



**Empreendedorismo,
transformando ideias em
negócios e oportunidades**



Empreendedorismo

09

UNIDADE

A oportunidade

Empreendedores potenciais que não sabem identificar o mercado alvo não estão preparados para implementar seus projetos empresariais.

Eles apenas tiveram uma ideia, mas não identificaram uma necessidade de mercado!

O que é oportunidade em empreendedorismo?

Oportunidade = (preparação, situação, chance)

Fatores Situacionais

- Oportunidades alternativas de carreira
- Experiência (trabalho, hobby, interesses ...)
- Modelos de referência (família, amigos, empreendedores de sucesso)
- Educação
- Redes sociais de relacionamento (network)
- Necessidades financeiras pessoais
- Economia local, regional e nacional

Fatores Pessoais

- Motivação para fazer acontecer
- Autocontrole e autoconfiança
- Tolerância à ambiguidade
- Aceitar riscos
- Atenção às oportunidades
- Determinação
- Paixão

Evento de disparo x decisão sistemática

- Insatisfação com o trabalho
- Desemprego/perda do trabalho
- Crise na carreira
- Oportunidade bate à porta
- Escolha deliberada da carreira a seguir

Implicações para a carreira

- Trabalhe em um ramo que você goste
- Pesquise o ramo
- Obtenha um trabalho em uma empresa de rápido crescimento nesta indústria
- Seja paciente: aguarde a oportunidade certa bater à porta

Encontrando oportunidades de alto potencial

- Ganhe experiência relevante no ramo
- Construa seus contatos profissionais (network)
- Saiba onde detectar oportunidades
- Leia tudo e de tudo, Converse com todos
- Boas oportunidades são difíceis de encontrar, seja paciente!

Avaliando oportunidades: 3M

1 ° - Market Demand (Demanda de Mercado)

- Qual é a audiência alvo?
- Qual a durabilidade do produto/serviço no mercado? (clico de vida)
- Os clientes estão acessíveis? (canais) Como os clientes vêem o relacionamento com a empresa?
- O potencial de crescimento é alto (>1 O, 15, 20% anual)?
- O custo de captação do cliente é recuperável no curto prazo (< 1 ano)?

Avaliando oportunidades: 3M

2º - Market size and structure (tamanho e estrutura do mercado)

- O mercado está crescendo, é emergente? É fragmentado?
- Existem barreiras proprietárias de entrada? Ou excessivos custos de saída? Você tem estratégias para transpor estas barreiras?
- Quantos key players (jogadores-chave) estão no mercado? Eles controlam a propriedade intelectual?
- Em que estágio do ciclo de vida está o produto? (risco depende também do ciclo de vida e maturidade do produto)?
- Qual é o tamanho do mercado em R\$ e o potencial para se conseguir um bom Market Share (fatia de mercado)?

E o setor, como está estruturado?

- poder dos fornecedores
- poder dos compradores
- poder dos competidores e os substitutos

Como a indústria está segmentada, quais são as tendências, que eventos influenciam os cenários etc.?

Avaliando oportunidades: 3M

3 ° - Margin Analysis (Análise da margem)

- Determine as forças do negócio
- Identifique as possibilidades de lucros (margem bruta > 20, 30, 40%?!)
- Analise os custos (necessidades de capital), breakeven (ponto de equilíbrio), retornos...
- Mapeie a cadeia de valor do negócio
- Para isso você deverá saber como seu produto/serviço chega até o cliente final
- Isto ajudará você a entender a sua cadeia de valores e de seus competidores cortar custos remodelar os processos internos atingir maiores margens

Refletindo

A jornada empreendedora passa por uma estrada longa, cheia de imprevistos, e aparentemente sem fim.

Mas a recompensa é gratificante e traz sentido ao esforço empreendido. Afinal:
"A vida é uma oportunidade de ousar" ...