER A EMPREENDER?

É claro que sim! E para experimentar como isso pode acontecer na prática você é convidado de honra para participar de uma turma de jovens empreendedores com seus colegas da turma do 9º ano.

Você está iniciando o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos e com ele terá a oportunidade de aprender como é ser um empreendedor, e mais, terá a oportunidade de desenvolver um exercício no qual vai simular a abertura de um negócio. Para que isso aconteça vamos desenvolver diversas atividades. Em especial, a atividade para montar um negócio acontecerá através de todo o passo a passo da elaboração de um plano de negócios, que é o planejamento necessário para tornar realidade uma oportunidade identificada. Tudo será definido por vocês neste exercício como jovem empreendedor, desde a escolha do produto, nome do negócio, definição de mercado e todos os desafios envolvidos neste negócio.

PREPARE-SE E PARTICIPE! EXERCITE COMO É SER UM JOVEM EMPREENDEDOR!

**SEJA BEM-VINDO AO GRUPO
DOS JOVENS EMPREENDEDORES
DO 9º ANO!**



O empreendedor e seu negócio



VAMOS JUNTOS CONHECER E PRATICAR COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

Objetivos do encontro:

- Conhecer como será o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos;
- Conhecer o perfil do empreendedor;
- Identificar a oportunidade de negócio;
- Realizar a pesquisa e definir o negócio.

ATIVIDADES

I. O PERFIL DO EMPREENDEDOR

Planejar e administrar um negócio agindo como empreendedor aumentam as chances de sucesso profissional e de se alcançar realização pessoal.

Mas o que é ser empreendedor?

Empreendedor é aquela pessoa capaz de transformar seu sonho ou ideia em realidade.

Para isso ele necessita de um conjunto de habilidades ou características pessoais que devem estar em constante desenvolvimento e aperfeiçoamento.

Imagine, por exemplo, alguém que decida se tornar um médico, um advogado ou ator. Esta pessoa precisará estudar bastante, se esforçar, planejar e organizar as atividades que precisa realizar para alcançar seus objetivos. Enfim, precisará arregaçar as mangas e agir na busca daquilo que deseja alcançar.

No mundo dos negócios não é diferente. Para tornar um negócio realidade é preciso planejar, organizar o trabalho, pensar na qualidade, ser persistente diante de dificuldades que podem surgir, enfim, é preciso ter determinação e agir de maneira planejada para alcançar os objetivos propostos para este negócio.

PARA ENTENDER MELHOR COMO É QUE AGE UMA PESSOA EMPREENDEDORA, INDEPENDENTE DE TER UM NEGÓCIO OU DA ATIVIDADE PROFISSIONAL A QUE SE DEDIQUE DURANTE A SUA VIDA, CONHEÇA DEZ CARACTERÍSTICAS QUE MOSTRAM COMO SE COMPORTAM OS EMPREENDEDORES:

BUSCA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA
Identifica oportunidades e situações para desenvolver melhor seu negócio ou explorar uma atividade e age diante de uma oportunidade saindo na frente, fazendo algo antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias.
BUSCA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA
Busca sempre orientações, estuda, pesquisa e está sempre atento aos acontecimentos do mercado e da sua atividade.
ESTABELECIMENTO DE METAS
Define seus objetivos com clareza, em curto e em longo prazo, de forma que sejam desafiantes e tragam satisfação pessoal.



PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS

Organiza e divide as atividades que precisa realizar em ações determinadas e com prazos definidos, revisando os resultados e efetuando as mudanças necessárias.

PERSISTÊNCIA

Enfrenta os desafios e dificuldades que podem surgir na busca de seus objetivos, efetuando mudanças necessárias, agindo diante de obstáculos e sem perder o foco no objetivo que espera alcançar.

COMPROMETIMENTO

Age para cumprir os objetivos, assumindo compromisso pessoal e responsabilidade pela realização de tarefas.

CORRER RISCOS CALCULADOS

Procura analisar as informações antecipadamente e assume riscos a partir dessa avaliação.

EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA

Dedica-se a fazer bem feito, com qualidade e no tempo esperado aquilo que é preciso realizar, procurando exceder as expectativas.

PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

Desenvolve e mantém seus relacionamentos empreendedores e profissionais, e procura sempre encontrar pessoas que podem auxiliar no atingimento dos objetivos.

INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA

Acredita na sua capacidade, defende suas ideias e é consciente da necessidade de conviver e contar com outras pessoas para alcançar seus objetivos.

É a partir dessas características que o empreendedor se desenvolve.

NÓS TEREMOS A OPORTUNIDADE DE EXERCITAR COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES DURANTE O CURSO, ESPECIALMENTE NA ATIVIDADE EM QUE SIMULAREMOS A ABERTURA DE UM NEGÓCIO.

EXERCITAREMOS COMO É SER UM JOVEM EMPREENDEDOR!

Apesar de estabelecidas as dez características que definem o comportamento do empreendedor, apresentadas no quadro estudado, outros aspectos relacionados a elas são considerados e observados na conduta dos empreendedores.

O empreendedor é normalmente motivado, cheio de energia, age com entusiasmo e independência, se comunica bem, tem a capacidade de transmitir suas ideias, pensamentos e emoções com clareza e objetividade.

O empreendedor é criativo, flexível, sempre capaz de absorver ideias novas. Íntegro e imparcial, age com coerência e comprometimento na busca de suas metas.

Líder e negociador, o empreendedor mobiliza pessoas, faz acordos e negócios que são interessantes a ele e aos outros envolvidos, procura se relacionar bem com as pessoas e age como agente transformador da sociedade.

É persistente, determinado, consegue suportar situações difíceis e não olha de maneira derrotista ou negativa para tudo, sendo sempre capaz de perceber, identificar e avaliar uma situação, procurando encontrar uma boa oportunidade.

1.1. VOCÊ CONHECE ALGUMA PESSOA QUE SE ENCAIXA NESTE PERFIL DE EMPREENDEDOR? QUEM? JUSTIFIQUE.





2. OS PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

Para pensar em desenvolver um negócio é preciso se preparar!

Assim como quando vamos fazer uma viagem é preciso planejamento!

Quando vamos fazer uma viagem, precisamos nos preparar. Precisamos saber para onde iremos, como e em que dia vamos e quando voltamos, como faremos a viagem e quem irá conosco, o que vamos fazer neste lugar, enfim, são muitos detalhes para cuidar e planejar.

No mundo dos negócios planejamento também é uma palavra de ordem e é um comportamento marcante dos empreendedores.

O planejamento para montar um negócio (uma empresa) é o que chamamos de plano de negócios.

O plano de negócios é o conjunto de atividades que deve ser feito para alcançar um objetivo. É como um passo a passo para chegar ao objetivo desejado.

Desenvolveremos um plano de negócios em todos os seus passos, desde a identificação da oportunidade de negócios até a implantação e a avaliação dos resultados.

Como será construído o plano de negócios para nossa atividade empreendedora?

PASSOS PARA UM PLANO DE NEGÓCIOS

**PLANEJAR É PENSAR
ANTECIPADAMENTE E
ORGANIZAR TUDO O QUE
VOCÊ PRECISA PARA REALIZAR
ALGUMA ATIVIDADE.**

No mundo dos negócios planejamento também é uma palavra de ordem e é um comportamento marcante dos empreendedores.

O planejamento para montar um negócio (uma empresa) é o que chamamos de plano de negócios.

O plano de negócios é o conjunto de atividades que deve ser feito para alcançar um objetivo. É como um passo a passo para chegar ao objetivo desejado.

Desenvolveremos um plano de negócios em todos os seus passos, desde a identificação da oportunidade de negócios até a implantação e a avaliação dos resultados.

Como será construído o plano de negócios para nossa atividade empreendedora?

PASSOS PARA UM PLANO DE NEGÓCIOS

- Identificar a oportunidade de mercado e definir o tipo de negócio.
- Definir um nome para o negócio.
- Definir os produtos e serviços.
- Definir os clientes do negócio.
- Identificar os concorrentes.
- Definir o local de funcionamento do negócio.
- Estabelecer as ações de produção e para o desenvolvimento dos produtos e serviços.
- Definir recursos materiais necessários e parcerias para implantação do plano de negócios.
- Definir recursos financeiros necessários para desenvolvimento do negócio.
- Definir ações de marketing para divulgação do negócio.
- Organizar e distribuir as tarefas entre os responsáveis pelo negócio.
- Avaliar resultados do negócio e desenvolver o sistema de pós-venda, visando à manutenção dos clientes.



Durante os encontros do curso vamos nos dedicar para realizar estes passos de planejamento e fazer do nosso negócio um SUCESSO!

E lembre-se de que durante o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos vamos praticar todos os comportamentos empreendedores!

BOM TRABALHO!

3. DEFINIÇÃO DOS INTEGRANTES DOS GRUPOS/NEGÓCIOS

Este é o momento de definir quem serão os integrantes de sua equipe de trabalho.

Os grupos definidos neste encontro serão mantidos até o final do curso.

Durante nossos encontros, cada grupo irá planejar os passos do plano de negócios para estruturar uma empresa e desenvolver sua implantação. Vamos simular a abertura de um negócio e colocar em prática muita energia e criatividade empreendedora.

MÃOS À OBRA!

Defina quem serão seus parceiros de equipe. Acompanhe as orientações do professor.



4. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

IDENTIFICAR A OPORTUNIDADE DE MERCADO E DEFINIR O TIPO DE NEGÓCIO

A criação de um negócio compreende basicamente quatro aspectos:

- identificar uma necessidade (alguma novidade ou algo que as pessoas precisem);
- desenvolver produtos e/ou serviços;
- estruturar os recursos materiais, humanos e os processos (procedimentos) de trabalho para produzir os produtos/serviços;
- definir como vender esses produtos/serviços.

Neste momento vamos nos concentrar na identificação da oportunidade de mercado.

Para isso será preciso, inicialmente, conhecer melhor o mercado e identificar uma oportunidade, pensando numa necessidade percebida. Mas que necessidade é essa? Trata-se da necessidade do cliente, é claro! Sem dúvida, é para o cliente que se estrutura um negócio.

PESQUISA DE MERCADO É A FERRAMENTA UTILIZADA POR EMPRESAS COM O OBJETIVO DE REUNIR INFORMAÇÕES QUE AUXILIEM NO LANÇAMENTO DE PRODUTOS/SERVIÇOS NO MERCADO.

Os empreendedores sempre procuram aliar seus sonhos com o negócio que irão desenvolver. Este negócio tem que ter afinidade com os objetivos pessoais do empreendedor.

Existem muitos motivos para a abertura de um negócio, mas, normalmente, isso ocorre porque “alguém” percebe que há uma necessidade no mercado, o que gera uma oportunidade de negócio. Essa necessidade leva à criação de um produto ou de um serviço específico.

Para saber isso, busca-se conhecer a expectativa e as necessidades dos consumidores em relação ao produto/serviço identificado como oportunidade de negócio.

Para “ouvir” o mercado, ou seja, para saber o que os futuros clientes esperam, é preciso buscar informações sobre as necessidades e expectativas que eles têm sobre o negócio que se pretende desenvolver,



sobre o que eles necessitam e ainda não é oferecido ou que pode ser melhor oferecido. Como fazer isso? Por meio de uma pesquisa de mercado.

Essa pesquisa pode ser feita de acordo com diversas variáveis que tenham relação direta com o que se deseja saber, ou seja, é preciso pensar previamente sobre o que pesquisar.

Também é necessário escolher a melhor forma de fazer esta pesquisa. Por exemplo: questionários, testes, entrevistas e outros.

Conhecendo melhor alguns conceitos relacionados aos negócios:

- Produtos são objetos palpáveis que podem ser produzidos e vendidos. Por exemplo: um caderno.
- Serviços são atividades ou trabalhos realizados para outras pessoas. Por exemplo: serviço prestado por cabeleireiros.
- Cliente é quem compra os produtos ou serviços. Também costuma-se usar o termo consumidor para designar quem está comprando algo.
- Mercado consumidor, portanto, é a parte do mercado formada pelas pessoas que podem ou desejam comprar determinado produto ou serviço.
- Fornecedor é quem vende os produtos ou serviços aos clientes.
- Mercado fornecedor, portanto, é a parte do mercado formada pelos profissionais e pelas empresas que produzem e vendem produtos ou prestam serviços.
- Outros profissionais ou empresas que esperam vender produtos ou serviços iguais ou similares aos mesmos clientes são identificados como concorrentes.
- Mercado concorrente, portanto, é a parte do mercado formada por outros profissionais e empresas que desejam vender produtos ou serviços iguais ou similares aos de um determinado fornecedor, para os mesmos clientes
- Toda vez que acontecem momentos de compra e venda de produtos ou serviços, dizemos que ocorreu uma relação de mercado, ou seja, os mercados consumidor, fornecedor e concorrente interagiram.

4.1. TIPO DE NEGÓCIO

O tipo de negócio é a definição do tipo de produto ou serviço a ser escolhido para atuação de uma empresa. É definir o segmento em que se vai atuar e descrever o que irá ser feito.

Para definir o tipo de negócio deve-se conhecer:

- quem são os clientes que consumirão o produto e/ou serviço do negócio;
- quais são as necessidades e expectativas dos clientes;
- como o negócio deverá ser organizado para atender os clientes oferecendo o produto e/ou serviço esperado.

Uma vez feita a pesquisa de mercado, o empreendedor deverá definir o tipo de negócio, obtendo assim uma visão mais clara do empreendimento que criará.

Depois de definido o tipo de negócio é importante descrever claramente o que é o negócio e seu principal objetivo.

5. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de começar a praticar os passos do plano de negócios.

Para realizar os passos do nosso plano de negócios utilizaremos um manual elaborado para esta atividade.

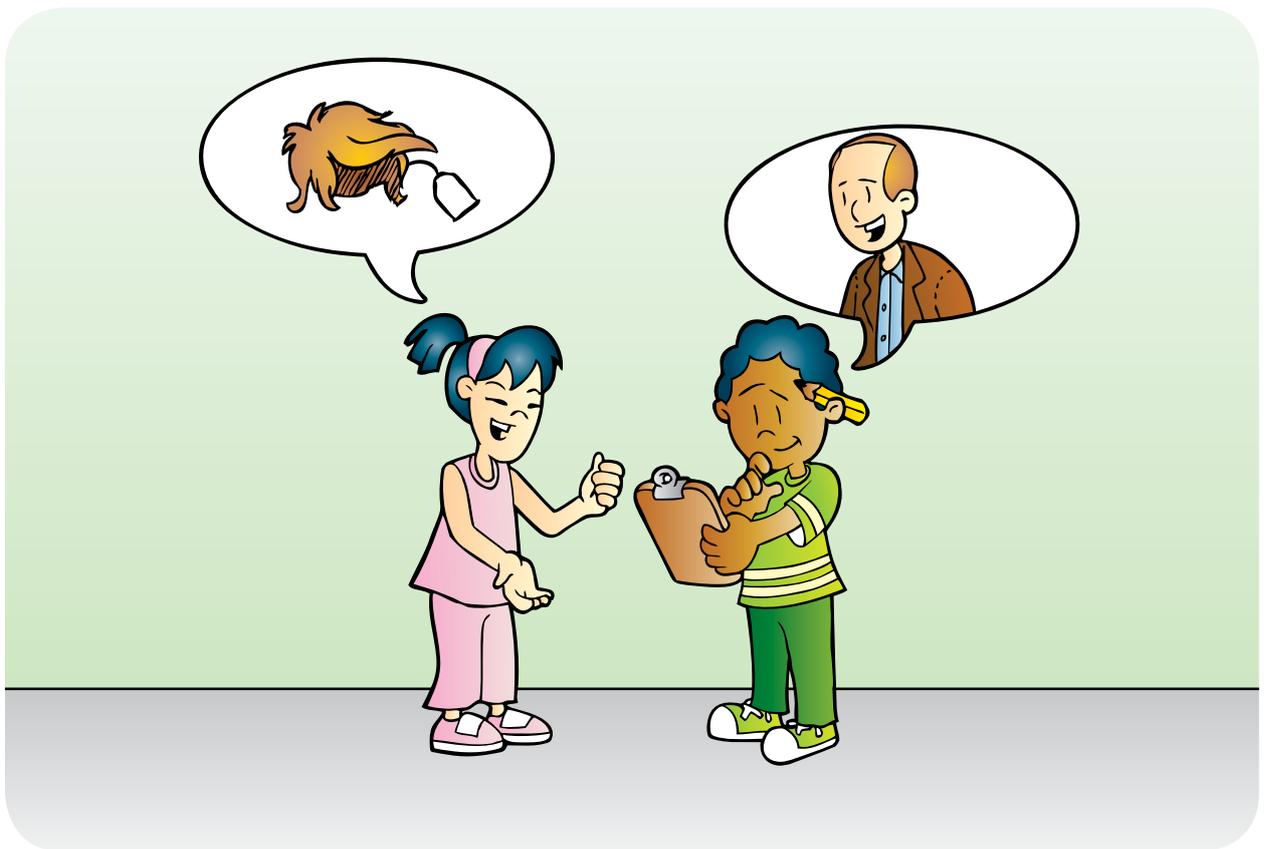
ACOMPANHE AS ORIENTAÇÕES DO PROFESSOR, REÚNA-SE COM SEU GRUPO E BOM TRABALHO!

