

Estudo de Viabilidade

Subtítulo

O que é um Estudo de Viabilidade?

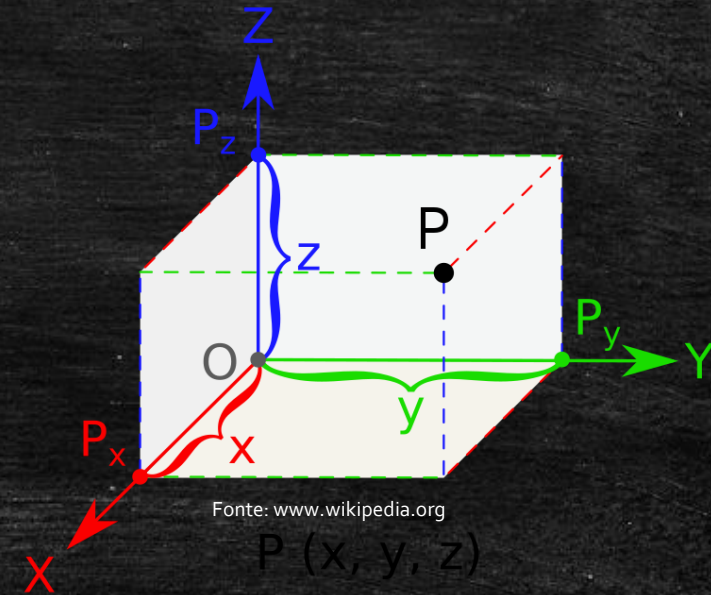
É mitigar os riscos envolvidos em um negócio.



Fonte: www.castgroup.com.br

Dimensões do Estudo de Viabilidade

- Viabilidade da **demanda**;
- Viabilidade **econômica/financeira**;
- Viabilidade **técnica**.



Como fazer o Estudo de Viabilidade

Você precisa responder as seguintes perguntas:

- Qual problema o seu negócio resolve?
- Quem é o cliente?
- Como o seu produto gera valor para o cliente?
- Como o seu produto funciona?
- Como você ganha dinheiro com ele?



Como analisar a viabilidade de mercado

A viabilidade de mercado pode ser dividida em três partes:

- Validação da necessidade ou problema;
- Tamanho da demanda ou oportunidade;
- Conferir se o ambiente é competitivo.



Fonte: www.vanzolini.org.br

Validação da Necessidade

Existe mercado para essa ideia?

- Quando alguém faz essa pergunta, normalmente quer saber se existe uma **demanda** que justifique a existência de um produto.
- Existem várias formas de analisar a existência de demanda, principalmente **usando a internet**.
- A maneira mais prática e efetiva é entrevistar diretamente os seus possíveis clientes, assim é possível verificar se seu produto terá **aceitação** e se o cliente **pagaria** por ele.

Tamanho da Demanda

Quantas pessoas existem para adquirir o produto?

- Nichos de mercado muito específicos e limitados em volume podem ser um grande problema para uma empresa.
- É possível obter estimativas de tamanho de mercado utilizando dados de terceiros, como pesquisas do IBGE ou Ibope e de outras instituições.



Fonte: www.liguesite.com.br

Como analisar a Demanda?

Usando a internet, verificar palavras procuradas alinhadas ao seu negócio.

- Google Trends – permite descobrir quais são os assuntos que mais estão sendo pesquisados pelos internautas.
- Übersuggest – indicada para verificar nichos de mercado, permitindo que você obtenha informações sobre as estratégias que estão dando mais certo em outros sites no seu nicho, para que você possa adotar estas estratégias, aprimorá-las, e ganhar uma vantagem competitiva.
- Saiba mais sobre Ferramentas de Busca no site da [Orgânica Natural Marketing](#)

