

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO NORTE DE MINAS GERAIS

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO

PROJETO DE EXTENSÃO - FLUXO CONTÍNUO

EDITAL127/2018 - DE FLUXO CONTÍNUO PARA REGISTRO E MONITORAMENTO DE PROJETOS DE EXTENSÃO NO SUAP, VINCULADOS AOS CAMPI DO IFNMG - EXERCÍCIO 2018

UNIDADE PROPONENTE

Campus: PIR
Foco Tecnológico: GESTÃO E NEGÓCIOS

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto: 3º Ciclo de palestras das Micro e Pequenas Empresas de Pirapora- Casos Clorominas e La Luna Pub			
Grande Área de Conhecimento: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS		Área de Conhecimento: ADMINISTRAÇÃO	
Área Temática: Tecnologia e Produção		Tema: Empreendedorismo	
Período de Execução: Início: 18/06/2018 Término: 27/07/2018		Possui Cunho Social: Sim	
Nome do Responsável (Coordenador): Rosemary Barbosa da Silva Moura	Titulação: MESTRE+RSC-III (LEI 12772/12 ART 18)	Matrícula: 1010284	Vínculo: Voluntário
Departamento de Lotação: CÓPIPIR	Telefone:	E-mail: rosemary.moura@ifnmg.edu.br	

CARACTERIZAÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS

Público Alvo	Quantidade Prevista de Pessoas a Atender	Quantidade de Pessoas Atendidas	Descrição do Público-Alvo
Organizações de Iniciativa Privada	20	-	-
Instituições Governamentais Federais	40	-	-

EQUIPE PARTICIPANTE

PROFESSORES E/OU TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS DO IFNMG			
Membro	Contatos	Bolsista	Titulação
Nome: Rosemary Barbosa da Silva Moura Matrícula: 1010284	Tel.: E-mail: rosemary.moura@ifnmg.edu.br	Não	MESTRE+RSC-III (LEI 12772/12 ART 18)

DISCRIMINAÇÃO DO PROJETO

<p>Resumo</p> <p>Como o próprio nome expressa esse trata-se do 3º Ciclo de Palestras acerca do Empreendedorismo das Micro e Pequenas Empresas de Pirapora é um evento organizado pelos alunos que estão cursando o 6º período do Bacharelado em Administração coordenado pela professora da disciplina de Micro e Pequenas Empresas.</p> <p>As duas versões anteriores provaram que essa aproximação dos alunos com os empresários colabora para desmistificar diversos aspectos do cotidiano dos negócios tais como: saúde financeira da empresa, dificuldades para iniciar um negócio próprio, as motivações para ter o próprio negócio, o uso ou não de recursos de</p>

terceiros, como recomeçar após uma falência, os desafios de profissionalizar uma gestão familiar.

Esse projeto visa entender a gestão feminina de uma empresa de produtos de limpeza e o mercado do entretenimento piraporense a partir da experiência de um empresário de casa noturna/boate.

Justificativa

Cabe ressaltar que atualmente são publicadas inúmeras matérias acerca do empreendedorismo feminino, conforme assegura Machado (2000, p.1),

As pesquisas sobre mulheres empreendedoras têm crescido consideravelmente, caracterizando um campo de estudo dentro da área do empreendedorismo. Esses trabalhos são, na maioria das vezes, estudos quantitativos, que têm se desenvolvido em diferentes lugares. Alguns buscam as diferenças entre o modo de empreender desenvolvido por homens e por mulheres, outros buscam características de comportamento e personalidade das empreendedoras, ou até mesmo a explicação para o sucesso obtido por mulheres de negócios.