RESUMINDO



Neste encontro aprendemos o que é um empreendedor e quais seus principais comportamentos. Conhecemos os passos para a elaboração do plano de negócio e começamos a definir o primeiro passo para a elaboração do negócio que montaremos durante o curso. Nos próximos encontros do curso nós vamos aprender mais sobre comportamentos empreendedores e também sobre plano de negócios, para que possamos montar o negócio que definirmos.

Qual produto? Quais clientes?



COMEÇAREMOS NOSSA TROCA DE EXPERIÊNCIAS EMPREENDEDORAS ENTRE OS GRUPOS DE TRABALHO NA ATIVIDADE EMPREENDEDORA QUE ESTAMOS DESENVOLVENDO!

FALAREMOS SOBRE DEFINIÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS PARA OS CLIENTES QUE PRETENDEMOS ATENDER EM NOSSO NEGÓCIO!

Objetivos do encontro:

- Conhecer os aspectos que envolvem a busca de informações e a exploração de uma oportunidade;
- Definir o nome do negócio;
- Definir os produtos/serviços do negócio;
- Definir os clientes, suas preferências e perfil.

ATIVIDADES**I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS**

Você e seu grupo já fizeram, na atividade do manual do plano de negócios, a identificação da oportunidade de mercado e a definição do tipo de negócio.

Iniciaremos uma atividade em que todos os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 1º Encontro, considerando:

- resultado obtido pela tabulação da pesquisa de mercado, com a opinião dos clientes que pretendem atender;
- apresentação do tipo de negócio e a descrição do negócio que vocês definiram para empreender.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.



2. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

DEFINIR UM NOME PARA O NEGÓCIO

DEFINIR PRODUTOS E SERVIÇOS

DEFINIR OS CLIENTES DO NEGÓCIO

2.1. DEFINIR UM NOME PARA O NEGÓCIO

Abrir um negócio é um pouco comparado ao nascimento de uma criança. Da mesma forma que os pais planejam e organizam tudo para a chegada desta pessoa querida e esperada, a criança, nós, como empreendedores, planejamos com os passos do plano de negócios a abertura do nosso negócio.

Mesmo antes da criança nascer, os pais pensam no nome que ela receberá e seguindo esta mesma relação, os empreendedores definem o nome para sua empresa.

A escolha do nome do negócio precisa estar bem alinhada com o tipo de negócio e o objetivo que ele tem, por isso é importante que ele seja bem pensado, avaliado e assim compreender se este nome está relacionado com o que a visão do cliente sobre o negócio.

PARA SABER MAIS

ASSIM COMO QUANDO AS CRIANÇAS NASCEM REGISTRA-SE TAL INFORMAÇÃO PARA OBTER A CERTIDÃO DE NASCIMENTO, AS EMPRESAS TAMBÉM PRECISAM SER REGISTRADAS JUNTO AO GOVERNO. AS EMPRESAS NÃO PASSAM A TER UMA "CERTIDÃO DE NASCIMENTO", MAS SIM UMA SÉRIE DE DOCUMENTOS QUE COMPROVAM E CONTROLAM SEU FUNCIONAMENTO.

NESTES DOCUMENTOS E REGISTROS A EMPRESA ESTABELECE O NOME PELO QUAL SERÁ CONHECIDA FORMALMENTE NOS DOCUMENTOS JUNTO AO GOVERNO. ESTE NOME É CHAMADO DE RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA. EM MUITAS OCASIÕES OS DONOS COLOCAM SEUS NOMES OU SOBRENOMES NA RAZÃO SOCIAL DE SUAS EMPRESAS.

PODE ACONTECER O FATO DE A RAZÃO SOCIAL NÃO SER UM NOME MUITO INTERESSANTE PARA CHAMAR A ATENÇÃO DOS CLIENTES NOS MOMENTOS DE DIVULGAÇÃO DO NEGÓCIO. NESTAS SITUAÇÕES E CASO QUEIRAM, AS EMPRESAS PODEM DEFINIR UM NOME FANTASIA.

2.2. DEFINIR OS PRODUTOS E SERVIÇOS

Ao pensar no negócio é necessário decidir quais produtos e serviços serão oferecidos aos clientes.

Esta escolha precisa ser baseada em pesquisa com os clientes e também analisada conforme o mercado, para saber se o público está disposto a consumir os produtos que você vai ofertar aos preços que pretende praticar.

O ideal é que seja feita uma lista de produtos adequada aos objetivos do negócio, para depois analisar com os clientes suas preferências.

2.3. DEFINIR OS CLIENTES DO NEGÓCIO

Agora que já vimos que é importante fazer uma lista de ideias de produtos e serviços, precisamos definir quais são os clientes potenciais do negócio, suas preferências de consumo, necessidades e expectativas.

Para definir os clientes do negócio é preciso conhecer:

- quais são os clientes potenciais do negócio;
- o número (quantidade) de clientes que o negócio poderá atender (de acordo com a capacidade para atender os clientes);
- as necessidades e preferências dos clientes (em relação aos produtos/serviços);
- as características dos clientes.

Estas informações são conhecidas por meio de pesquisas diretas com os clientes e busca de informações sobre o mercado. Assim, são necessárias decisões sobre a definição de um roteiro para realizar uma pesquisa de identificação do “perfil” dos clientes e de suas necessidades. É preciso definir a forma que será realizada a pesquisa, se será um questionário de perguntas fechadas, ou perguntas que possam ter respostas abertas.



3. MOMENTO DO JOGO

Acompanhe as orientações do professor e reúna-se com seus colegas de turma para participar de uma atividade em grupo para atender ao pedido de um cliente!

Registre aqui as suas impressões:



4. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Identificar uma oportunidade e torná-la realidade é uma característica do empreendedor e no curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos estamos identificando oportunidades de negócios, fazendo pesquisas e buscando informações para perceber como tornar nosso negócio realidade e ter sucesso com ele. Estamos praticando os comportamentos empreendedores!

Vamos relembrar o que significa, na prática, agir como empreendedor buscando oportunidades e tendo iniciativa, e buscando informações:

5. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Busca de oportunidades e iniciativa

Identifica oportunidades e situações para desenvolver melhor seu negócio ou explorar uma atividade e age diante de uma oportunidade saindo na frente, fazendo algo antes de solicitado ou antes de forçado pelas circunstâncias.

Busca de informações

Busca sempre orientações, estuda, pesquisa e está sempre atento ao acontecimentos do mercado e da sua atividade.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com grupo e bom trabalho!

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

PRATIQUE A BUSCA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA, E A BUSCA DE INFORMAÇÕES!



ATIVIDADE COMPLEMENTAR:

Assista ao filme indicado pelo professor. Registre suas opiniões e conclusões, procurando identificar os pontos que envolvem:

- importância do cliente e como recebê-lo;
- percepção da necessidade do cliente para melhor atendê-lo;
- estrutura do negócio para atender bem ao cliente;
- maneiras de atender aos clientes.

PENSE NISSO!



VOCÊ SABE O QUE É SUSTENTABILIDADE?

A sustentabilidade é prover o melhor para as pessoas e para o ambiente, tanto agora quanto para o futuro das novas gerações. Segundo Brundtland, sustentabilidade é "suprir as necessidades da geração presente sem afetar a habilidade das gerações futuras de suprir as suas". A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro.

Para um empreendimento humano ser sustentável, tem de ter em vista quatro requisitos básicos. Esse empreendimento tem de ser:

- ecologicamente correto;
- economicamente viável;
- socialmente justo;
- culturalmente aceito.

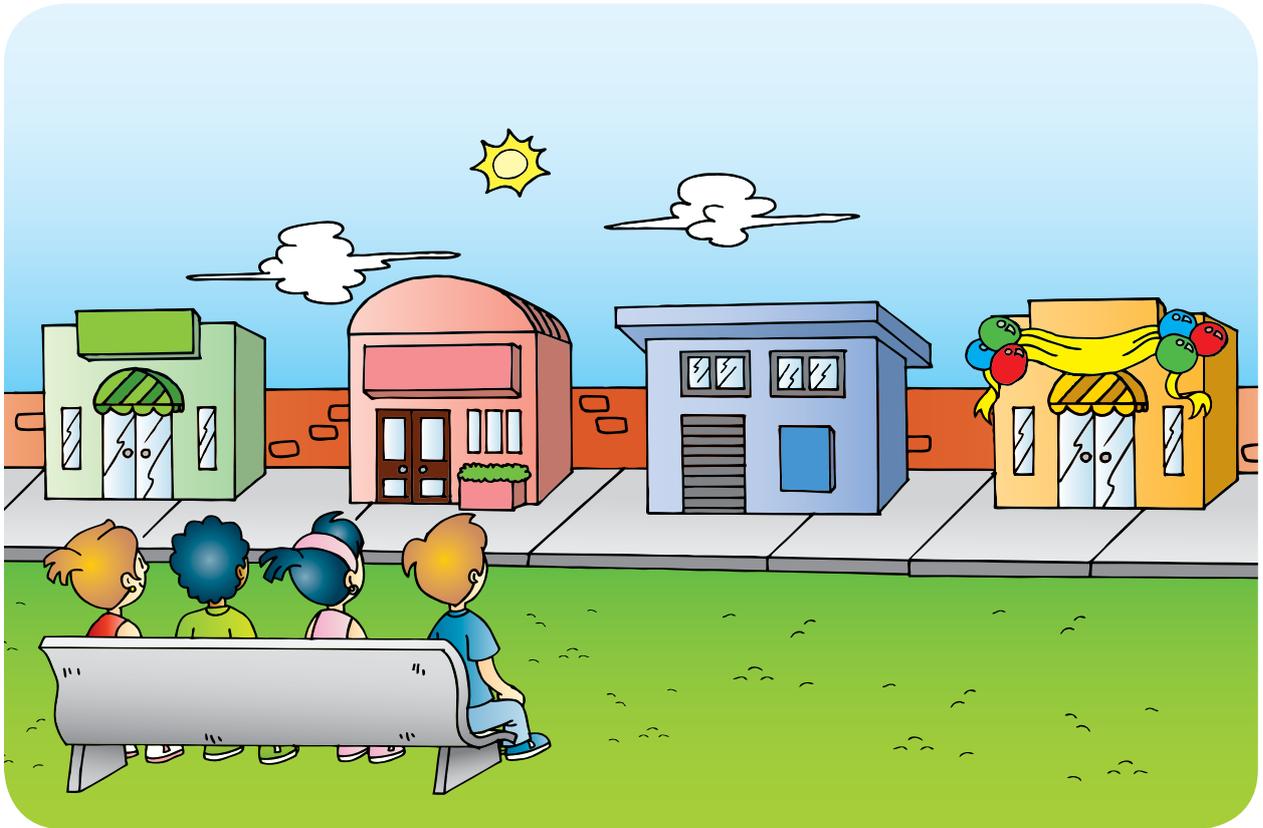
Discuta com seu grupo se o negócio que pretendem desenvolver e os produtos/serviços que serão definidos são sustentáveis, ou seja, se são ecologicamente corretos, economicamente viáveis, socialmente justos e culturalmente aceitos.

(Fonte: www.wikipedia.org)

RESUMINDO 

Neste encontro aprendemos a importância de buscar informações para tornar uma oportunidade realidade, pois conhecendo melhor o mercado e os clientes que esperamos atender temos mais condições de oferecer produtos e serviços que atendam suas preferências. Definimos um nome para o nosso negócio, os produtos e/ou serviços que pretendemos oferecer e também os clientes e suas preferências. No próximo encontro falaremos sobre a escolha do local, a concorrência e os recursos necessários.

Local, concorrência e recursos materiais



**VAMOS ORGANIZAR E TOMAR DECISÕES SOBRE MAIS ALGUNS
PASSOS IMPORTANTES DO NOSSO PLANO DE NEGÓCIOS!**

Objetivos do encontro:

- Identificar os possíveis concorrentes e suas características;
- Definir o local de funcionamento do negócio;
- Levantar os recursos materiais necessários;
- Estabelecer metas.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

VOCÊ E SEUS COLEGAS DE TURMA APRESENTARÃO O RESULTADO DA PESQUISA QUE CADA UM REALIZOU EM CASA COM A FAMÍLIA E NA ESCOLA COM UM PROFESSOR OU OUTRO FUNCIONÁRIO.

Você e seu grupo fizeram, na atividade do manual do plano de negócios, a escolha do nome do negócio, pesquisa e definição de clientes e a descrição dos produtos e serviços.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 2º encontro, considerando:

- resultado obtido pela tabulação da pesquisa de clientes, com a identificação de suas necessidades e expectativas e a descrição dos clientes que o negócio atenderá;
- descrição dos produtos/serviços definidos pela equipe após a pesquisa;
- nome escolhido para o negócio.

Com esta atividade é possível perceber a importância de “ouvir” o cliente antes de decidir e desenvolver o produto/serviço, ampliando a visão sobre o que oferecer para satisfazer o mercado consumidor.

PARABÉNS, ESTE É O CAMINHO CERTO! OS EMPREENDEDORES ESTÃO SEMPRE BUSCANDO OUVIR E ATENDER O QUE OS CLIENTES ESPERAM!

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.



2. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

IDENTIFICAR OS CONCORRENTES

DEFINIR O LOCAL DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA

DEFINIR OS RECURSOS MATERIAIS

2.1. IDENTIFICAR OS CONCORRENTES E PARCERIAS

Ao se dispor a desenvolver um negócio é necessário identificar os concorrentes de sua empresa.

Concorrentes são aquelas empresas ou pessoas que produzem e vendem produtos iguais ou que atendem a mesma necessidade para clientes com perfis semelhantes.

Ao identificar os concorrentes é possível definir estratégias para conquistar seu cliente de forma a servi-lo da melhor maneira possível, atendendo às suas necessidades e expectativas.

Uma das vantagens da pesquisa sobre concorrentes é a oportunidade de identificar parcerias que podem ser estabelecidas, tendo em mente que todos alcancem melhores resultados em seus negócios.

Para identificar os concorrentes é necessário pensar em algumas questões:

- Na região/área em que pretendemos atuar, quem oferece algo semelhante ao nosso produto ou serviço?
- Quais são os produtos ou serviços oferecidos?
- Como é o atendimento ao cliente e as condições de pagamento oferecidas?
- É oferecido algo diferencial ou inovador aos clientes?
- Que parcerias podemos estabelecer com estas pessoas ou empresas?

