

CADERNOS DO EMPREENDEDOR

---

EXERCÍCIOS



## Índice

1. Prólogo
2. Carta ao empreendedor
3. Módulo 1 – Introdução ao Empreendedorismo
4. Módulo 2 – Perfil e Características do Empreendedor
5. Módulo 3 – Como elaborar um Plano de Negócios?
6. Módulo 4 – Gestão e Administração de Empresas
7. Módulo 5 – Como elaborar um Plano de Marketing?

## 1. Prólogo

AEA – Associação dos Empreendedores de Angola, é uma associação de direito privado com personalidade jurídica, autonomia administrativa e financeira e sem finalidade lucrativa, resultando de uma comunhão e de uma visão comuns para o empreendedorismo em Angola.

Contribuir para o fomento e desenvolvimento do empreendedorismo, bem como a melhoria da informação e troca de experiências entre organizações e associações públicas ou privadas que na sociedade angolana, ou fora dela, pugnem pela busca dos mais nobres interesses da defesa dos empreendedores, é um dos nossos objectivos.

Foi neste contexto que a AEA decidiu lançar um conjunto de tertúlias formativas direccionadas para os empreendedores, no sentido de apoiar todos quantos almejem criar o seu próprio negócio.

No seguimento dos **Cadernos do Empreendedor** – textos de apoio ao empreendedor – a AEA decidiu dar continuidade ao trabalho que tem vindo a ser feito no âmbito da formação, com o Curso de **Gestão de Vendas**.

## 2. Carta ao empreendedor

Num contexto socioeconómico particularmente sensível para o nosso país, em que se afigura como necessário diversificar a economia, reduzir a exposição face às receitas petrolíferas e fazer de Angola um país mais próspero, mais moderno e globalizado, a iniciativa de cada um de nós é essencial para a construção da riqueza colectiva e da afirmação do país como nação soberana e independente.

Na qualidade de Presidente da Direcção da Associação dos Empreendedores de Angola venho, através desta carta, dirigir-me a todos quantos alimentam o sonho de um dia criarem o seu próprio negócio e lançar-vos o repto de, juntos, construirmos um país de oportunidades, emprego e confiança na juventude, o activo mais valioso de uma nação.

Se acreditas que és capaz de tornar os teus sonhos em realidade, se acreditas que a tua ideia se pode tornar vencedora, junta-te a nós, porque...

**...juntos chegamos longe!**

O Presidente da Direcção da AEA



---

(Jorge Baptista)

EXERCÍCIOS

---

**MÓDULO I – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO**

## MÓDULO 1 – INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

### OBJECTIVOS PROGRAMÁTICOS

---

1. Conhece as principais definições e características do empreendedor
2. Reconhece a criatividade como um factor preponderante da atitude empreendedora
3. Conhece os diferentes tipos de empreendedores
4. Distingue empreendedorismo por oportunidade de empreendedorismo por necessidade

### EXERCÍCIOS

---

#### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 1

Conhece as principais definições e características do empreendedor

«O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente a partir do século XX, quando foram criadas a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipas que são visionárias promovendo inovações e gerando o desenvolvimento. Surge a denominada era do empreendedorismo.»

**1. Defina** empreendedorismo.

É possível verificar no empreendedor características como a capacidade de encontrar oportunidades onde ninguém mais viu.

**1.1. Indique** algumas das características de um empreendedor de sucesso citadas por Dornelas.

#### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 2

Reconhece a criatividade como um factor preponderante da atitude empreendedora

Segundo Dolabela «a criatividade empreendedora surge durante a solução de problemas que, por sua vez, dependem do conhecimento e permitem a compreensão rápida e produtiva da situação.»

**2. Comente** a afirmação de Dolabela, tendo em conta a importância da criatividade na atitude empreendedora.

### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 3

Conhece os diferentes tipos de empreendedores

**3. Compare, caracterizando,** empreendedorismo interno e empreendedorismo externo.

### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 4

Distingue empreendedorismo por oportunidade de empreendedorismo por necessidade

«Ângelo (2003) dividiu os empreendedores de acordo com a motivação existente em adquirir um negócio próprio, para assim determinar se a iniciativa é resultado da percepção da oportunidade ou se há relação ao desemprego ou à falta de outras fontes de ganho, no caso uma necessidade. Desta forma, o autor afirma que as taxas de empreendedorismo estão classificadas por necessidade e por oportunidade.»