Dentre os esforços para caracterizar o comportamento e a personalidade das empreendedoras, alguns estudos apontam o que acreditam ser elementos constitutivos especificamente desse perfil, seja ele psicológico ou profissional. Dentre os dados levantados, as características percebidas nas mulheres empreendedoras descritas por Machado (2000, p. 2) são:

a) elas têm bom nível educacional, embora com pouco conhecimento de habilidades gerenciais; b) há o predomínio de primogênitãs ou filhas únicas, o que Dolabela e Dornelas explicam como resultado de maior tempo dedicado pelos pais a essas filhas, gerando assim, um maior grau de confiança em si própria, que pode ter contribuído para a iniciativa empresarial; c) há o predomínio de pais empreendedores, que teriam servido de modelo de identificação para essas empreendedoras; d) a faixa etária predominante entre elas, encontra-se entre 31 a 50 anos de idade. (MACHADO, 2000, p.2).

Esses levantamentos característicos vão a contraponto com o que os autores Dolabela (2006) e Dornelas (2005) inseriram em seus conceitos sobre empreendedorismo. Exemplificando, quando Dolabela deixa claro que o empreendedor de sucesso possui “um bom nível educacional”, em que os resultados de pesquisas apontam para esse grau elevado de escolaridade e menciona também que o mesmo é influenciado pelo meio em que está inserido porque possui a confiança individual de sonhar e buscar a realização dos seus sonhos.

Machado assegura também que “a mulher empreendedora procura traçar objetivos culturais e sociais nas organizações que dirige, além dos financeiros [...]. Escolhem objetivos relacionados à segurança no trabalho, satisfação dos clientes, e dos empregados” (MACHADO, 2003, p. 3), ou seja, o perfil feminino busca focar em outros aspectos além do financeiro, como o bem estar de todos os indivíduos envolvidos no processo empreendedor.

Assim deseja-se saber como aconteceu o processo de empreender da empresária do ramo de material de limpeza e como ela tem feito para potencializar seu perfil empreendedor.

Por sua vez, a indústria do entretenimento pressupõe relações sociais, afinal, dificilmente, jovens frequentam Casas de Shows vazias. Eles buscam além do atrativo musical – espetáculo – o público que nelas frequentam e normalmente, buscam similaridade por classe social ou gosto musical ou até mesmo por seleção estética visual. E, para isso, é preciso existir entretenimento tanto na atividade oferecida pelo espetáculo em cima do palco quanto embaixo deste, na relação entre as pessoas.

Se o entretenimento gira em torno das relações sociais e culturais e do consumo, pressupõe-se que, quanto mais investimento é feito para aproximar-se da realidade vivida e desejada, o negócio será cada vez mais rentável. E o segmento vem demonstrando obter muito lucro à medida que se produz cada vez mais eventos nos diversos setores.

Por isso, o interesse em ouvir o empresário do entretenimento que teve a ousadia de iniciar uma boate na cidade de Pirapora e entender como o público tem reagido ao negócio.

Fundamentação Teórica

O EMPREENDEDORISMO FEMININO

Atualmente, visualiza-se o aumento do número de mulheres à frente dos negócios no mercado de trabalho brasileiro, o que instiga a necessidade de uma maior compreensão acerca desse fenômeno.

O empreendedorismo é correlacionado à iniciativa, à inovação, à possibilidade de fazer coisas novas ou de maneira diferente, envolvendo a capacidade de assumir riscos. Subentende-se, entretanto, que as pessoas estão prontas para realizar os seus projetos, desde que encontrem as condições favoráveis e o apoio necessário para o desenvolvimento desses.

As pessoas empreendedoras buscam a implementação de projetos com o intuito de alcançar a realização humana e o alcance de seus objetivos, uma vez que:

O empreendedorismo é visto como uma forma de realização humana em que os sonhos de cada pessoa podem ser transformados em realidade, caso seja adotada uma atitude empreendedora e, para isso, é preciso haver a necessária motivação e adequada instrumentação (SALIM; SILVA, 2010, p.12).

Em conformidade com esses autores, é importante ter em si a motivação para converter os sonhos e desejos em realidade e alcançar os objetivos estabelecidos com o intuito de tornar-se bem-sucedido nos negócios.