CONCORRENTES PODEM SER PARCEIROS E COOPERAR PARA ALCANÇAREM, JUNTOS, MELHORES RESULTADOS EM SEUS NEGÓCIOS. POR EXEMPLO, PODEM COMPARTILHAR INFORMAÇÕES, REALIZAR COMPRAS OU VENDAS EM CONJUNTO, EMPRESTAR ALGUM EQUIPAMENTO OU MATERIAL ENTRE SI E CONFORME NECESSIDADE, ENTRE OUTRAS SITUAÇÕES.

AO PESQUISAR PARA IDENTIFICAR A CONCORRÊNCIA, A INTENÇÃO É CONHECER MELHOR O MERCADO EM QUE VAMOS ATUAR E TAMBÉM PERCEBER QUAIS SÃO AS POSSIBILIDADES DE TRABALHO EM CONJUNTO E COOPERAÇÃO COM MAIS PESSOAS OU EMPRESAS.

2.2. DEFINIR O LOCAL DE FUNCIONAMENTO DA EMPRESA

Ao identificar e definir o melhor local para o funcionamento da empresa é necessário pensar em aspectos como proximidade com os clientes que se pretende atender, se este local tem as condições necessárias, entre outros fatores.

Para realizar a definição do local verifique:

- Este é o melhor local (ponto) para o cliente?
- Está de acordo com as condições que o negócio pode atender?
- Como será o *layout*, ou seja, a organização do espaço para dispor os recursos necessários como estrutura?
- Haverá um sistema de entrega por encomendas?

Avaliados esses aspectos, o local poderá ser definido e, assim, poderão ser identificados os recursos materiais necessários como estrutura.

2.3. DEFINIR OS RECURSOS MATERIAIS

Uma vez que já temos definidos os produtos/serviços e conhecemos o local para funcionamento do negócio, precisamos avaliar quais os recursos materiais e financeiros necessários para desenvolver esta atividade empreendedora. Neste momento falaremos sobre os recursos materiais necessários para iniciar a empresa.



Recursos materiais são instrumentos, móveis, equipamentos, utensílios e todos os recursos auxiliares necessários tanto para apoio às vendas, como para produção ou prestação de serviços.

Por exemplo, imaginando que o tipo de negócio escolhido seja uma “Casa de Sucos” será preciso pensar nos equipamentos e estrutura necessária:

- 1 geladeira;
- 2 liquidificadores;
- 1 freezer;
- 1 balcão;
- O local precisa ter pia, água corrente, energia elétrica, entre outros fatores.

Com os recursos materiais necessários definidos, é chegado o momento de identificar os fornecedores desses recursos.

Fornecedor é quem irá produzir, vender ou oferecer esses recursos para você e para selecionar a melhor opção deve se levar em consideração, no caso de compra destes recursos:

- preço e prazo de pagamento;
- qualidade do produto e do serviço oferecidos.

LEMBRE-SE DE QUE PODEM SER FEITAS PARCEIRAS PARA A UTILIZAÇÃO DE RECURSOS NECESSÁRIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO.

3. MOMENTO DO JOGO

Em equipe, vamos agir ainda mais como empreendedores!

Acompanhe as orientações do professor e participe desta atividade que exigirá ideias e disposição! Vamos pensar, decidir e agir!

Registre aqui as suas impressões:



4. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

E cada vez mais estamos praticando como é ser um empreendedor, não é mesmo? Neste encontro tomamos mais decisões importantes a partir do levantamento de informações. Este movimento de buscar informações, avaliar, retomar decisões é o caminho para definir as metas para o negócio.

Relembrando a definição:

Estabelecimento de metas

Define seus objetivos com clareza, tanto a curto como a longo prazo, de forma que sejam desafiantes e tragam satisfação pessoal.

Ao definir suas metas, o empreendedor procura ser claro, de forma que possa medir se alcançou os resultados esperados ou não. Os empreendedores definem metas com valor pessoal, ou seja, coisas consideradas importantes de serem conquistadas e que trarão grande sensação de realização.



5. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

PRATIQUE O ESTABELECIMENTO DE METAS!

PENSE NISSO!



VOCÊ SABE O QUE É COMÉRCIO JUSTO?

É uma modalidade de comércio que busca o estabelecimento de preços justos, bem como de padrões sociais e ambientais equilibrados, nas cadeias produtivas, ou seja, procura estabelecer ações de responsabilidade social e ambiental em todas as etapas de produção. Alguns países têm consumidores preocupados com a sustentabilidade e que optam por comprar produtos vendidos através do comércio justo. Esta opção ética tem permitido aos pequenos produtores de países em desenvolvimento, como o Brasil, viver de forma digna ao, por exemplo, fazerem a opção pela agricultura orgânica. O comércio justo procura criar os meios e oportunidades para melhorar as condições de vida e de trabalho dos produtores, especialmente os pequenos produtores desfavorecidos. Sua missão é promover a igualdade social, a proteção ao meio ambiente e a segurança econômica através do comércio e da promoção de campanhas de conscientização. Faça uma pesquisa sobre os produtos do nosso país que são oferecidos pela modalidade de Comércio Justo.

(Fonte: www.wikipedia.org.br)

RESUMINDO



Neste encontro vimos a importância de definir metas claras e que tenham significado pessoal. Analisamos mais informações sobre nosso negócio, na pesquisa dos concorrentes, identificando suas características, seus pontos fortes e até como podemos fazer uso das parcerias. Definimos o local onde será o nosso negócio e também os recursos materiais necessários para sua estrutura.

Cuidando das finanças



VAMOS CONHECER E PLANEJAR SOBRE ASPECTOS FINANCEIROS DE UM NEGÓCIO!

Objetivos do encontro:

- Definir os recursos financeiros para o desenvolvimento do negócio;
- Calcular os preços e controlar as finanças;
- Compreender a importância do planejamento do negócio para avaliar os riscos envolvidos.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo fizeram, na atividade do Manual do plano de negócios a pesquisa sobre concorrentes, a definição do local e dos recursos materiais necessários para a estrutura do negócio.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 3º encontro, considerando:

- resultado da pesquisa sobre concorrentes: quais são os concorrentes, como eles funcionam e quais as parcerias possíveis;
- local definido para o negócio e motivos da escolha;
- recursos materiais necessários para a estrutura do negócio e como serão obtidos.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.

2. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

DEFINIR RECURSOS FINANCEIROS PARA O DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO

2.1. DEFINIR RECURSOS FINANCEIROS PARA O DESENVOLVIMENTO DO NEGÓCIO

No encontro anterior fizemos um levantamento de recursos materiais necessários para o negócio. Para reunir tais recursos necessários, entre outros, pode ser necessário fazer um investimento.



Quando os empreendedores iniciam suas atividades, eles definem tudo o que precisam para iniciar e desenvolver o negócio. Este é o chamado investimento inicial.

Além disso, é preciso avaliar e calcular outra parte dos recursos financeiros necessários para o negócio.

Ao comprar um produto ou serviço, você já pensou no tempo que ele levou para ser elaborado, o material necessário e o quanto custou para a empresa colocá-lo à disposição dos clientes?

É preciso planejar e identificar quais são os custos, conforme o tipo de negócio e os produtos e/ou serviços definidos. A partir dos custos e do conhecimento sobre o mercado (lembre-se que o empreendedor sempre busca informações!), é possível calcular os preços para venda. Os preços de venda devem ser calculados e decididos para viabilizar o negócio, ou seja, devem cobrir os custos, trazer o retorno esperado pelos empreendedores envolvidos na atividade e, não menos importante, devem ser preços justos e coerentes com o que os clientes podem pagar pelo que lhes é oferecido.

Conhecer os custos é importante para que se possa planejar a utilização dos recursos disponíveis, evitar desperdícios e, especialmente, para calcular adequadamente os preços de venda.

Entendendo melhor alguns conceitos relacionados ao aspecto financeiro dos negócios:

CUSTOS – SÃO OS GASTOS REALIZADOS PARA SE CONSEGUIR FORNECER AOS CLIENTES OS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS DEFINIDOS NO NEGÓCIO.

Os custos são, normalmente, classificados em dois tipos, conforme o negócio desenvolvido: custos variáveis e custos fixos.

CUSTOS VARIÁVEIS – SÃO OS CUSTOS QUE AUMENTAM OU DIMINUEM DEPENDENDO DA PRODUÇÃO E VENDA DOS PRODUTOS OU DO VOLUME DOS SERVIÇOS PRESTADOS. SÃO OS CUSTOS COM MATÉRIA-PRIMA, EMBALAGENS E OUTROS.

CUSTOS FIXOS – SÃO OS CUSTOS QUE NÃO AUMENTAM OU DIMINUEM DEPENDENDO DIRETAMENTE DO AUMENTO DA PRODUÇÃO E VENDA DOS PRODUTOS OU DO VOLUME DOS SERVIÇOS PRESTADOS. SÃO CUSTOS COM ALUGUEL, ENERGIA ELÉTRICA, ÁGUA E OUTROS.

Para calcular o preço de venda de um produto é importante conhecer os custos, como já sabemos.

Ao receber o dinheiro pelas vendas de um produto e/ou serviço, estaremos tendo uma receita em nosso negócio.

RECEITA, QUANDO FALAMOS DE NEGÓCIOS, É O DINHEIRO RECEBIDO PELAS VENDAS DE PRODUTOS OU SERVIÇOS PRESTADOS.

Este dinheiro recebido deverá ser usado para pagar os custos e fazer o negócio continuar funcionando. Por isso, planejar e calcular adequadamente os custos e os preços de venda são ações importantes ao empreendedor, para que ele reduza a chance de ter prejuízo e alcance o lucro esperado.

LUCRO – É UM RESULTADO POSITIVO DAS FINANÇAS DE UM NEGÓCIO, QUE ACONTECE QUANDO OCORRE SOBRA DE DINHEIRO APÓS TODOS OS CUSTOS ENVOLVIDOS SEREM PAGOS. O LUCRO DEVE SER AVALIADO CONSIDERANDO-SE UM PERÍODO DE FUNCIONAMENTO DO NEGÓCIO, POR EXEMPLO, DURANTE O ÚLTIMO MÊS. LEVANTAM-SE QUAIS FORAM OS CUSTOS, QUAL FOI O TOTAL VENDIDO E A RECEITA ARRECADADA E CALCULA-SE O RESULTADO DO PERÍODO AVALIADO.

PREJUÍZO – É UM RESULTADO NEGATIVO E OCORRE QUANDO A RECEITA, OU SEJA, O DINHEIRO RECEBIDO PELAS VENDAS DOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS, NÃO É SUFICIENTE PARA PAGAR TODOS OS CUSTOS DO NEGÓCIO. SIGNIFICA DIZER QUE FALTOU DINHEIRO PARA PAGAR TODOS OS GASTOS.

2.2. CONCEITOS FINANCEIROS NA PRÁTICA

Acompanharemos um exemplo e realizaremos alguns cálculos para melhor entender como utilizar estes conceitos financeiros sobre os negócios na prática.

Mantenha a atenção e esclareça dúvidas que surgirem, pois estas informações serão fundamentais para que você e seus colegas de equipe calculem os custos e decidam o preço de venda dos produtos e/ou serviços do negócio de vocês.



EXEMPLO

Um grupo de alunos do 9º ano da escola José Olivério Albimax resolveu empreender como negócio a venda de caricaturas desenhadas e pintadas, aproveitando os talentos do grupo para este tipo de atividade.

Caricatura é um desenho que enfatiza e exagera algumas características de pessoas e situações.

Resolveram adotar o nome de “Caricaturarte” para o negócio.

Eles seguiram os passos do plano de negócios, fizeram o levantamento do investimento inicial conforme os recursos materiais necessários, e também identificaram fornecedores e parcerias. Vejam como calcularam outros aspectos financeiros para esta atividade.

» INVESTIMENTO INICIAL

Os alunos pensaram em materiais e equipamentos que precisarão para iniciar o negócio e os recursos necessários para fazer as primeiras caricaturas:

Item	Quantidade	Preço unitário	Total	Fornecimento
Prancheta	5	R\$ 1,50	R\$ 7,50	Parceria com papelaria do bairro (*)
Lápis grafite	5	R\$ 0,30	R\$ 1,50	Recursos próprios (**)
Lápis de cor (conjunto de 12 cores)	5	R\$ 2,50	R\$ 12,50	Recursos próprios
Canetas hidrocor (conjunto de 12 cores)	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00	Recursos próprios
Papel sulfite A4	100	R\$ 0,03	R\$ 3,00	Recursos próprios
Envelopes A4	40	R\$ 0,10	R\$ 4,00	Parceria com papelaria do bairro
Total:			R\$ 53,50	

(*) Parceria com papelaria do bairro – os alunos buscaram apoio em uma papelaria do bairro em que fica a escola. Nesta parceria a papelaria doará o material indicado e os alunos entregarão um cartão da papelaria dentro do envelope com a caricatura feita aos clientes.

(**) Recursos próprios – material que os alunos já possuem.

» DEFINIÇÃO DOS CUSTOS

- Custos para a elaboração das caricaturas (custos variáveis)

Item	Quantidade	Unidade de medida	Valor unitário	Valor total
Papel sulfite A4	1 unidade	unidade	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Envelope	1 unidade	unidade	R\$ 0,10	R\$ 0,10
Total com custo variável de material por caricatura:				R\$ 0,40

Além do material necessário para elaborar cada caricatura, existe um material que é usado de maneira geral, como a prancheta e o lápis de cor. Como estes materiais não se referem à produção de uma única caricatura, como produto resultante do serviço prestado, os alunos calcularam um valor que representará um custo fixo de manutenção destes recursos necessários para o negócio.

- Custo fixo

» FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Descrição	Valor
Custo de manutenção dos recursos do negócio	R\$ 4,00
Total custo fixo:	R\$ 4,00

Para formar o preço de venda é preciso pensar em algumas informações importantes, além dos custos já conhecidos:

- Os preços que os clientes estão dispostos a pagar, conforme pesquisa de preferência dos clientes.
- Os preços praticados pela concorrência, conforme pesquisa sobre a concorrência.

Como os alunos da escola José Oliviério Albimax decidiram o preço de venda para a caricatura?



1. Calcular o custo com material:

- Valor já calculado = R\$ 0,40

2. Estimaram a quantidade de caricaturas a serem feitas:

- 40 caricaturas num mês (quatro semanas)

Esta decisão é conforme as pesquisas de mercado que fizeram na escola. Os clientes que a Caricaturarte espera atender são os alunos do turno da manhã da escola; os alunos pretendem fazer as caricaturas durante o intervalo, conforme autorização da direção.

Eles estimam fazer duas caricaturas por intervalo, e assim, 10 caricaturas por semana.

Eles definiram em conjunto com o professor e a direção da escola que o negócio funcionará por um mês, assim a previsão é fazer 40 caricaturas neste período.

3. Dividir o custo fixo total pela quantidade que se espera fazer:

4. Somar ao custo com o material o custo fixo por caricatura:

$$\frac{\text{Custo Fixo total}}{\text{Estimativa de venda}} = \frac{\text{R\$ 4,00}}{40} = \text{R\$ 0,10}$$

Custo material + Custo fixo

$$\text{R\$ 0,40} + \text{R\$ 0,10} = \text{R\$ 0,50}$$

5. Decidir o preço de venda

É fundamental analisar em conjunto as informações:

- Custo para elaborar a caricatura;
- Tempo e criatividade investidos para a elaboração da caricatura;
- Os preços que os clientes estão dispostos a pagar, conforme pesquisa de preferência dos clientes;
- Os preços praticados pela concorrência, conforme pesquisa sobre a concorrência.

Considerando os diversos fatores listados, os alunos decidiram pelo seguinte preço para a venda do serviço de elaboração de caricaturas:

	CARICATURA COLORIDA
Preço de venda por caricatura em sulfite A4	R\$ 2,00

» Definir quantidade mínima a ser vendida e os resultados financeiros esperados.