**4. Distinga, caracterizando,** empreendedorismo por oportunidade de empreendedorismo por necessidade .

EXERCÍCIOS

---

**MÓDULO 2 – PERFIL E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR**



## MÓDULO 2 – PERFIL E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

### OBJETIVOS PROGRAMÁTICOS

---

1. Conhece e interioriza as principais características do empreendedor
2. Conhece e apreende os principais aspectos do perfil do empreendedor
3. Reflete criticamente acerca do que é ser empreendedor

### EXERCÍCIOS

---

#### OBJETIVO PROGRAMÁTICO 1

Conhece e interioriza as principais características do empreendedor

1. Segundo Kuemmerle, que características em comum podemos encontrar em empreendedores bem sucedidos?

Para um empreendedor, o fracasso é considerado um resultado como qualquer outro. Dolabela (2006, p.59) afirma que “o fracasso (da empresa) acontece se o empreendedor: não muda suas ideias, gasta pouco tempo na comunicação com sócios, colaboradores, clientes, faz mais em vez de aprender mais”.

- 1.1. Conforme Timmons, são vários os factores de sucesso para o empreendedor.

**Indique** quais.

#### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 2

Conhece e apreende os principais aspectos do perfil do empreendedor

2. **Descreva** as principais características que devem fazer parte do perfil do empreendedor

#### OBJETIVO PROGRAMÁTICO 3

Reflete criticamente acerca do que é ser empreendedor

«Em primeiro lugar é preciso deixar bem claro que os empreendedores não são pessoas do outro mundo. São pessoas simples. Podem nascer com espírito empreendedor e também podem ser formados. São reconhecidos pela sua capacidade, pela sua ousadia, pelas suas quedas e pelo seu

recomeço. Pelo sucesso e pelo seu insucesso. São activas. Existem em quantidades ilimitadas e enormemente diversificadas ao longo do tempo. São influenciados em parte pela genética, em parte pela formação familiar, pelas experiências profissionais e também pelo ambiente económico.»

**3. Elabore** um comentário crítico ao texto acima transcrito.

EXERCÍCIOS

---

**MÓDULO 3 – COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS?**

## MÓDULO 3 – COMO ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS?

### OBJECTIVOS PROGRAMÁTICOS

---

1. Aprende a elaborar um Plano de Negócios
2. Sabe usar um Plano de Negócios
3. Compreende a importância do Plano de Negócios

### EXERCÍCIOS

---

#### 1. Componente teórica

**1.1. Indique** quais são os principais tipos de Planos de Negócios que conhece.

**1.2. Refira** alguns dos factores-chave que devem constar na elaboração de um Plano de Negócios.

**1.3. Indique** alguns dos erros fundamentais que devemos evitar na elaboração de um Plano de Negócios?

**1.4. Apresente** os pontos que devem constar da estrutura base de um Plano de negócios.

### 2. Componente prática

A definição da estratégia comercial constitui um pilar fundamental na elaboração de um Plano de Negócios. Dela fazem parte alguns elementos essenciais, tais como:

- A identificação de um leque suficientemente grande de potenciais clientes;
- A criação de segmentos de clientes alvo, de acordo com critérios de segmentação a definir caso a caso;
- A escolha dos canais que deverão ser explorados: directos como vendedores, canal telefónico ou lojas próprias ou indirectos como alianças com parceiros de distribuição, etc;
- Desenvolvimento dos elementos de imagem e comunicação;
- Desenvolvimento de uma estratégia de vendas eficaz, antecipando argumentos contra as resistências e as objecções;
- Montagem e formação das forças de vendas;
- Identificação das acções de marketing relevantes.

**2.1.** Tendo em conta os elementos acima referidos, **desenvolva a estratégia comercial** para um **produto** que pretende ser lançado no mercado angolano.

