



INICIANDO UM PEQUENO GRANDE NEGÓCIO

09 a 12 de novembro de 2016

POR QUE SER UM EMPRESÁRIO?



POR QUE SER UM EMPRESÁRIO?

É ter vontade de ser independente, “ mandar no seu próprio negócio” ser empregador ao invés de empregado?



POR QUE SER UM EMPRESÁRIO?

É ganhar muito dinheiro e dedicar mais tempo a família?



POR QUE SER UM EMPRESÁRIO?

É sair da rotina, da mesmice e realizar outras coisas?



**SER UM EMPRESÁRIO EXIGE SACRIFÍCIO“
ossos do ofício” E COMPROMETIMENTO.**



VOCE É OU QUER SER EMPREENDEDOR?



SER EMPREENDEDOR

“Um empreendedor é uma pessoa que imagina,
desenvolve e realiza visões.”

Filion



EMPREENDEDORISMO

“É o fenômeno relativo aos atos e comportamentos dos empreendedores, pessoas capazes de transformar sonhos em realidade a partir do seu capital intelectual e de sua força de vontade.”

IPGN



CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Conjunto de Realizações

Busca de oportunidades e iniciativa

Correr riscos calculados

Exigência de qualidade e eficiência

Persistência

Comprometimento



CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Conjunto de planejamento

Busca de informações

Estabelecimento de metas

Planejamento e monitoramento sistemático



OBSERVAR TENDÊNCIAS DO MERCADO

Empreender por necessidade

Empreender por oportunidade



PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES

Observação das tendências

Exploração de hobbies

Lançamento de modas

Imitação do sucesso alheio

Crescimento do ramo de alimentação

Franquias

Procura de outras aplicações



OPORTUNIDADES E MUDANÇAS NO BRASIL

Queda da mortalidade

Queda da natalidade

Queda da nupcialidade

Maior participação da mulher

Julgamento de valores SER X TER

Responsabilidade social(sustentabilidade)

Soberania do consumidor

Gerações Baby boomers, X, Y e Z



OPORTUNIDADES E MUDANÇAS NO BRASIL

Terceira idade

Solteiros e morando só

Dinks(sem filhos)

LOHAS(estilo de vida saudável e sustentável)

Crescimento das classes C D e E

Geração saúde

Crescimento e importância das regiões Norte e

Nordeste



QUEM SÃO OS CONSUMIDORES HOJE?

Sobrecarga de informações

Redes sociais

Mais exigentes e perspicaz

Mudança na composição da família

Rápidos nas decisões

Conhecedores de seus direitos e deveres

Migração das classes sociais para os centros de consumo planejados como Shopping Centers



QUEM SÃO OS CONSUMIDORES HOJE?

Sobrecarga de informações

Redes sociais

Mais exigentes e perspicaz

Mudança na composição da família

Rápidos nas decisões

Conhecedores de seus direitos e deveres

Migração das classes sociais para os centros de consumo planejados como Shopping Centers



PLANEJAMENTO ORIENTADO PARA RESULTADOS

O QUÊ?	QUAL É O OBJETIVO/META, O QUE SERÁ FEITO
POR QUÊ?	JUSTIFICATIVAS
COMO?	COMO DEVERÁ SER FEITO (ATIVIDADES/PROCESSOS)
QUEM?	RESPONSÁVEIS
ONDE?	LOCAL/ESTRUTURA
QUANDO?	DEFINIÇÃO DE CRONOGRAMA DO QUE PRECISA SER FEITO
QUANTO?	CUSTOS/RECURSOS



VISÃO SISTÊMICA PARA INICIAR UM PEQUENO GRANDE NEGÓCIO

AMBIENTE EXTERNO



ALIANÇAS ESTRATÉGICAS

Parcerias com fornecedores

Propaganda colaborativa

Conquista futuros clientes(prospectes)

Parcerias em planejamento e desenvolvimento de novos produtos

Preparação para um excelente atendimento



SECESSO NA CRIAÇÃO DO SEU PEQUENO GRANDE NEGÓCIO!