Segundo Salim e Silva (2010),

O empreendedorismo vem crescendo no mundo inteiro e, mais que isso, cada vez mais é tratado como uma questão fundamental para a realização das pessoas (visão dos humanistas) e para o desenvolvimento econômico (visão dos economistas). Dentro dessa ótica é que o Empreendedorismo vem obtendo maior apoio de governos, universidades e da sociedade em geral. Tornou-se necessário avaliar o conjunto de medidas que cada país adota para difundir o Empreendedorismo e estudar o interesse na sua aplicação, na medida em que seus resultados sejam positivos (SALIM; SILVA, 2010, p.18).

Nesse sentido, o empreendedorismo possibilita a aquisição de domínio específico de uma determinada atividade de atuação, modificando a estrutura do ambiente econômico e social. Assim, conforme asseguram Hisrich e Peter (2004, p. 33), o papel do empreendedorismo em relação ao desenvolvimento econômico “envolve mais do que apenas o aumento de produção e renda per capita; envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade”.

Quanto ao aspecto que tange à realização das pessoas, entende-se que o empreendedorismo proporciona a concretização dos sonhos e a estabilidade das pessoas no mercado corporativo. Além disso, o empreendedorismo está ligado ao conjunto de atividades realizadas com o intuito de adquirir recursos ou riquezas e melhorar a qualidade de vida dos indivíduos que assim o praticam.

Entretanto, percebe-se que há uma predominância no mundo dos negócios da presença masculina, portanto, o empreendedorismo feminino é uma realidade em construção no Brasil, segundo dados do Relatório Executivo Empreendedorismo no Brasil GEM (Global Entrepreneurship Monitor 2015). Essa pesquisa é conduzida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), conta com o apoio técnico e financeiro do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Segundo o relatório, em relação ao gênero, pode-se dizer que existe um equilíbrio entre homens e mulheres empreendedores, com leve predominância do sexo masculino. Analisando a taxa de empreendedores iniciais (TEA) e a taxa de empreendedores estabelecidos (TEE), pode-se dizer que também há um grande equilíbrio, mas que um maior número de mulheres está envolvido em negócios novos, enquanto, no lado masculino, a maior parte está direcionada a negócios já estabelecidos (GEM, 2015).

A mulher brasileira é historicamente uma das que mais empreende no mundo. No Brasil, as mulheres atingiram a quarta maior taxa de empreendedores iniciais (TEA) dentre todos os 54 países participantes da pesquisa em 2011. Em 2011, entre os empreendedores iniciais, 51% são homens e 49%, mulheres, mantendo o equilíbrio entre gêneros no empreendedorismo nacional (DORNELAS et al., 2014, p.6).

Em similaridade com esses autores, percebe-se a relevância do estudo sobre as mulheres empreendedoras, sendo que, distinguiu-se um número equilibrado entre os gêneros, representando o empreendedorismo no Brasil.

Outro aspecto importante que está acontecendo na economia do país é o processo de busca constante de estabilidade econômica. Isso induz as pessoas a abrirem seu próprio negócio, mesmo sem conhecimento específico sobre o assunto, conseqüentemente, fomenta o empreendedorismo. Essa situação associa-se à inclusão mundial designada pela globalização, com isso, há um aumento constante das mulheres atuantes no mercado dos negócios.

Sabe-se que, antigamente as mulheres que trabalhavam fora de seus lares, deixando esposo e filhos, não eram bem vistas na sociedade. Na atual conjuntura, verifica-se algo bem diferente, as mulheres encontram-se gerindo empresas e em posições importantes no mundo dos negócios. Assim sendo, a conquista da mulher tem se tornado uma nova área de estudo. O público feminino empreendedor busca uma independência financeira e o alcance de objetivos pessoais e profissionais.

As modificações do atual cenário motivam as mulheres aos desafios, levando-as a idealizar, a inovar e a criar diversas respostas para os conflitos existentes nas relações, o que acaba por ocasionar transformações no seu ambiente pessoal, familiar e de trabalho, chegando a diversos ambientes de negócio.

Sendo assim, conseguir a sintonia de gêneros é um grande desafio de toda sociedade em geral. Este elevado número de mulheres no mercado concebeu uma nova área de pesquisa, movida pelo interesse em verificar se as mulheres sejam elas trabalhadoras, administradoras ou empreendedoras, diferem dos homens (HISRICH; PETERS, 2004; JONATHAN; SILVA, 2007).