**2.2.** **Elabore um mapa de projecções de vendas** ou volume de negócios.

EXERCÍCIOS

---

**MÓDULO IV – GESTÃO E ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS \_ NOÇÕES BÁSICAS**

## **OBJECTIVOS PROGRAMÁTICOS**

---

1. Conhece os principais conceitos da Gestão
2. Compreende a importância da Gestão numa empresa/organização
3. Conhece as diferentes perspetivas académicas da Gestão
4. Interioriza as principais tarefas e aptidões do Gestor

## **EXERCÍCIOS**

---

### **OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 1**

Conhece os principais conceitos da Gestão

#### **1. Defina** o conceito de Gestão.

«A organização depende do planeamento efectuado, isto é, dos objectivos e das estratégias definidas. O estilo de direcção depende do tipo de organização e o controlo será exercido de forma diferente consoante o estilo de direcção. Ou seja, as quatro funções da organização estão intimamente ligadas entre si, influenciando-se mutuamente em todos os sentidos.»

#### **1.1. Indique** as principais funções da Gestão.

### **OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 2**

Compreende a importância da Gestão numa empresa/organização

«...gerir implica, acima de tudo, tomar decisões. Decidir que objectivos prosseguir e qual a sua hierarquia em termos de relevância. Saber qual o caminho a seguir, isto é, que estratégias e técnicas aplicar, como organizar os recursos humanos, financeiros e materiais, como dirigir os subordinados e, finalmente, analisar se os objectivos estão ou não a ser cumpridos de acordo com o planeado. A tomada de decisões é a verdadeira essência da gestão.»

**2. Elabore um comentário** crítico ao texto acima transcrito, tendo em conta o objectivo programático em que se enquadra.

### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 3

Conhece as diferentes perspetivas académicas da Gestão

«**A perspectiva estrutural** abarca as correntes de pensamento em que às formas de organização do trabalho e das instituições é atribuído maior relevo.»

**3. Explique os princípios** fundamentais em que consiste a gestão científica do trabalho, defendida por Taylor.

**3.1. Descreva**, em traços gerais, a teoria geral da administração, defendida por Fayol.

### OBJECTIVO PROGRAMÁTICO 4

Interioriza as principais tarefas e aptidões do Gestor

«Liderança é o processo de influenciar os outros de modo a conseguir que eles façam o que o líder quer que seja feito. Capacidade para influenciar um grupo a actuar no sentido da prossecução dos objectivos do grupo.»

**4. Indique, caracterizando**, os diferentes estilos de liderança que estudou neste módulo.

«Não há dúvida, que a motivação dos seus colaboradores é uma das preocupações fundamentais de um gestor e canalizar os comportamentos para uma finalidade, através de estímulos.»

**4.1. Descreva** a importância que a motivação dos colaboradores representa para o bom funcionamento de um colectivo organizacional.



EXERCÍCIOS

---

**MÓDULO 5 – COMO ELABORAR UM PLANO DE MARKETING?**

## MÓDULO 5 – COMO ELABORAR UM PLANO DE MARKETING?

### OBJETIVOS PROGRAMÁTICOS

---

1. Aprende a elaborar um Plano de Marketing
2. Sabe usar um Plano de Marketing
3. Compreende a importância do Plano de Marketing

### EXERCÍCIOS

---

#### 1. Componente teórica

«A coerência e articulação das diferentes políticas da empresa ou produto(s) é responsável em grande parte pelo seu sucesso ou insucesso. O plano de marketing assume aqui um papel preponderante, visando a antecipação, formalização e a articulação das principais decisões a serem tomadas.»

- 1.1. Indique quais são os principais objectivos e vantagens de realizar um Plano de Marketing?
- 1.2. Diga o que entende por Plano de Marketing?
- 1.3. Caracterize cada uma das componentes do Marketing Mix.

### EXERCÍCIOS

---

#### 2. Componente prática

A análise Swot é, sem dúvida, um passo crucial na implementação de um Plano de Marketing.

- 2.1. Em jeito de simulação, faça uma análise swot para um produto que pretende ser lançado no mercado angolano.
- 2.2. Elabore um Plano de Investimento para a realização de uma campanha de marketing de lançamento de um novo produto no mercado angolano.