DESAFIO! VAMOS CALCULAR!

1. CONSIDERANDO A ELABORAÇÃO DE 40 CARICATURAS, QUAIS SÃO OS CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS DA CARICATURARTE?

CUSTO VARIÁVEL DE MATERIAL POR CARICATURA	R\$
	X
ESTIMATIVA DE VENDA	R\$
	=
CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$

CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$
	+
CUSTO FIXO	R\$
	=
TOTAL DE CUSTOS	R\$



2. QUAL A QUANTIDADE MÍNIMA DE CARICATURAS NECESSÁRIA DE SER VENDIDA PARA PAGAR TODOS OS CUSTOS?

TOTAL DE CUSTOS	R\$
	÷
PREÇO UNITÁRIO	R\$
	=
QUANTIDADE MÍNIMA DE VENDAS PARA NÃO TER PREJUÍZO	(*)

(*) Se necessário arredonde a quantidade calculada e, neste caso de quantidade mínima de vendas e para não ter prejuízo, faça o arredondamento para o próximo número superior.

3. AO VENDER AS 40 CARICATURAS ESTIMADAS, QUAIS RESULTADOS FINANCEIROS A CARICATURARTE TERÁ?

PREÇO DE VENDA POR CARICATURA	R\$ 2,00
	X
QUANTIDADE ESTIMADA DE VENDA	40
	=
RECEITA ESPERADA	R\$

Resultados financeiros

RECEITA ESPERADA	R\$
	-
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$
	=
TOTAL PARCIAL	R\$
	-
CUSTOS FIXOS	R\$ 4,00
	=
RESULTADO FINANCEIRO ESPERADO	R\$

O resultado financeiro calculado mostra que a Caricaturarte obterá lucro de R\$ _____, caso venda a quantidade estimada de caricaturas.

Para calcular o quanto este valor do lucro representa em porcentagem precisamos pensar na relação entre tal valor de lucro calculado e a receita esperada pelas vendas. Desta forma é possível saber qual percentual de lucro o valor calculado representa com relação ao total das vendas.

Calculamos da seguinte forma:

$$\begin{aligned} \text{Percentual de lucro} &= \frac{\text{Lucro}}{\text{Receita}} \times 100 \\ \text{Percentual de lucro} &= \frac{\text{R\$}}{\text{R\$}} \times 100 \\ \text{Percentual de lucro} &= \frac{\quad}{\quad} \% \end{aligned}$$

3. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Planejar as finanças do negócio exige dedicação, planejamento e avaliação cuidadosa dos riscos que estamos correndo. Neste encontro falamos sobre um aspecto decisivo para se iniciar um negócio, o planejamento das finanças: avaliar cuidadosamente os recursos financeiros necessários, planejar como serão gastos esses recursos, analisar os riscos que estão envolvidos no negócio e formar o preço adequado buscando não ter prejuízos. Faça sempre um planejamento adequado ao risco que pretende assumir. E não basta planejar, tem que constantemente acompanhar os resultados alcançados.

Estamos exercitando os comportamentos empreendedores de planejar e monitorar sistematicamente e correr riscos calculados.

Relembrando a definição:



Planejamento e monitoramento sistemáticos
Organiza e divide as atividades em ações determinadas e com prazos, revisando os resultados e efetuando as mudanças necessárias.
Correr riscos calculados
Procura analisar as informações antecipadamente e assume riscos a partir dessa análise.

4. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!

**EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!
PRATIQUE AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS, PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO
SISTEMÁTICOS E CORRER RISCOS CALCULADOS!**

PENSE NISSO!



VOCÊ SABE O QUE É CONSUMO CONSCIENTE?

Nossos atos de consumo impactam na nossa vida e nas condições da vida do planeta. Você pode usar suas escolhas de consumo para ajudar a construir um mundo social e ambientalmente melhor. O caminho passa pela adoção do consumo consciente. E o que é consumo consciente? É consumir levando em consideração os impactos provocados pelo consumo. Explicando melhor: o consumidor pode, por meio de suas escolhas, buscar maximizar os impactos positivos e minimizar os negativos dos seus atos de consumo, e desta forma contribuir com seu poder de consumo para construir um mundo melhor. Isso é Consumo Consciente. Em poucas palavras, é um consumo com consciência de seu impacto e voltado à sustentabilidade.

- É consumir diferente: tendo no consumo um instrumento de bem-estar e não um fim em si mesmo.
- É consumir solidariamente: buscando os impactos positivos do consumo para o bem-estar da sociedade e do meio ambiente.
- É consumir sustentavelmente: deixando um mundo melhor para as próximas gerações.

Refleta com o seu grupo se no ato de consumir um produto ou serviço levamos em consideração o consumo consciente.

(Fonte: www.akatu.org.br)

RESUMINDO



Neste encontro nos dedicamos a pensar nos aspectos financeiros do negócio. Vimos a importância de calcular os custos e definir com atenção o preço de venda dos produtos e/ou serviços do negócio. Agindo assim estaremos praticando dois comportamentos característicos dos empreendedores, planejar e monitorar sistematicamente o que foi definido como planejamento e correr riscos calculados.

Entendendo o marketing



PRECISAMOS SER VISTOS, CONHECIDOS E LEMBRADOS COM NOSSO NEGÓCIO!

VAMOS DIVULGAR NOSSO NOSSA ATIVIDADE EMPREENDEDORA!

Objetivos do encontro:

- Definir as ações de marketing para nosso negócio;
- Compreender a importância de desenvolver uma rede de relacionamentos e exercitar a persuasão, como características do empreendedor.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo fizeram, na atividade do manual do plano de negócios o levantamento dos recursos financeiros necessários e os custos que envolvem tanto a criação, como a manutenção do negócio escolhido por vocês.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 4º encontro, considerando:

- apresentação da apuração dos números;
- análise dos custos para definir o preço dos produtos e/ou serviços e uma;
- comparação do seu preço com o da concorrência.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.

2. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

DEFINIR AS AÇÕES DE MARKETING

2.1. DEFINIR AS AÇÕES DE MARKETING

Quando o empreendedor desenvolve seu negócio ele precisa planejar como vai mostrá-lo ao mercado, ou seja, como vai fazer para que as pessoas conheçam e se relacionem com a empresa, por exemplo.

Para isso é necessário avaliar e definir alguns aspectos pensando no negócio desenvolvido:

- a postura que a empresa tomará para atrair confiança dos clientes e do mercado como um todo;
- a imagem que a empresa deseja transmitir aos clientes;



- quais canais de comunicação serão utilizados para estar sempre “perto” e se comunicar de acordo (em sintonia) com as necessidades dos clientes;
- as ações que serão desenvolvidas para garantir a qualidade dos produtos/serviços, considerando as características esperadas pelos clientes e preços praticados.

Agindo assim, o empreendedor está definindo as estratégias de marketing que serão colocadas em prática em seu negócio e planejando como executá-las.

Marketing vai muito além de fazer a propaganda do negócio, pois antes de fazer a propaganda é preciso cuidar para que tudo que nela for divulgado seja possível de ser honrado pela empresa.

Podemos, então, entender o marketing como sendo um conjunto de ações e estratégias que as empresas utilizam para se comunicar com o mercado, divulgar seus produtos e conquistar os clientes. Este conjunto de ações e estratégias pode ser definido avaliando-se, basicamente, quatro aspectos, os chamado quatro Ps do marketing: produto, preço, ponto, promoção.

PRODUTO

Analisar e definir estratégias quanto aos aspectos relacionados às características e benefícios dos produtos e/ou serviços oferecidos, a fim de desenvolvê-los da maneira mais adequada às necessidades e expectativas dos clientes.

- qualidade;
- durabilidade;
- variedade;
- possibilidade de ajustes conforme necessidade do cliente;
- embalagens;
- benefícios ao utilizar o produto ou serviço;
- outros aspectos.

PREÇO

Analisar e definir estratégias quanto aos aspectos relacionados ao preço dos produtos e/ou serviços oferecidos.

Como já sabemos o preço é obtido com o estudo dos custos e os preços praticados no mercado. É o valor justo atribuído ao produto. Aqui podemos analisar:

- As pessoas (clientes) estarão dispostas a pagar o preço que determinamos para o nosso produto? Elas podem pagar esse preço?
- Nosso preço será considerado justo?
- O preço será um diferencial para o convencimento do cliente?

PONTO

Analisar e definir estratégias quanto aos aspectos relacionado ao local de venda e/ou estratégias de distribuição em vários lugares, se for o caso.

- Qual a melhor forma de apresentação deste local de venda: agradável, aconchegante, de bom acesso, com boa iluminação etc.

PROMOÇÃO

Analisar e definir estratégias quanto aos aspectos relacionados à promoção, ou seja, a como comunicar e divulgar o negócio, seus produtos e/ou serviços.

- Como se comunicar com os clientes e despertar o interesse para que eles venham até a empresa? Que estratégias usar para divulgar (cartazes, faixas etc)?
- Como fazer a apresentação dos produtos aos clientes no local de venda?

**EM MARKETING TAMBÉM É NECESSÁRIO DETERMINAR QUAIS SÃO OS
“CLIENTES POTENCIAIS”, AS AÇÕES DE MARKETING PARA ATINGIR O PÚBLICO-ALVO
E A FORMA DE CADASTRAMENTO DOS CLIENTES.**

~



3. MOMENTO DO JOGO

Acompanhe as orientações do professor e reúna-se com seus colegas de turma para participar deste jogo e divulgar produtos e serviços aos clientes! Use a criatividade!

Registre aqui as suas impressões:



4. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Se comunicar de maneira eficaz é uma das chaves do sucesso para qualquer profissional, dizem os especialistas.

Os empreendedores buscam se comunicar claramente e para isso praticam os comportamentos de persuadir e manter uma rede de contatos, entre outras atitudes que favorecem uma boa comunicação. Lembrando a definição desta característica do empreendedor:

PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

Utilizar argumentos convincentes na comunicação e manter contato com pessoas que podem colaborar na conquista de seus objetivos.

Estamos exercitando a persuasão e fortalecendo nossa rede de contatos na atividade de planejar e montar um negócio, e nas demais atividades em grupo que realizamos no curso.

Os empreendedores se esforçam constantemente para praticar uma comunicação clara com todas as pessoas. Procuram usar argumentos convincentes e baseados na busca de informações e no seu planejamento, conforme cada situação. Assim, os empreendedores agem para formar e manter uma rede de relacionamento

com pessoas com as quais podem ser feitos contatos para busca de orientações ou dicas que os ajude a alcançar suas metas, por exemplo.

É sempre importante mantermos um bom relacionamento e deixar as portas abertas para contatos futuros com as pessoas. No mundo dos negócios isso é fundamental; para nossas ações como jovens empreendedores também!

5. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

PRATIQUE A PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS!

PENSE NISSO!



VOCÊ SABE O QUE É CONSUMO CONSCIENTE?

No artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor são apresentados os Direitos Básicos do Consumidor:

1. Proteção da vida e da saúde. Antes de comprar um produto ou utilizar um serviço você deve ser avisado, pelo fornecedor, dos possíveis riscos que podem oferecer a sua saúde ou segurança.
2. Educação para o consumo. Você tem o direito de receber orientação sobre o consumo adequado e correto dos produtos e serviços.
3. Liberdade de escolha de produtos e serviços. Você tem todo o direito de escolher o produto ou serviço que achar melhor.
4. Informação. Todo o produto deve trazer informações claras sobre a quantidade, peso, composição, preço, riscos que apresenta e sobre o modo de utilizá-lo. Antes de contratar um serviço você tem direito a todas as informações de que necessitar.
5. Proteção contra publicidade enganosa e abusiva. O consumidor tem o direito de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido. Se o que foi prometido no anúncio não for cumprido, o consumidor tem direito de cancelar o contrato e receber a devolução da quantia que havia pago. A publicidade enganosa e a abusiva são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor. São consideradas crime (art. 67, CDC).
6. Proteção Contratual. Quando duas ou mais pessoas assinam um acordo ou um formulário com cláusulas pré-redigidas por uma delas, concluem um contrato, assumindo obrigações. O código protege o consumidor quando as cláusulas do contrato podem ser anuladas ou modificadas por um juiz. O contrato não obriga o consumidor caso este não tome conhecimento do que está escrito.
7. Indenização. Quando for prejudicado, o consumidor tem o direito de ser indenizado por quem lhe vendeu o produto ou lhe prestou o serviço, inclusive por danos morais.
8. Acesso à Justiça. O consumidor que tiver os seus direitos violados pode recorrer à Justiça e pedir ao juiz que determine ao fornecedor que eles sejam respeitados.
9. Facilitação da defesa dos seus direitos. O Código de Defesa do Consumidor facilitou a defesa dos direitos do consumidor, permitindo até mesmo que, em certos casos, seja invertido o ônus de provar os fatos.
10. Qualidade dos serviços públicos. Existem normas no Código de Defesa do Consumidor que asseguram a prestação de serviços públicos de qualidade, assim como o bom atendimento do consumidor pelos órgãos públicos ou empresas concessionárias desses serviços.

Discuta com seu grupo sobre a importância de o consumidor conhecer e exigir os seus direitos.

(Fonte: www.mj.gov.br)

RESUMINDO 

Neste encontro falamos de um comportamento empreendedor muito importante para o desenvolvimento do negócio, afinal de contas, o que será de um negócio se ele não for capaz de atrair clientes e manter uma rede de relacionamento forte? E dessa forma compreendemos a necessidade da definição das ações de marketing que serão usadas para o desenvolvimento do nosso negócio, pois quem não é visto, não é lembrado!

Equipe e produção



PARA A EMPRESA "FUNCIONAR" PRECISAMOS DE RESPONSABILIDADES
E PROCESSOS DE TRABALHO BEM DEFINIDOS!

Objetivos do encontro:

- Identificar as ações para desenvolver os produtos e/ou serviços da empresa e para manter os padrões de qualidade definidos;
- Organizar e distribuir as tarefas entre os responsáveis pelo negócio.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo fizeram, na atividade do manual do plano de negócios, a definição das ações de Marketing.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 5º encontro, considerando:

- explicação das ações de marketing que definiram como estratégia (importante evidenciar os benefícios e as vantagens para os clientes!);
- identificação dos meios de comunicação escolhidos para divulgação.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.

2. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

**ESTABELECEM AS AÇÕES DE PRODUÇÃO E PARA O DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS.
ORGANIZAM E DISTRIBUÍM AS TAREFAS ENTRE OS RESPONSÁVEIS PELO NEGÓCIO.**

2.1. ESTABELECEM AS AÇÕES DE PRODUÇÃO E PARA O DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

A organização é considerada um dos fatores que mais colaboram para o sucesso de um empreendimento. Esta organização envolve o planejamento e controle de como serão desenvolvidas as atividades que precisam ser feitas e quem as fará.



Estabelecer ações de produção e para o desenvolvimento dos produtos e serviços, conforme o tipo de negócio e estrutura existente, é um passo para garantir a qualidade daquilo que se está oferecendo ao cliente.

QUALIDADE É ATENDER ADEQUADAMENTE, DE FORMA CONFIÁVEL E NO TEMPO CERTO ÀS NECESSIDADES DO CLIENTE. É FAZER DA MELHOR FORMA POSSÍVEL O QUE PRECISA SER FEITO, SEGUINDO PADRÕES DESEJADOS PARA VERIFICAR A QUALIDADE DA ATIVIDADE REALIZADA.

Quando usamos um determinado produto ou serviço nem sempre nos damos conta das etapas realizadas para que nós pudéssemos usufruí-lo neste determinado momento.

Um exemplo bem fácil é você pensar na apostila que está estudando agora. Quantas etapas de trabalho será que foram realizadas até a apostila chegar às suas mãos, jovem participante do curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos? Muitas, sem dúvida. Também podemos afirmar que este trabalho envolveu várias pessoas e que seguiu uma determinada ordem, uma sequência. Já imaginou se encadernassem a apostila antes da impressão das páginas? O resultado final não seria muito bom, não é mesmo?