Diante do exposto o propósito dessa palestra com a gestora da empresa Clorominas é compreender o seu jeito de gerir e como isso tem impactado nos resultados obtidos pela empresa nos últimos anos.

BOATES E CASAS DE SHOWS

Esse setor representa uma atividade empresarial tratada genericamente pela legislação sob a nomenclatura de casa noturna e que, de acordo com o SEBRAE (2012), a legislação brasileira considera casa noturna — todos os estabelecimentos de diversão, entretenimento e lazer que possuam ambientes fechados (este não faz referência a espaço ‘coberto’, devendo considerar o sentido do acesso que cobra taxa pela entrada) para dança e venda de bebidas alcoólicas, incluindo estabelecimentos como: bares, boates, discotecas, danceterias, dentre outros. Com isso, pode-se dizer que as Casas de Shows existem, primordialmente, para oferecer divertimento ao público e gerar renda para os investidores.

Atualmente, no Brasil, o mercado de entretenimento vem se profissionalizando e com a descoberta de uma demanda reprimida do setor de Casas de Shows e, que carecia de investimentos profissionais, o segmento vem se desenvolvendo e sendo valorizado, pois o mesmo faz parte da chamada ‘Economia da Cultura’, — um setor que, no Brasil, já conta com 320 mil empresas, gera 1,6 milhões de empregos formais e representam 5,7% das empresas do país. A cultura é o setor que melhor remunera – sua média salarial é 47% superior à nacional”, de acordo com pesquisa realizada pelo IBGE em parceria com o Ministério da Cultura. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2008)

De acordo com o BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social), há mais de uma década organismos internacionais, instituições acadêmicas e órgãos públicos de vários países vêm buscando definir e delimitar a Economia da Cultural. E mesmo assim, seu conceito gerou um segundo elemento, o de Economia Criativa, isso porque — quando se intensifica a proximidade da cultura com a economia está no acréscimo do terceiro elemento, a criatividade, geradora da expressão economia criativa. (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

Em Pirapora-MG existe uma reclamação bastante acentuada quanto a ausência de atividades de entretenimento para todos os públicos e nesse contexto foi inaugurada uma boate – La Luna Pub. Assim o interesse dessa temática e conhecer como a mesma tem sido recebida pela população local, a taxa de demanda, os desafios desse ramo de atividade.

Objetivo Geral

O objetivo geral dessa iniciativa é possibilitar aos participantes compreender a dinâmica do ambiente de negócios das micro e pequenas empresas, a partir da escuta dos micro e pequenos empresários de Pirapora e região, especificamente a partir da gestão feminina de uma casa de material de limpeza e de um empresário do entretenimento.

Metas

- 1 - Discutir com as equipes discentes responsáveis pelo evento quais serão os empresários a serem convidados.
- 2 - Organizar material de divulgação do evento.
- 3 - Realizar o evento.

Metodologia da Execução do Projeto

Após a divisão da turma do 6º bacharelado em equipes de trabalhos, acontece reuniões para mapear os casos que mais estão chamando a atenção na cidade de Pirapora ou mesmo na região mais próxima em relação ao mundo dos micro e pequenos empresários, podem ser casos de superação de falência, recomeços empresariais, diversificação do negócio, ampliação do negócio, um ideia de negócio inovadora [...].

Concluído esse mapeamento faz-se necessário uma reunião com todas as equipes para distribuir entre elas a quais casos vão se direcionar.

Após essa divisão, cada equipe se responsabiliza para contactar os empresários e convidá-los a comparecer ao Instituto Federal do Norte de Minas Gerais e contar sua experiência para os participantes.

Uma vez que o convite foi aceito é preciso trabalhar a arte do material de divulgação: folder, chamadas no facebook, cartazes distribuídos pelo Campus, e-mail para outras instituições de ensino de Pirapora que trabalham com cursos de Administração.

Cadastro do evento em um site que permita a inscrição antecipada dos participantes e se possível a expedição de certificados.