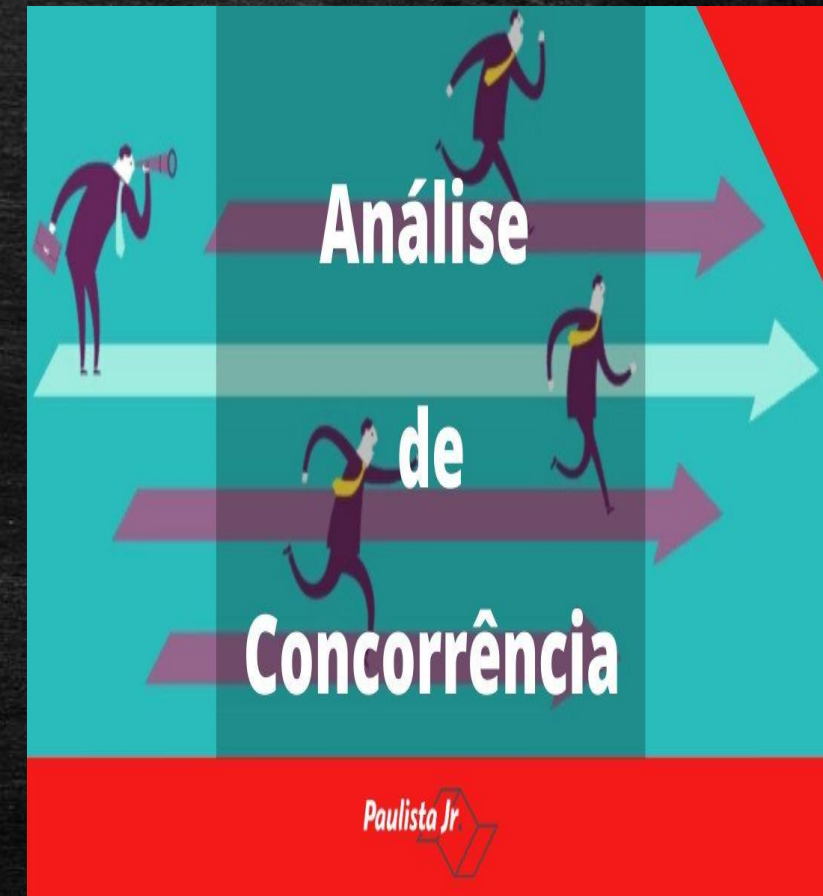
Quem são os Concorrentes?

- Dentro da análise de viabilidade de mercado é importante mapear quem são os seus concorrentes diretos e substitutos. É primordial investir um bom tempo nessa análise, ela pode trazer muitas informações importantes a cerca do ambiente competitivo.
- O objetivo da pesquisa de concorrentes é comparar a sua proposta com a das empresas que atuam no mercado e descobrir se você tem algum diferencial competitivo relevante.



Concorrência: o que deve ser observado?

- Como eles vendem?
- Qual o valor que eles cobram?
- Qual é o diferencial competitivo?
- Qual o tamanho da parcela de mercado ocupam?
- Como é a entrega de valor ao cliente?
- Qual o nível de satisfação dos clientes?
- Qual o tamanho da empresa?



Analisando os resultados sobre a Demanda

Repostas que você deve ter ao fim da análise de demanda:

- Existem potenciais clientes interessados na minha solução?
- O volume desses possíveis clientes é significativo?
- Minha solução tem diferenciais competitivos relevantes?

Se a resposta para essas três perguntas for **sim** é o momento de avançar para o **estudo de viabilidade econômica** e financeira.



Fonte: www.solucaocasting.com.br

Mãos a obra!

Com base nas aulas, façam uma Análise de Mercado sobre a ideia que irão desenvolver no projeto de pré-aula.

Para isso, utilizem as ferramentas apresentadas para estudarem a Viabilidade de Demanda do Negócio.

Obs.: Se atentem para o fato de que o projeto “é algo que esperamos ter tangibilidade, ou seja, que possa realmente vir a ser tornar um negócio”.

Referencial

- Google Trends - <https://trends.google.com.br>
- Orgânica Natural Marketing - <https://www.organicadigital.com/blog/melhores-ferramentas-de-palavras-chave/>
- SEBRAE - <https://www.sebrae.com.br>
- Ubersuggest - <https://neilpatel.com/br/ubersuggest/>