Para que um trabalho seja realizado organizadamente e atenda aos padrões de qualidade estabelecidos, é necessário pensar em “como fazer esse trabalho acontecer da melhor forma”. Para isso, é preciso identificar as ações que devem ser praticadas no desenvolvimento deste trabalho.

Estamos falando de procedimentos que precisam ser definidos, ou seja, como é que se faz para

É NECESSÁRIO CARACTERIZAR E DESCREVER O MODO COMO SE REALIZARÁ A PRODUÇÃO DE UM PRODUTO OU A PRESTAÇÃO DE UM SERVIÇO.

chegar ao resultado final: o que fazer primeiro, o que fazer depois, e assim por adiante.

De maneira prática, isso significa analisar e definir a melhor sequência para as etapas do trabalho, sem que algo deixe de ser feito.

Conhecendo-se etapa por etapa como deverá ser feito o trabalho, é necessário definir os requisitos básicos para o acompanhamento da qualidade. É necessário definir como avaliar se o trabalho está sendo realizado da forma definida como correta, em suas diversas etapas, para que se atenda a qualidade desejada.

Para isso, deve-se definir qual o resultado esperado de cada etapa de trabalho, bem como o resultado final do trabalho, definindo os critérios de qualidade a serem observados.

EXEMPLO:

Imagine que organizamos um grupo para fazer a decoração de uma festa junina na escola e temos que colocar as bandeirinhas pela escola toda. Teremos que cumprir algumas etapas de trabalho para isso.

Também supondo que já estamos com o material organizado e já sabemos a quantidade de bandeirinhas que deve ser feita, vamos a algumas etapas, de maneira simplificada:

- medir e riscar no papel o tamanho da bandeirinha;
- recortar as bandeirinhas;
- colar as bandeirinhas no barbante;
- aguardar a secagem para pendurar.

Para cada uma dessas etapas deverá ser pensado e definido um critério de acompanhamento de realização das etapas. Continuando nosso exemplo:

- Quem riscar as bandeirinhas no papel deverá acompanhar se as medidas estão adequadas para, então, “entregar” seu trabalho à próxima etapa deste processo de trabalho desenvolvido.
- Quem recortar as bandeirinhas deverá observar que elas devem ficar soltas umas das outras, para que não passe adiante blocos de papel não recortados.

E assim por diante!

CUIDAR DO ESTABELECIMENTO DAS AÇÕES DE TRABALHO PARA O DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO OU SERVIÇO É IMPORTANTE, POIS CONTRIBUI PARA QUE O TRABALHO SEJA MAIS ÁGIL, COM MENOR CHANCE DE DESPERDÍCIOS DE TEMPO E MATERIAL E, CLARO, MAIS ORGANIZADO.



2.2. ORGANIZAR E DISTRIBUIR AS TAREFAS ENTRE OS RESPONSÁVEIS PELO NEGÓCIO

Para iniciar e desenvolver as atividades de uma empresa é preciso definir as pessoas responsáveis pelo desenvolvimento das tarefas que precisam ser feitas.

Sempre é importante considerar as habilidades das pessoas para as diferentes funções que precisam ser realizadas. Mais importante ainda é que todos os envolvidos conheçam o funcionamento da empresa como um todo e se disponham para o trabalho em equipe.

Aspectos a serem avaliados para a organização e distribuição das tarefas entre os responsáveis pelo negócio:

- organização das funções e tarefas de cada um para realização do plano de negócios;
- considerar as habilidades pessoais, sempre que possível, para a distribuição das tarefas;
- dialogar para a distribuição de tarefas;
- definir quem ficará responsável pelo quê;
- definir, se adequado e necessário, pessoas que coordenem o trabalho de equipes.

PARA SABER MAIS

VOCÊ JÁ OUVIU FALAR DE FORNECEDOR INTERNO E CLIENTE INTERNO?

Quando as empresas atendem a seus clientes, as pessoas ou outras empresas que adquirem seus produtos ou serviços, fica estabelecida uma relação de mercado caracterizada entre fornecedor e cliente.

Dentro de uma equipe de trabalho também representamos de alguma forma essa relação entre fornecedor e cliente. Num trabalho em equipe sempre precisamos um do outro, e com a divisão de tarefas isso fica ainda mais claro, como no exemplo das bandeirinhas:

quem executa a etapa 1 é fornecedor interno para quem executa a etapa 2 do trabalho;

quem executa a etapa 2 é cliente interno de quem executa a etapa 1 do trabalho.

De certa forma, numa equipe de trabalho, todos podem assumir o papel de cliente e fornecedor interno em algum momento deste trabalho, até pela busca de informações entre as pessoas.

Mais uma vez fica comprovada a importância de se manter uma boa comunicação e o respeito entre as pessoas de uma equipe de trabalho, pois, afinal, não devemos atender mal a nenhum dos nossos clientes, muito menos os clientes internos, nossos colegas de equipe!

2.3. VAMOS EXERCITAR!

Acompanhe as orientações do professor para participar desta atividade e organizar um trabalho que será desenvolvido.

- » **Estabelecer as ações de produção para o desenvolvimento do produto ou serviço e definir responsabilidades.**

Trabalho a ser realizado		
	Etapas	Responsáveis
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

- » **Definir critérios de qualidade para acompanhamento do trabalho realizado.**

POR EXEMPLO:

Critério	O que observar
Aparência	Observar se o produto está limpo, com aparência agradável para visualização do cliente (cores, formato, tamanho)

Critério	O que observar



3. MOMENTO DO JOGO

Acompanhe as orientações do professor e reúna-se com seus colegas de turma para participar deste jogo e organizar uma produção solicitada!

Registre aqui as suas impressões:



4. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

A qualidade e a organização de um trabalho não acontecem do nada. Os empreendedores praticam o comportamento de exigir qualidade e eficiência em seus trabalhos para que isso aconteça.

Relembrando a definição:

Exigência de qualidade e eficiência

Dedica-se a fazer bem feito, com qualidade e no tempo esperado aquilo que é preciso realizar, procurando exceder as expectativas.

Qualidade – fazer bem feito, da melhor forma possível, com a qualidade esperada.

Eficiência – fazer no tempo esperado, com organização, evitando desperdícios.

Acreditar no próprio potencial e capacidade de realizar as atividades propostas e alcançar objetivos também é fundamental, afinal empreendedores assumem responsabilidades. Da mesma forma, é fundamental buscar o apoio de outras pessoas, reconhecendo e respeitando a todos num trabalho em equipe. Assim também fazem os empreendedores.

O comportamento empreendedor de busca e prática da independência e da autoconfiança ajuda o empreendedor a acreditar na sua capacidade, defender suas ideias e ser consciente da necessidade de conviver e contar com outras pessoas para alcançar seus objetivos.

Recordando a definição:

Independência e autoconfiança

Acredita na sua capacidade, defende suas ideias e é consciente da necessidade de conviver e contar com outras pessoas para alcançar seus objetivos.

5. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.

**Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios
Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!**

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

PRATIQUE A EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA E A INDEPENDÊNCIA E AUTOCONFIANÇA!

PENSE NISSO!



VOCÊ SABE O QUE É INOVAÇÃO?

Inovação, no mundo corporativo, corresponde à introdução de um novo produto (ou serviço) no mercado, ou à introdução de um novo processo, industrial ou gerencial.

William Lever e seus irmãos, no século XIX, inovaram o modo de vender produtos de higiene pessoal ao apresentarem a seus clientes, pela primeira vez, um sabonete com marca e embalagem em tamanho padrão.

Outro inovador foi Henry Ford, que, no início do século XX, mudou totalmente a forma de produção industrial ao inaugurar o modelo de linha de produção, para fabricar em maior quantidade e menor tempo seu modelo "Ford T".

Lever e Ford foram grandes empreendedores de seu tempo, que se destacaram especialmente pelas inovações que introduziram no mercado.

A inovação, no entanto, não é algo que se restringe às grandes corporações. Todas as empresas podem inovar!

Pense nisso com seu grupo: como os produtos ou serviços podem ser inovados? Os processos de trabalho podem ser inovados?

(Fonte: www.sebraesp.com.br – adaptado para fins didáticos)

RESUMINDO



Neste encontro vimos a importância de organizar todo o trabalho que precisa ser realizado para o funcionamento do negócio. É importante estabelecer ações de produção para o desenvolvimento dos produtos e/ou serviços e também definir responsabilidades, distribuindo as tarefas entre os integrantes da equipe, para que cada um saiba o que fazer. A organização deve favorecer o trabalho em equipe! Agindo desta forma estaremos praticando os comportamentos empreendedores de exigir qualidade e eficiência e buscar e manter a independência e a autoconfiança.

Definindo o pós-venda



VAMOS PENSAR EM COMO OUVIR NOSSOS CLIENTES E CONFERIR SUA SATISFAÇÃO!

Objetivos do encontro:

- Desenvolver um sistema de pós-venda;
- Perceber a importância dos comportamentos empreendedores persistência e comprometimento.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo fizeram, na atividade do manual do plano de negócios o estabelecimento das ações de produção e para o desenvolvimento dos produtos e/ou serviços do negócio. Também, com a organização do trabalho, distribuíram tarefas entre os responsáveis pelo negócio.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 6º encontro, considerando:

- estabelecimento das ações de produção e para o desenvolvimento dos produtos e/ou serviços do negócio;
- apresentação dos critérios de qualidade estabelecidos para o trabalho;
- distribuição de tarefas entre os responsáveis pelo negócio.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.

2. MOMENTO DO JOGO

Acompanhe as orientações do professor e reúna-se com seus colegas de turma para participar deste jogo sobre atendimento ao cliente!

Registre aqui as suas impressões:



3. O ATENDIMENTO AOS CLIENTES

Atender bem aos clientes é prioridade para os empreendedores. Um bom atendimento ajuda, e muito, para que os clientes fiquem com uma imagem positiva do negócio e se lembrem de quando precisarem comprar novamente aquele produto ou serviço.

Somos todos diferentes uns dos outros. Com os clientes acontece a mesma coisa, os clientes são diferentes entre si e cada um tem um jeito de observar, escolher e decidir se compra ou não os produtos ou serviços oferecidos:

- tem cliente que é mais falante;
- tem cliente que é mais quieto;
- tem cliente que quer saber tudo e pergunta todos os detalhes do produto ou serviço;
- tem cliente que é engraçado e sorridente;
- tem cliente que é mais sério;
- tem cliente que é apressado.

Enfim, os clientes se comportam de forma bastante variada, cada um do seu jeito.

Alguns aspectos que devem ser observados e praticados no momento do atendimento aos clientes:

- » **Educação e gentileza:** ninguém gosta de ser tratado com falta de educação. Seja gentil, cumprimente os clientes, demonstre educação e gentileza. Mantenha a simpatia!
- » **Comunicação clara:** busque se comunicar claramente com os clientes. Pergunte sobre suas necessidades, ouça o cliente, questione se não compreender alguma informação. Não fale palavras difíceis para o cliente entender e cuidado para não interromper o cliente em suas colocações.
- » **Demonstre conhecimento:** prepare-se para saber argumentar sobre as qualidades e vantagens de adquirir os produtos ou serviços oferecidos.
- » **Agilidade e disposição:** demonstre disposição para atender ao que o cliente solicitar. Ser ágil não é fazer as coisas correndo, é manter a atenção e não ficar enrolando.
- » **Aparência e postura:** cuide para estar com uma aparência adequada e profissional: roupas limpas, cabelo penteado, entre outros cuidados. Além disso cuide da postura, nada de ficar encostado ou debruçado pelos cantos!
- » **Organização geral:** colabore com as demais pessoas envolvidas no trabalho para manter a organização geral do espaço de trabalho e atendimento ao cliente.

4. PASSOS DO PLANO DE NEGÓCIOS

DESENVOLVER UM SISTEMA DE PÓS-VENDA

Quando os empreendedores se dedicam a desenvolver um negócio, obviamente esperam que este negócio seja um sucesso e se mantenha atendendo cada vez melhor aos clientes.

Uma das ações que podem ser desenvolvidas para contribuir para isso é colocar em prática um sistema de pós-venda.

O sistema de pós-venda tem como objetivo a manutenção (atualização e contato constante) dos clientes, buscando conhecer suas necessidades e satisfação, para assegurar a qualidade dos produtos e serviços.

O pós-venda pode contribuir para que um negócio:

- tenha maior chance de sucesso, mantendo e aperfeiçoando a qualidade dos produtos e serviços.



- permitir aos clientes que manifestem suas necessidades e opiniões para que a empresa possa inovar e melhorar seus produtos e serviços continuamente.
- tenha a vantagem de conservar o relacionamento com os clientes, buscando que eles se mantenham fiéis.

OUVIR O CLIENTE, QUANDO? SEMPRE, SEMPRE, SEMPRE!

Um sistema de pós-venda deve ser desenvolvido no negócio, a fim de “ir” até ao cliente e “trazê-lo” para perto da empresa.

É necessário, e vital, que a empresa saiba “ouvir” o seu cliente para atendê-lo cada vez melhor!

Existem muitas maneiras de criar um sistema de pós-venda. A pesquisa de pós-venda para ouvir os clientes pode ser realizada através de contato com os clientes por:

- telefone;
- internet;
- correio;
- contato pessoal, imediatamente após a compra;
- questionário para que o cliente responda.

Conforme a forma escolhida para realizar a pesquisa de pós-venda será preciso ter um cadastro mais ou menos detalhado dos clientes, para que a pesquisa chegue até eles.

Entretanto, para qualquer forma de pesquisa escolhida é preciso definir previamente os requisitos que se espera avaliar e um roteiro da pesquisa.

Os requisitos a serem pesquisados e avaliados podem ser, entre outros:

- atendimento da empresa (cortesia, receptividade, agilidade, apresentação dos produtos e serviços etc.);
- qualidade do produto e/ou serviço (apresentação do produto, durabilidade, confiabilidade, embalagem, prazo de entrega, preço, forma de pagamento, assistência técnica etc.);
- estrutura e funcionamento da empresa (localização, instalações, organização, horários de atendimento etc.);
- imagem da empresa (como conheceu a empresa, prestígio no mercado, credibilidade etc.).

Um exemplo de questionário de pesquisa para o cliente responder:

Pesquisa de satisfação do cliente	Grau de satisfação				
	😊	😊	😊	😊	😊
O atendimento é feito com boa vontade e educação	5	4	3	2	1
O atendimento foi no tempo esperado	5	4	3	2	1
Os profissionais da empresa demonstram conhecimento do produto/serviço	5	4	3	2	1
A qualidade do produto/serviço atendeu sua expectativa	5	4	3	2	1
Justifique:					
Sugestões/comentários/reclamações:					
Nome: _____					
E-mail: _____					
Telefone: _____					

- » Cada empreendedor deve elaborar um roteiro de pesquisa específico para a necessidade e adequado à realidade do negócio que desenvolve.
- » Também é importante ouvir a opinião das pessoas envolvidas no desenvolvimento do negócio, ou seja, a convite de trabalho.



5. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Se comprometer com alguma ideia ou com alguma coisa é a base para que sejamos persistentes.

Isso mesmo, hoje vamos falar um pouco mais sobre os comportamentos empreendedores comprometimento e persistência.

Lembrando a definição:

Persistência
Enfrenta os desafios e dificuldades que podem surgir na busca de seus objetivos, efetuando mudanças necessárias, agindo diante de obstáculos e sem perder o foco no objetivo que se espera alcançar.
Comprometimento
Age para cumprir os objetivos, assumindo compromisso pessoal e responsabilidade pela realização de tarefas.

Quando nos comprometemos com algo, significa que acreditamos naquilo e que nos esforçaremos para que tudo dê certo e, assim, a chance de nos dedicarmos para enfrentar as dificuldades e buscar alternativas para solucionar um problema é bem maior. Passamos a agir de forma persistente, buscando alternativas para alcançar os resultados que esperamos e com os quais nos comprometemos.