Os casos Clorominas e La Luna Pub serão a terceira edição do 3º Ciclo de palestras, visto que está previsto outras edições ainda nesse ciclo.

Esse evento deve acontecer na sala de multimídias ou no auditório devido o número de participantes internos e externos.

Na data prevista os empresários convidados contam suas experiências e em seguida abre para a participação dos ouvintes, que geralmente tiram dúvidas, questionam algumas aspectos da forma de proceder dos empresários e assim sucessivamente.

O endereço para inscrição dos participantes no evento é: https://www.sympla.com.br/3-ciclo-de-palestras-o-empreendedorismo-de-micro-e-pequenas-empresas-de-pirapora__315056

Resultados Esperados e Disseminação dos Resultados

- Que os acadêmicos se aproximem da realidade das micro e pequena empresas de Pirapora, especificamente do ramo de material de limpeza e entretenimento;
- Que os participantes em geral compreendam a importância de se incentivar a abertura, a permanência e o sucesso dessa categoria empresarial para o bem estar socioeconômico da região;
- Uma aproximação entre a teoria estudada na disciplina de Micro e Pequenas Empresas e a prática dos empresários.

Referências Bibliográficas

- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende, 2014.
- DORNELAS, J.; SPINELLI, S.; ADAMS, R. **Criação de novos negócios**: empreendedorismo para o século XXI. São Paulo: Elsevier, 2014.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório executivo 2014. Curitiba: GEM/SEBRAE, 2014. 18 p. Disponível em: http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 14 Abr. 2018.
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- JONATHAN, E.G.; SILVA, T.M.R. **Empreendedorismo Feminino**: Tecendo a Trama de Demandas Conflitantes. Psicologia & Trabalho, v. 19, n. 1, p. 77-84, jan/abr.2007.
- MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2002. 192p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção)-Programa de Pós-Graduação Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.
- MIGUEZ, Paulo. Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.
- SALIM, C.S; Silva, N.C. **Introdução ao Empreendedorismo**: despertando a atitude empreendedora, Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- SEBRAE – **Idéias de Negócios – Bahia – Casas de shows e espetáculos**. Disponível em: www.sebrae.com.br/uf/ba/ideias-de-negocios. Acessado em: 22 de Setembro de 2012.

SOLOMON, Michael R. O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo. 9. ed. Porto Alegre. Editora Bookman; 2011.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Meta	Atividade	Especificação	Indicador(es) Qualitativo(s)	Indicador Físico		Período de Execução	
				Unid.de Medida	Qtd.	Início	Término
1	1	Visitar os empresários pretendidos e convidá-los para ministrar a palestra.	Convites aceitos.	Número de convites aceitos	2	Previsto para 19/06/2018 Iniciado em 19/06/2018	Previsto para 09/07/2018 Concluído em 09/07/2018
2	1	- Desenvolver a arte do material para divulgação do evento. - Divulgar interna e externamente o evento.	Procura por inscrições no evento.	Arte pronta para divulgação do evento	1	25/06/2018	06/07/2018
2	2	- Cadastrar o evento em um site que permita que os participantes se inscrevam para o evento.	Participantes inscritos.	Número de inscritos no evento.	60	26/06/2018	11/07/2018
3	1	Realização do evento.	Evento realizado. Número de participantes.	Evento realizado	0	11/07/2018	11/07/2018
3	2	Solicitar aos alunos responsáveis pelo evento que elaborem e entreguem o relatório final do mesmo.	Relatório entregue. Associação do conteúdo estudado na disciplina gestão de micro e pequenas empresas com o teor das palestras.	Relatório entregue pelas equipes discentes	1	11/07/2018	27/07/2018

PLANO DE APLICAÇÃO

Classificação da Despesa	Especificação	PROEX (R\$)	DIGAE (R\$)	Campus Proponente (R\$)	Total (R\$)
TOTAIS		0	0	0	0

Anexo A

MEMÓRIA DE CÁLCULO

CLASSIFICAÇÃO DE DESPESA	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANT.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
TOTAL GERAL					-