Comprometimento e persistência são comportamentos empreendedores considerados importantes para diversas situações da nossa vida.

Para atender bem aos cliente e para desenvolver um negócio como um todo, os empreendedores praticam constantemente a persistência, em função do comprometimento assumido para que o negócio se concretize com sucesso!

6. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

**Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios.
Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.
Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!**

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!
PRATIQUE A PERSISTÊNCIA E O COMPROMETIMENTO!

PENSE NISSO!



Você sabe o que é cooperação e como ela pode trazer benefícios para uma empresa?

Cooperação, no contexto da economia, é uma relação de ajuda mútua entre indivíduos e/ou entidades no sentido de alcançar objetivos comuns. A cooperação é vista por muitos como a forma ideal de gestão das interações humanas e também entre as empresas, uma vez que os esforços são somados na busca de melhores resultados, conjuntamente.

Pense nisso com seu grupo: Como podemos cooperar com outras pessoas ou empresas? Que parcerias podemos estabelecer para buscar objetivos comuns e ampliar nossa chance de sucesso?

(Fonte: www.wikipedia.org – adaptado para fins didáticos)

RESUMINDO



Atender bem aos clientes é uma das prioridades dos empreendedores e também será uma de nossas preocupações em nosso negócio. Neste encontro vimos a importância de se preparar para um bom atendimento e de desenvolver um sistema de pós-venda para ouvir a opinião e satisfação dos clientes, procurando melhorar o negócio cada vez mais. Agir como empreendedor requer praticar comprometimento e persistência, isto é, acreditar e se esforçar para que tudo dê certo e enfrentar as dificuldades que podem surgir.

Preparando o plano de negócios



VAMOS NOS ORGANIZAR PARA IMPLANTAR NOSSO PLANO DE NEGÓCIOS!

Objetivos do encontro:

- Preparar a implantação do plano de negócios.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo fizeram, na atividade do manual do plano de negócios, o desenvolvimento de um sistema de pós-venda para ser realizado no negócio.

Os grupos apresentarão as suas atividades realizadas após o 7º encontro, considerando:

- como será a pesquisa de opinião interna (requisitos e perguntas);
- como será feito o pós-venda com os clientes (requisitos e perguntas).

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS.

2. ORGANIZANDO OS ÚLTIMOS DETALHES

Agir como empreendedores envolve seguir um ciclo constante de planejamento, realização, avaliação do que foi feito e implantação de novas ações.

Para colocar em prática o plano de negócios elaborado é necessário organizar os últimos detalhes de tudo que precisa ser feito para a inauguração e funcionamento do negócio.



2.1. PARA CONTROLAR A VENDA DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

É preciso definir como controlar as vendas dos produtos e serviços. Para isso são utilizados controles administrativos.

CONTROLES ADMINISTRATIVOS SÃO FORMAS DE REGISTRAR INFORMAÇÕES NECESSÁRIAS PARA QUE SE CONSIGA SABER COMO O NEGÓCIO ESTÁ ORGANIZADO E SOBRE SEU ANDAMENTO. POR EXEMPLO, CONTROLE DE VENDAS REALIZADAS, CONTROLE DOS VALORES RECEBIDOS PELOS CLIENTES, ENTRE OUTROS.

Exemplos de dois controles administrativos fundamentais:

» Controle do estoque

				Após período de vendas, registrar:
Nome do produto	Quantidade em estoque	Preço de venda	Quantidade vendida	Produtos não vendidos
Total geral de produtos em estoque:		Total geral de produtos vendidos e não vendidos:	Vendidos:	Não vendidos:

Nome do negócio:	Controle de caixa		
	Data	Horário	Local
Inauguração:			

Entrada de dinheiro - Vendas realizadas				
Data	Nome do produto ou serviço	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Total:				

Saída de dinheiro - Gastos				
Data	Descrição do gasto	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Total:				

RESULTADO ALCANÇADO NO PERÍODO DE	___/___/___ A ___/___/___
TOTAL DE ENTRADAS	R\$
TOTAL DE SAÍDAS	R\$
RESULTADO	R\$

É IMPORTANTE PROVIDENCIAR OUTROS CONTROLES E REGISTROS DE INFORMAÇÕES NECESSÁRIOS, COMO FORMULÁRIOS PARA PESQUISAS DE OPINIÃO INTERNA E PARA A REALIZAÇÃO DO PÓS-VENDA.



2.2. CONFERINDO OS ÚLTIMOS DETALHES

Nos momentos antes da inauguração do negócio, convém fazer uma verificação geral para analisar se falta fazer algo para este momento tão importante. É o momento em que o empreendedor coloca seu plano de negócio em prática no desenvolvimento do negócio.

Para isso, dependendo do tipo de negócio, podem ser verificados aspectos como:

» **Produtos/Serviços**

- Os produtos já estão etiquetados com preços e com o nome do negócio?
- Os materiais necessários para a realização do serviço já foram providenciados e estão organizados?

» **Divulgação**

- A campanha de divulgação já foi realizada?

» **Material e equipamentos necessários**

- Todo material e equipamento necessário já foi providenciado (exemplo: mesas, cadeiras etc)?

» **Equipes de trabalho**

- Todos estão preparados para suas respectivas funções?

» **Verificar outras providências que precisam ser realizadas.**

3. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Todos os comportamentos empreendedores são importantes e se relacionam entre si. Um comportamento puxa o outro: quando define metas, o empreendedor planejará para chegar até elas, exigirá qualidade naquilo que estiver sendo feito, precisará ser persistente diante das dificuldades que podem surgir, e assim por diante.

Ao final deste encontro vocês implantarão o negócio que planejaram com muita dedicação. Certamente exercitaram os comportamentos empreendedores e também precisarão praticá-los daqui em diante.

Louis Jacques Filion, um pesquisador do tema empreendedorismo e do comportamento dos empreendedores, diz que:

“UM EMPREENDEDOR É UMA PESSOA QUE IMAGINA, DESENVOLVE E REALIZA VISÕES.”

A palavra ‘visões’ é aplicada nesta frase com sentido de sonhos, de metas.

Vocês sonharam, imaginaram, desenvolveram o plano de negócios e agora vão concretizar a meta idealizada para o negócio escolhido pelo grupo!

3.1. QUAIS FORAM OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES QUE VOCÊ MAIS PRATICOU ATÉ ESTE MOMENTO DO CURSO? JUSTIFIQUE.

3.2. QUAIS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES VOCÊ CONSIDERA QUE SERÃO FUNDAMENTAIS DAQUI PARA FRENTE NO TRABALHO DE INAUGURAÇÃO E FUNCIONAMENTO DO NEGÓCIO ESCOLHIDO PELO GRUPO? JUSTIFIQUE.

3.3. COMO VOCÊ ACREDITA QUE DESENVOLVER E PRATICAR OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES PODEM SER IMPORTANTES PARA VOCÊ EM OUTRAS SITUAÇÕES DO SEU DIA A DIA? JUSTIFIQUE.



4. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de praticar os passos do plano de negócios e conferir os últimos detalhes para sua implantação.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

RESUMINDO



Neste encontro estamos cuidando dos últimos detalhes para o momento da inauguração do nosso negócio. Definimos controles administrativos que precisamos usar e fortalecemos nossa determinação empreendedora para que tudo dê certo!

Analizando a implantação do negócio



IMPLANTAMOS NOSSO NEGÓCIO E ANALISAREMOS PERIODICAMENTE OS RESULTADOS ALCANÇADOS!

Objetivos do encontro:

- Analisar o processo de implantação dos negócios e resultados preliminares, considerando dificuldades e facilidades encontradas.



ATIVIDADES

I. RESULTADOS DA ATIVIDADE DO PLANO DE NEGÓCIOS

Você e seu grupo implantaram o negócio que escolheram para empreender.

Os grupos apresentarão um resultado preliminar da implantação dos negócios, considerando:

- apresentação das dificuldades encontradas e soluções buscadas;
- apresentação dos aspectos que favoreceram a implantação do negócio;
- apresentação das pesquisas de opinião interna e de pós-venda;
- relato da implantação do negócio e resultados alcançados até o momento.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES SOBRE OS OUTROS GRUPOS.

OBSERVE ATENTAMENTE AS APRESENTAÇÕES E APROVEITE A OPORTUNIDADE PARA ANALISAR AS INFORMAÇÕES TRAZIDAS PELOS OUTROS GRUPOS, SUAS ESTRATÉGIAS DEFINIDAS E PARA TIRAR DÚVIDAS SOBRE O PLANO DE NEGÓCIOS E A IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO.

ESTAMOS PRATICANDO O PASSO DO PLANO DE NEGÓCIOS QUE SE REFERE A AVALIAR OS RESULTADOS DO NEGÓCIO!

ESTAMOS EXERCITANDO COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES, ENTRE ELES PLANEJAMENTO E MONITORAMENTO SISTEMÁTICOS!

2. MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

Agora é hora de manter o negócio em funcionamento, conforme o planejamento realizado.

Ao final do período proposto para funcionamento dos negócios durante o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos, preparem uma apuração final dos resultados do negócio.

Vamos ao manual elaborado para esta atividade, o manual do plano de negócios.

Acompanhe as orientações do professor, reúna-se com seu grupo e bom trabalho!

EXERCITE OS COMPORTAMENTOS EMPREENDEDORES!

RESUMINDO



Conhecemos os resultados preliminares dos negócios empreendidos pelos grupos e praticamos o passo do plano de negócios que se refere a avaliar os resultados do negócio. Continuamos nosso exercício dos comportamentos empreendedores, entre eles planejamento e monitoramento sistemáticos. Preparemos para o próximo e último encontro do curso uma apuração final dos resultados do negócio.

Avaliando o plano de negócio e o aprendizado



VAMOS AVALIAR O RESULTADO FINAL DOS NEGÓCIOS QUE IMPLANTAMOS E O NOSSO APRENDIZADO DURANTE O CURSO JOVENS EMPREENDEDORES PRIMEIROS PASSOS!

Objetivos do encontro:

- apresentar o resultado final dos negócios implantados;
- avaliar o aprendizado durante o curso.

ATIVIDADES

I. RESULTADOS FINAIS DOS NEGÓCIOS

Cada grupo apresentará os resultados finais dos negócios, obtidos após a implantação dos mesmos, considerando:

- resultados financeiros finais do negócio;
- decisões a partir dos resultados alcançados (o que será feito com possível lucro e possível sobra de estoque);
- relato completo da implantação do negócio e resultados alcançados – avaliação do grupo dos resultados alcançados, o que acham que deu certo, o que poderia ter sido melhor e principais aprendizados com o desenvolvimento e implantação do plano de negócios.

DICA:

DURANTE AS APRESENTAÇÕES DOS GRUPOS, REGISTRE NO MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS SUAS IMPRESSÕES FINAIS SOBRE O TRABALHO DOS GRUPOS.

2. AVALIAÇÃO DA CAMINHADA EMPREENDEDORA DURANTE O CURSO.

Como estamos no último encontro do curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos, faremos uma avaliação da experiência e do nosso aprendizado durante a caminhada empreendedora que percorremos.



Relembrem as atividades realizadas durante o curso e respondam as seguintes questões com seus colegas de turma!

» **Houve participação de todos do grupo na realização das atividades? Por quê?**

» **Como foram resolvidas situações de conflito ou discordâncias?**

» **Como foi o ambiente de trabalho do grupo: descontraído, amigável, respeitoso, organizado ou o contrário? Por quê?**

» **Vocês consideram que alcançaram os objetivos propostos no início do curso: desenvolver e implantar um plano de negócios e exercitar os comportamentos empreendedores? Justifiquem.**

» **Responda individualmente:**

• Qual foi o melhor momento do curso para você? Por quê?

- Em sua opinião, algo poderia ter ocorrido de outra forma durante o curso? O que e por quê?

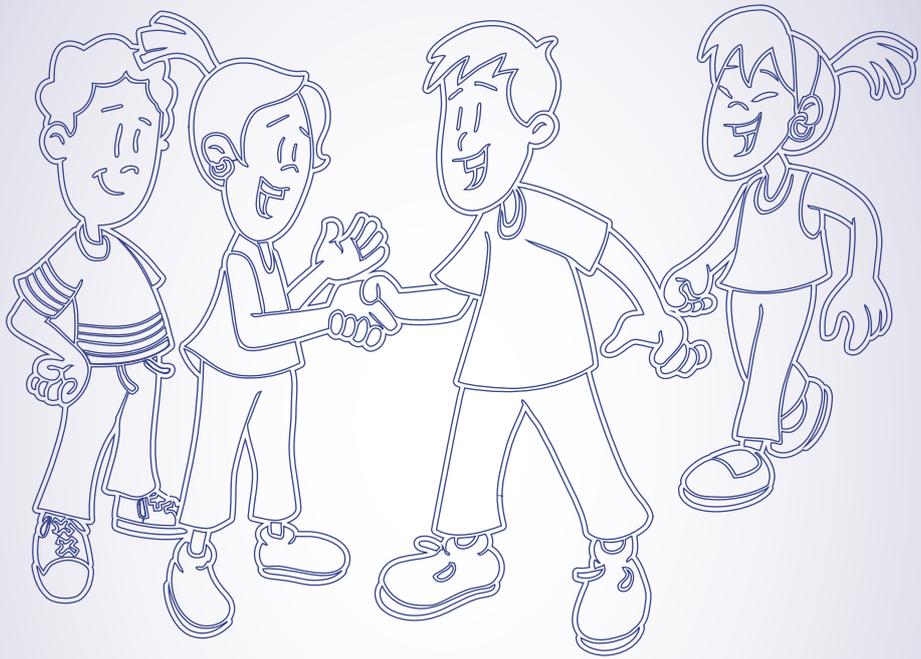
- Como esta experiência de realizar o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos poderá ser útil para o seu dia a dia e para o seu futuro?

- Qual seu maior aprendizado com o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos?

PARABÉNS PELA SUA PARTICIPAÇÃO NO CURSO JOVENS EMPREENDEDORES PRIMEIROS PASSOS!

SIGA EM FRENTE E AJA COMO UM EMPREENDEDOR NA CONQUISTA DOS SEUS SONHOS!





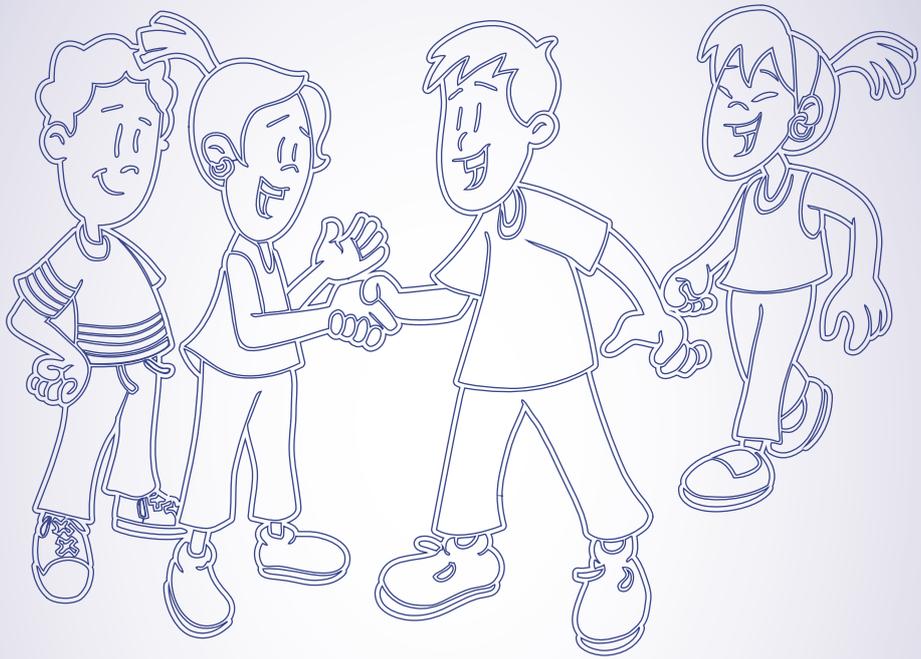


Jovens
Empreendedores
Primeiros Passos

9º ANO
LIVRO DO ALUNO



MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS



Jovens Empreendedores

Primeiros Passos

MANUAL DO PLANO DE NEGÓCIOS

9º ANO LIVRO DO ALUNO

Nome: _____ Turma: _____

Escola: _____

Identificar a oportunidade de mercado e definir o tipo de negócio

PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado deverá ser feita para que se tenha uma amostra da opinião dos futuros clientes para dar sustentação à iniciativa de abrir o negócio.

O QUE É PRECISO SABER E ONDE REALIZAR A PESQUISA!

Para fazer a pesquisa de mercado, é importante ter clareza sobre:

Para isso, vamos decidir previamente qual é o público que esperamos atender com o nosso negócio, conforme a área de atuação. Assim, poderemos direcionar nossa pesquisa para conhecer as necessidades e interesses deste público.

Por exemplo, se o negócio funcionar direcionado para atender os alunos da escola, nossa área de atuação será a escola.

> Público a ser atendido pelo negócio e a ser pesquisado:

A partir desta definição, é momento de pensar numa pesquisa para identificar uma oportunidade de negócio.

Vamos pensar em ideias de negócio que achamos interessantes para o público definido. Depois vamos estruturar uma pesquisa para ver qual a opinião dos futuros clientes que esperamos ter.



> Ideias de negócios:

Agora, vamos estruturar a pesquisa de mercado. As perguntas a serem feitas na pesquisa devem ser pensadas com muito cuidado por você e seus colegas de grupo, de acordo com o que esperam obter de informações.

Exemplo: se vocês pensam que é interessante vender produtos naturais para os alunos, como frutas orgânicas, por exemplo, precisam listar o que necessitam saber para verificar se realmente esta ideia é uma oportunidade, ou seja, se os clientes também acham que essa ideia é interessante.

É preciso buscar respostas, por exemplo, para:

- os alunos comprariam frutas orgânicas? por quê?
- quais frutas são as preferidas?
- que quantidade de fruta um aluno consumiria por dia?
- quanto pagariam pelas frutas?

LEMBREM-SE DE QUE, A PARTIR DE VÁRIAS IDEIAS DE NEGÓCIO DEFINIDAS, É PRECISO BUSCAR INFORMAÇÕES E A OPINIÃO DOS FUTUROS CLIENTES PARA CADA SITUAÇÃO, PARA QUE SE CONSIGA COMPARAR E RECONHECER QUAL SERIA A MELHOR OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO.

TAMBÉM É POSSÍVEL FAZER UMA PESQUISA DE MERCADO SEM TER UMA DEFINIÇÃO PRÉVIA DE IDEIAS DE NEGÓCIOS, PERGUNTANDO AO PÚBLICO A SER PESQUISADO, POR EXEMPLO, SOBRE O QUE GOSTARIAM QUE LHESS FOSSE OFERECIDO DE PRODUTOS OU SERVIÇOS. A PARTIR DESTAS INFORMAÇÕES, É NECESSÁRIO AVALIAR QUAIS AS OPORTUNIDADES.

Definir um nome para o negócio

O nome do negócio deve ser bem pensado, planejado e discutido com os colegas da equipe.

Você e seu grupo definirão o nome do negócio, conforme a oportunidade que identificaram para empreender.

Façam uma lista anotando todas as ideias e os possíveis nomes para o negócio e, depois, decidam qual será o nome escolhido.

É MOMENTO DE DEIXAR A CRIATIVIDADE FLUIR!

1. LISTEM IDEIAS DE NOMES PARA O NEGÓCIO, CONFORME CONVERSA COM A EQUIPE.

IDEIAS DE NOMES PARA O NEGÓCIO

1.1. A PARTIR DAS IDEIAS LISTADAS, AVALIEM AS SUGESTÕES, ELIMINEM OS NOMES QUE MENOS AGRADARAM E DEFINAM O NOME ESCOLHIDO PELO GRUPO.

NOME ESCOLHIDO

Definir os clientes do negócio

É preciso identificar quem serão os clientes e pesquisar quais as suas preferências. Faremos isso com uma pesquisa com os clientes. Como já pensamos no público que pretendemos atender com nosso negócio, analisaremos informações mais específicas. A pesquisa deve enfatizar:

- Qual o tipo de cliente o negócio irá atender?
- Qual a opinião dos possíveis clientes sobre os produtos ou serviços?
- E quais as expectativas dos clientes para serem atendidas pelo negócio?

EXEMPLO: o público definido para o negócio é formado pelos alunos da escola.

- Mas quais alunos esperamos atender como clientes, conforme nosso tipo de negócio? Alunos de todos os anos? Só os mais novos, que estudam até o 5º ano? Só os que estudam à tarde? Ou só os que estudam de manhã?
- Qual a opinião dos clientes conforme os produtos ou serviços pensados?
- Será que os clientes têm outras ideias, sugestões, expectativas que poderíamos atender e ainda não conhecemos?

Antes de iniciar a conversa para a pesquisa com os clientes, esclareça sobre a proposta de negócio que pretendem montar e informe como será importante a contribuição daquela pessoa para a definição do negócio que o grupo está empreendendo de maneira mais clara. Ao final da pesquisa, agradeça a colaboração da pessoa pesquisada.

BOA PESQUISA!

1. REALIZEM A PESQUISA COM OS CLIENTES.

Na sequência você encontrará uma sugestão de formulário para esta pesquisa com os clientes. Faça as adaptações que julgar necessárias.



Pesquisa de Clientes

Preencha os dados sobre a pessoa entrevistada:

() Jovem () Adulto

() Parente, vizinho, familiar

() Funcionário da escola

() Aluno de outra turma

() Outro: _____

1. Você considera interessante o tipo de negócio que estamos oferecendo? Por quê?

() Sim () Não

Por que? _____

2. Entre as seguintes opções de produtos/serviços, qual você mais gostaria de comprar? Por quê?

() Opção 1: _____

() Opção 2: _____

() Opção 3: _____

Por que? _____

3. Quanto você pagaria pelas opções de produtos/serviços apresentadas?

() Opção 1: R\$ _____ () Opção 2: R\$ _____ () Opção 3: R\$ _____

4. Entre as opções de produtos/serviços apresentadas você não compraria alguma delas de jeito nenhum? Qual e por quê?

() Opção 1 () Opção 2 () Opção 3

Por que? _____

5. Você tem alguma sugestão de produto ou serviço, além das opções apresentadas, que poderia ser oferecida pelo negócio que estamos desenvolvendo? Qual é a sugestão?

1.1. REALIZE A TABULAÇÃO DA PESQUISA FEITA COM OS CLIENTES

Na sequência você encontrará uma sugestão de como realizar esta tabulação, considerando o formulário sugerido anteriormente. Faça as adaptações que julgar necessárias.

Resultado da pesquisa de preferência dos clientes

Quantidade de pessoas pesquisadas::

Quantas são:

(____) Jovens (____) Adultos

Quantas são:

(____) Parente, vizinho, familiar

(____) Funcionário da escola

(____) Aluno de outra turma

(____) Outro: _____

1. Quantas pessoas consideram ou não importante o tipo de negócio escolhido? Quais os motivos citados?

(____) Sim (____) Não

Motivos citados: _____

2. Quantas pessoas responderam sobre a preferência para cada uma das opções de produtos/ serviços apresentadas? Quais os motivos citados?

() Opção 1: _____

Motivos citados para a escolha da opção 1: _____

() Opção 2: _____

Motivos citados para a escolha da opção 2: _____

() Opção 3: _____

Motivos citados para a escolha da opção 3: _____



3. Quanto ao valor que as pessoas pagariam pelas opções de produtos/serviços apresentadas, qual o maior e menor valor citados para cada uma delas?

Opção 1:

Maior valor: R\$ _____ Menor valor: R\$ _____

Opção 2:

Maior valor: R\$ _____ Menor valor: R\$ _____

Opção 3:

Maior valor: R\$ _____ Menor valor: R\$ _____

4. Quantas pessoas citaram que não comprariam de forma alguma uma das opções de produtos/serviços apresentadas? Quais os motivos citados?

() Opção 1: _____

Motivos citados para a escolha da opção 1: _____

() Opção 2: _____

Motivos citados para a escolha da opção 2: _____

() Opção 3: _____

Motivos citados para a escolha da opção 3: _____

5. Quais sugestões de outros produtos/serviços foram feitas?

Registrando algumas informações da pesquisa:

Total de pessoas pesquisadas: _____

OPINIÃO DOS CLIENTES	OPÇÃO 1	OPÇÃO 2	OPÇÃO 3
Quanto preferem cada uma das opções?			
Quanto disseram que não comprariam de forma alguma uma das opções?			

Sugestões de outros produtos/serviços recebidas :

1.2. APÓS A APLICAÇÃO DA PESQUISA E TABULAÇÃO DOS DADOS, DESCREVA DA MANEIRA MAIS COMPLETA POSSÍVEL QUEM SERÃO OS CLIENTES DA EMPRESA E A DECISÃO SOBRE QUAIS SERÃO OS PRODUTOS/SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS, CONFORME A PREFERÊNCIA IDENTIFICADA.

DEFINIÇÃO DOS CLIENTES



PRODUTOS E SERVIÇOS – DESCRIÇÃO

ASSESSORIA E APRENDIZADO

Antes da assessoria:

Discuta e identifique com sua equipe as dúvidas que vocês tiveram na realização das atividades do plano de negócios. A seguir, anote no espaço abaixo as perguntas que farão ao professor para esclarecer as dúvidas.

DURANTE E APÓS A ASSESSORIA, SINTETIZE AS ANÁLISES E AS ORIENTAÇÕES DO PROFESSOR.





Identificar os concorrentes

PESQUISA DE MERCADO

Neste passo, você e sua equipe devem desenvolver uma pesquisa com empresas ou pessoas que fornecem produtos ou serviços similares ou iguais àqueles pelos quais vocês optaram como negócio, para saber como elas atuam.

Você e seu grupo deverão elaborar o roteiro para pesquisar as empresas concorrentes e, para isso, tenham como base os seguintes aspectos:

- como é o funcionamento do(s) negócio(s) da concorrência;
- como o local é organizado;
- como é feita a divulgação do negócio;
- estratégia utilizada para atrair o cliente;
- como fazem o atendimento ao cliente;
- preços e condições de venda praticadas;
- diferenciais (serviços ou aspectos que os clientes apreciam muito e que são pouco oferecidos ao mercado, ou mesmo oferecidos exclusivamente por tal concorrente);
- Outros aspectos (pensem em outros aspectos que vocês consideram relevante identificar nos concorrentes)

Definir o local de funcionamento do negócio

Neste passo do plano de negócios, você e sua equipe devem definir o local de funcionamento do negócio, avaliando:

- o local (ponto) é o melhor para o cliente?
- está de acordo com as condições que o negócio pode atender?
- definam o *layout*, ou seja, a organização do espaço;
- definam se haverá um sistema de entrega por encomenda, por exemplo, e como organizar o local para isso.

1. DEFINAM E DESCREVAM O LOCAL DO NEGÓCIO E SUAS CARACTERÍSTICAS, CONFORME O TIPO DE NEGÓCIO ESCOLHIDO E OS PRODUTOS/SERVIÇOS QUE SERÃO OFERECIDOS AOS CLIENTES:

LOCAL DO NEGÓCIO



Definir recursos materiais necessários

O passo de definir os recursos materiais necessários é importante para que se conheça e possa organizar tudo que é preciso para que o negócio funcione e atinja seus objetivos.

1. LISTE OS RECURSOS MATERIAIS NECESSÁRIOS, CONSIDERANDO O TIPO DE NEGÓCIO ESCOLHIDO, OS PRODUTOS/SERVIÇOS DEFINIDOS E COMO ESTES SERÃO OFERECIDOS AOS CLIENTES:

RECURSOS MATERIAIS NECESSÁRIOS

Equipamentos específicos:

Móveis (mesa, cadeira, prateleiras etc.):

Material de uso geral (tesouras, réguas, colas etc.):

Material de limpeza:

**MANUAL
DO PLANO DE
NEGÓCIOS**

Material para elaboração dos produtos (caso o negócio envolva etapas produtivas) e/ou prestação dos serviços:

Outros:

1.1. JÁ TEMOS TUDO QUE PRECISAMOS? CASO FALTE ALGO, LISTEM E IDENTIFIQUEM COMO SERÁ POSSÍVEL CONSEGUIR TAIS RECURSOS NECESSÁRIOS.

ASSESSORIA E APRENDIZADO

Antes da assessoria:

Discuta e identifique com sua equipe as dúvidas que vocês tiveram na realização das atividades do plano de negócios. A seguir, anote no espaço abaixo as perguntas que farão ao professor para esclarecer as dúvidas.

Definir os recursos financeiros e a formação de preços

Pensando no negócio que escolheram empreender, planeje os aspectos financeiros envolvidos e decida sobre os preços a serem praticados para venda dos produtos e/ou serviços.

> Investimento inicial

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO UNITÁRIO	TOTAL	FORNECIMENTO
Total				

> Definição dos custos

- Custos para produção ou custo de materiais para prestação de serviços (custos variáveis)



Produto/Serviço 1:

ITEM	QUANTIDADE	UNIDADE DE MEDIDA	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Total				

Produto/Serviço 2:

ITEM	QUANTIDADE	UNIDADE DE MEDIDA	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Total				

Produto/Serviço 3:

ITEM	QUANTIDADE	UNIDADE DE MEDIDA	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Total				

- Custo fixo

DESCRIÇÃO	VALOR
Total	

- > Formação do preço de venda

Para formar o preço de venda é preciso pensar em algumas informações importantes, além dos custos já conhecidos:

- os preços que os clientes estão dispostos a pagar, conforme pesquisa de preferência dos clientes;
- os preços praticados pela concorrência, conforme pesquisa sobre a concorrência.

PRODUTO/SERVIÇO 1	PRODUTO/SERVIÇO 2	PRODUTO/SERVIÇO 3

CALCULAR O CUSTO COM MATERIAL POR PRODUTO/SERVIÇO:

ESTIMAR A QUANTIDADE DE VENDAS:

- Tempo previsto de funcionamento do negócio: _____
- Estimativa de vendas

PRODUTO/SERVIÇO 1	PRODUTO/SERVIÇO 2	PRODUTO/SERVIÇO 3



DIVIDIR O CUSTO FIXO TOTAL PELA QUANTIDADE TOTAL DE PRODUTOS/SERVIÇOS QUE SE ESTIMA VENDER:

- Custo fixo
- Quantidade total estimada de venda no período de funcionamento do negócio
- Parcela do custo fixo a ser acrescentada no custo de cada produto/serviço

Custo Fixo total

$$\underline{\hspace{10em}} = \underline{\hspace{10em}} = \underline{\hspace{10em}}$$

Estimativa de venda

SOMAR AO CUSTO COM O MATERIAL O CUSTO FIXO POR PRODUTO/SERVIÇO:

PRODUTO/SERVIÇO 1		PRODUTO/SERVIÇO 2		PRODUTO/SERVIÇO 3	
CUSTO MATERIAL		CUSTO MATERIAL		CUSTO MATERIAL	
	+		+		+
CUSTO FIXO		CUSTO FIXO		CUSTO FIXO	
	=		=		=
CUSTO PRODUTO/ SERVIÇO		CUSTO PRODUTO/ SERVIÇO		CUSTO PRODUTO/ SERVIÇO	

DECIDIR O PREÇO DE VENDA

É fundamental analisar em conjunto as informações:

- custo para produção e/ou realização do serviço;
- tempo e dedicação necessários;
- os preços que os clientes estão dispostos a pagar, conforme pesquisa de preferência dos clientes;
- os preços praticados pela concorrência, conforme pesquisa sobre a concorrência.

- Preços de venda

PRODUTO/SERVIÇO 1	PRODUTO/SERVIÇO 2	PRODUTO/SERVIÇO 3

- > Definir quantidade mínima a ser vendida e os resultados financeiros esperados.

CONSIDERANDO A VENDA ESTIMADA, QUAIS SÃO OS CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS DO NEGÓCIO?

Calcule previamente os custos variáveis conforme cada produto/serviço do negócio e quantidade estimada de venda.

	PRODUTO OU SERVIÇO 1	PRODUTO OU SERVIÇO 2	PRODUTO OU SERVIÇO 3
CUSTO DE MATERIAL POR PRODUTO/SERVIÇO	R\$	R\$	R\$
	X	X	X
QUANTIDADE ESTIMADA DE VENDA	R\$	R\$	R\$
	=	=	=
CUSTO VARIÁVEL POR PRODUTO/SERVIÇO	R\$	R\$	R\$

- Total de custos

CUSTO VARIÁVEL TOTAL	R\$
	+
CUSTO FIXO	R\$
	=
TOTAL DE CUSTOS	R\$

QUAL A QUANTIDADE MÍNIMA DE PRODUTOS/SERVIÇOS A SEREM VENDIDOS PARA PAGAR TODOS OS CUSTOS?



Calcule previamente uma média dos preços de vendas dos produtos/serviços do negócio.

TOTAL DE CUSTOS	R\$
	÷
PREÇO MÉDIO UNITÁRIO	R\$
	=
QUANTIDADE MÍNIMA DE VENDAS PARA NÃO HAVER PREJUÍZO (MÉDIA ESTIMADA)	(*)

(*) Se necessário arredonde a quantidade calculada e, neste caso de quantidade mínima de vendas, para não ter prejuízo, arredonde para mais.

AO VENDER AS QUANTIDADES ESTIMADAS QUAIS SERÃO OS RESULTADOS FINANCEIROS DO NEGÓCIO?

Calcule previamente a receita de vendas estimada conforme cada produto/serviço do negócio.

	PRODUTO/ SERVIÇO 1	PRODUTO/ SERVIÇO 2	PRODUTO/ SERVIÇO 3
PREÇO DE VENDA POR PRODUTO/SERVIÇO	R\$	R\$	R\$
	X	X	X
QUANTIDADE ESTIMADA DE VENDA			
	=	=	=
RECEITA ESPERADA POR PRODUTO/SERVIÇO	R\$	R\$	R\$

- Resultados financeiros

RECEITA TOTAL ESPERADA	R\$
	-
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS	R\$
	=
TOTAL PARCIAL	R\$
	-
CUSTOS FIXOS	R\$
	=
RESULTADO FINANCEIRO	R\$

O resultado financeiro calculado mostra que o negócio deverá ter:

() lucro

() prejuízo

Tal resultado financeiro será de R\$ _____, caso se concretize venda a quantidade estimada de produtos e serviços.

Para calcular o quanto este valor do resultado financeiro representa em porcentagem precisamos pensar na relação entre tal valor calculado e a receita esperada pelas vendas.

$$\begin{aligned} \text{Percentual do resultado financeiro} &= \frac{\text{Resultado financeiro}}{\text{Receita}} \times 100 \\ \text{Percentual do resultado financeiro} &= \frac{\text{R\$}}{\text{R\$}} \times 100 \\ \text{Percentual do resultado financeiro} &= \underline{\hspace{2cm}} \% \end{aligned}$$



Definir as ações de marketing

Neste passo do plano de negócios, você e seu grupo devem definir quais serão as ações de marketing que serão realizadas para divulgar o negócio, seus produtos e/ou serviços, pensando em conquistar os clientes.

Elabore o material necessário para a divulgação.

LEMBREM-SE:

- de como mostrar a qualidade dos produtos e/ou serviços;
- da imagem do negócio que pretendem divulgar;
- das ações que consideram ser mais interessantes para atrair e conquistar os clientes.

USEM A CRIATIVIDADE NESTE TRABALHO EM EQUIPE PARA DIVULGAR O NEGÓCIO ESCOLHIDO PELO GRUPO!

1. DEFINAM O QUE SERÁ FEITO PARA DIVULGAR O NEGÓCIO E OS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS OFERECIDOS.

IDÉIAS:

PENSAR EM FRASES DE IMPACTO QUE PODEM AJUDAR A "VENDER" A IDEIA DO NEGÓCIO E SEUS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS.

PENSAR EM ALGUM DESENHO OU SÍMBOLO QUE PODE CARACTERIZAR O NOME DO NEGÓCIO E APRESENTAR MELHOR A PROPOSTA DO NEGÓCIO.

DEFINIR COMO O NOME DO NEGÓCIO DEVERÁ SER ESCRITO NOS MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO: TIPO DE LETRA, CORES, TAMANHOS.

FAZER CONVITES.

FAZER CARTAZES E FAIXAS.

FAZER MÚSICAS OU PARÓDIAS QUE DIVULGUEM NOSSO NEGÓCIO E SEUS PRODUTOS/SERVIÇOS.

PREPARAR UM PEQUENO TEATRO QUE MOSTRE AS VANTAGENS DE UTILIZAR NOSSOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS.



Estabelecer ações para produção e para o desenvolvimento dos produtos e serviços e organizar e distribuir as tarefas entre os responsáveis pelo negócio

Conforme o tipo de negócio escolhido pelo grupo, você e seus colegas devem organizar as etapas necessárias para o desenvolvimento do trabalho, definindo como avaliarão a qualidade do produto e/ou serviço.

LEMBREM-SE DE:

- pensar no passo a passo e na forma que consideram ser a ideal para desenvolver as ações de trabalho, desenvolvendo os produtos e/ou serviços do negócio;
- conversar e chegar a um acordo para distribuir as responsabilidades;
- os critérios de qualidade precisam ser definidos considerando aquilo que os clientes esperam.

1. DEFINAM AS ETAPAS DO TRABALHO A SER DESENVOLVIDO E QUEM REALIZARÁ TAIS ETAPAS.

AÇÕES PARA PRODUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS

> Produto/serviço 1: _____

ETAPAS		RESPONSÁVEIS
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		



> Produto/serviço 2: _____

ETAPAS		RESPONSÁVEIS
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		



> Produto/serviço 3: _____

ETAPAS		RESPONSÁVEIS
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

2. DEFINA OS CRITÉRIOS DE QUALIDADE A SEREM ACOMPANHADOS E OBSERVADOS NO TRABALHO DESENVOLVIDO.

CRITÉRIO	O QUE OBSERVAR	APLICADO AOS PRODUTOS/SERVIÇOS (*)

(*) Indique quais produtos ou serviços devem ser avaliados conforme tal critério de qualidade estabelecido.

IMPORTANTE:

- CASO O NEGÓCIO ENVOLVA PRODUÇÃO, É INDICADO FAZER, SISTEMATICAMENTE CONFORME A PRODUÇÃO ACONTECE, UMA AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS PRODUTOS FEITOS, POR EXEMPLO:

PRODUTOS APROVADOS	PRODUTOS QUE PRECISAM DE RETOQUES	PRODUTOS QUE PRECISAM SER REFEITOS
<p>Separe e destine para este grupo os produtos que atendem aos critérios de qualidade estabelecidos e já estão prontos para serem vendidos.</p>	<p>Separe e destine para este grupo os produtos que precisam de retoques, aqueles que necessitam de alguma pequena mudança ou correção.</p>	<p>Separe e destine para este grupo os produtos que precisam ser refeitos, aqueles não atendem à qualidade que esperam oferecer aos clientes e, por isso, precisam ser refeitos.</p>

- CASO O NEGÓCIO ENVOLVA REVENDA DE PRODUTOS COMPRADOS OU CONSEGUIDOS POR PARCERIA, É PRECISO TAMBÉM AVALIAR A QUALIDADE DE TAIS PRODUTOS ANTES DE COLOCÁ-LOS À VENDA, ESTABELECENDO CRITÉRIOS CONFORME O TIPO DE PRODUTO.
- CASO O NEGÓCIO ENVOLVA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS, É INDICADO FAZER ALGUNS TESTES DO SERVIÇO A SER PRESTADO PARA O CLIENTE E TAMBÉM AVALIAR A QUALIDADE, POR EXEMPLO:

PONTOS A SEREM MANTIDOS	PONTOS A SEREM MODIFICADOS
<p>Aspectos que deram certo nos testes de realização do serviço e que devem ser mantidos.</p>	<p>Aspectos que precisam ser modificados conforme o resultado dos testes de realização do serviço.</p>

DICA:

Caso o negócio envolva etapas produtivas, fazer um registro dos momentos de produção:

Data: _____

Quais produtos serão feitos: _____

Material necessário: _____

Quantos produtos faremos: _____

Como faremos e como nos organizaremos para esta produção : _____

Espaço para anotações: _____

3. DEFINA OUTRAS EQUIPES DE TRABALHO E RESPONSABILIDADES, CONFORME NECESSIDADE

Talvez seja necessário definir, além das responsabilidades para o desenvolvimento dos produtos e/ou serviços, outras equipes para atividades que precisam ser feitas para montar o negócio.



As equipes podem ser formadas para diferentes atividades, e conforme o que ainda precisar ser feito:

- equipe para arrumar e organizar o espaço de venda dos produtos ou realização dos serviços;
- equipe para atender os clientes e vender os produtos ou serviços;
- equipe para a produção nesta reta final, se for o caso;
- equipe para colocar em prática a campanha de divulgação do negócio;
- equipe para ajudar no controle de caixa do negócio.

Identifique as atividades que ainda precisam ser realizadas e defina as equipes de trabalho e as responsabilidades dos integrantes de cada uma delas:

EQUIPE PARA:		
INTEGRANTES	O QUE DEVERÁ FAZER	QUANDO SERÁ FEITO

EQUIPE PARA:		
INTEGRANTES	O QUE DEVERÁ FAZER	QUANDO SERÁ FEITO

EQUIPE PARA:		
INTEGRANTES	O QUE DEVERÁ FAZER	QUANDO SERÁ FEITO



Preparando o plano de negócios

Prestes a colocar em prática o plano de negócios elaborado por vocês é necessário organizar os últimos detalhes de tudo que precisa ser feito para a inauguração e funcionamento do negócio.

LEMBREM-SE DE:

- Fazer as adequações necessárias ou criar outros controles necessários para o melhor funcionamento e registro das informações sobre o negócio de vocês.

1. DEFINA OS CONTROLES NECESSÁRIOS.

1.1. DEFINA OS CONTROLES ADMINISTRATIVOS:

CONTROLE DO ESTOQUE

Nesta coluna relacionem os nomes dos produtos elaborados	Nesta coluna escrevam a quantidade de cada produto elaborado	Nesta coluna relacionem os preços de cada produto	Após a venda dos produtos, anote a quantidade vendida de cada um deles nesta coluna	Nesta coluna calcule a quantidade de produtos não vendidos
--	--	---	---	--



NOME DO PRODUTO	QUANTIDADE EM ESTOQUE	PREÇO DE VENDA	QUANTIDADE VENDIDA	PRODUTOS NÃO VENDIDOS
TOTAL GERAL DE PRODUTOS EM ESTOQUE:		TOTAL GERAL DE PRODUTOS VENDIDOS E NÃO VENDIDOS:	VENDIDOS:	NÃO VENDIDOS:

SAÍDA DE DINHEIRO - GASTOS

DATA	DESCRIÇÃO DO GASTO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
TOTAL				

RESULTADO ALCANÇADO NO PERÍODO DE	___/___/___	A	___/___/___
--	-------------	----------	-------------

TOTAL DE ENTRADAS	R\$
TOTAL DE SAÍDAS	R\$
RESULTADO	R\$

LEMBRETE:

É IMPORTANTE PROVIDENCIAR OUTROS CONTROLES E REGISTROS DE INFORMAÇÕES NECESSÁRIOS, COMO FORMULÁRIOS PARA PESQUISAS DE OPINIÃO INTERNA E PARA A REALIZAÇÃO DO PÓS-VENDA.

> Divulgação

- a campanha de divulgação já foi realizada?
- os cartazes já foram afixados e os convites distribuídos? cartões de visita foram preparados?
- falta fazer algo para a divulgação? O que e como faremos?

> Material e equipamentos necessários

- todo material e equipamento necessário já foi providenciado (exemplo: mesas, cadeiras etc)?
- falta algo? O que falta e como providenciaremos?



> Equipes de trabalho

- todos estão preparados para suas respectivas funções?
- falta organizar algo com as equipes de trabalho? O que e como faremos?

> Outras providências que precisam ser realizadas:

MÃOS À OBRA NA IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO!

É O MOMENTO DE CONCRETIZAR O QUE FOI PLANEJADO NO PLANO DE NEGÓCIOS!

IMPORTANTE:

PARA O PRÓXIMO ENCONTRO DO CURSO (ENCONTRO 9) É PRECISO PROVIDENCIAR:



ASSESSORIA E APRENDIZADO

Antes da assessoria:

Discuta e identifique com sua equipe as dúvidas que vocês tiveram na realização das atividades do plano de negócios. A seguir, anote no espaço abaixo as perguntas que farão ao professor para esclarecer as dúvidas.

DURANTE E APÓS A ASSESSORIA, SINTETIZE AS ANÁLISES E AS ORIENTAÇÕES DO PROFESSOR.

Assessoria coletiva:

Registre aqui as orientações do professor e as mudanças necessárias para o plano de negócios.



O negócio já está funcionando e agora é preciso preparar a apresentação dos resultados finais do negócio.

Ao final do período proposto para funcionamento dos negócios durante o curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos, preparem uma apuração final dos resultados do negócio.

Estas informações serão apresentadas no encontro 10, que é o último encontro do curso.

Encontro 10: avaliando o plano de negócios e o aprendizado

Vocês apresentarão os resultados finais do negócio, obtidos após a implantação dos mesmos, considerando:

- resultados financeiros finais do negócio;
- decisões a partir dos resultados alcançados (o que será feito com possível lucro e possível sobra de estoque);
- relato completo da implantação do negócio e resultados alcançados – avaliação do grupo dos resultados que alcançaram, o que acham que deu certo, o que poderia ter sido melhor e principais aprendizados com o desenvolvimento e implantação do plano de negócios.



Referências bibliográficas

ANTUNES, Celso. Jogos para estimulação das inteligências múltiplas. 12ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

BROTTO, Fábio Otuzi. Jogos cooperativos. Santos: Projeto Cooperação, 1997.

DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

----- . Quero construir a minha história. Rio de Janeiro: Sextante, 2009.

DRUCKER, Peter. Inovação e espírito empreendedor: entrepreneurship. Prática e princípios. 6ª Ed. São Paulo: Pioneira, 2006.

GADOTTI, Moacir. Boniteza de um sonho: ensinar – e – aprender com sentido. São Paulo: Inst. Paulo Freire, 2008.

LOPES, Rose (org.). Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MORIN, Edgar. Os sete saberes necessários à educação do futuro. Tradução de Catarina Eleonora F. da Silva, Jeanne Sawaya; revisão técnica de Edgard de Assis Carvalho. 2ª ed. São Paulo: Cortez; Brasília-DF: UNESCO, 2000.

PELICIONI, Maria Cecilia Focesi; PHILIPPI JR., Arlindo. Educação Ambiental e Sustentabilidade. São Paulo: Manole, 2005.

PERRENOUD, Philippe. Construir as competências desde a escola. Porto Alegre: Artmed, 1999.

RAMAL, Silvina Ana. Como transformar seu talento em um negócio de sucesso: gestão de negócio para pequenos empreendimentos. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

Jovens
Empreendedores
Primeiros Passos



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

www.sebrae.com.br

0800 570 0800