

Disciplina: ESTRATÉGIA E MARKETING PARA EMPREENDEDORES**ATIVIDADE 01 - BRIEFING**

Na disciplina Criatividade e Atitude Empreendedora, vocês apresentaram a identificação de um problema, elaboraram quem tem potencialmente esta dor e apresentaram a solução para o problema na forma de uma proposta de negócio, traduzida em um esboço de modelo de negócios representado pelo *Lean Canvas*.

Agora é hora de começarmos a pensar em como solucionar este problema sob o ponto de vista mercadológico. É preciso analisar a viabilidade mercadológica das potenciais soluções apresentadas!! Precisamos entender se esta solução: (1) já existe no mercado e resolve os problemas identificados; (2) tem potencial mercadológico; e (3) quais são as ameaças e oportunidades.

Para tal, pensando na ideia de negócio gerada na disciplina anterior, cada grupo deverá fazer uma análise do macroambiente e do microambiente competitivo. Com base nos conceitos e *frameworks* apresentados em sala, vocês devem conduzir uma análise do ambiente competitivo que deve contemplar:

- **Validação preliminar da ideia de negócio:** Neste momento, o grupo deverá fazer uma pesquisa de mercado com potenciais consumidores ou clientes. Isto pode ser feito, por exemplo, via formulário de pesquisa com a rede de relacionamentos pessoais e enviado por mídias sociais. Outra opção é conversar com potenciais clientes, caso seja um negócio do tipo B2B. Com base nos insights, vocês podem já pensar em que atributos do produto ou serviço são essenciais (cobriremos isso mais à frente no curso).
- **Análise da estrutura de referência competitiva:** Definam o setor ou mercado em que o negócio se insere. Avalie o potencial deste mercado. Analise a estrutura de referência competitiva. Quem são os possíveis concorrentes neste setor ou mercado? Quais são os concorrentes diretos e indiretos?
- **Análise PESTAL (macroambiente):** Quais os fatores do macroambiente afetam ou podem afetar o negócio positiva ou negativamente? Concentrem-se no(s) fatores mais relevantes e justifiquem sua análise. Se um fator não for relevante, não é necessário explorá-lo. Por exemplo, se não há uma questão política ou regulatória que possa impactar o negócio de forma relevante, não é preciso explorá-la (mas cuidado, se for relevante e o grupo não considerar, pode haver penalização). Procurem explorar pelo menos duas forças.
- **Modelo das 5 forças de Porter:** Quais as forças do ambiente competitivo do setor afetam ou podem afetar o negócio positiva ou negativamente? Concentrem-se na(s) forças mais relevantes e justifiquem sua análise. Se uma força não for relevante, não é necessário explorá-la. Por exemplo, se poder de barganha de fornecedores não é uma força relevante, não é preciso explorá-la. A força "Ameaça de novos entrantes" deve ser necessariamente explorada. Neste caso, o seu negócio é o novo entrante. Então vocês devem avaliar os fatores que podem facilitar ou dificultar a entrada no setor. Ou seja, quais são as principais barreiras de entrada?

Após as análises solicitadas acima, definam quais as oportunidades e ameaças identificadas pelo grupo. Identifiquem também qual a vantagem competitiva que o produto ou serviço terá em relação aos concorrentes. Baseado nas estratégias genéricas de Porter, avaliem se o negócio deveria adotar uma estratégia de liderança em custos ou liderança por diferenciação. Ou se cabe uma estratégia "meio termo", ou seja, o negócio se diferenciaria por ter o melhor custo-benefício frente à concorrência.

Importante: as análises deverão ser suportadas por fontes de informação confiáveis. As fontes deverão ser citadas ao longo do texto e as referências deverão ser relacionadas no final do trabalho.

O trabalho deverá ser entregue em forma de apresentação, com 10 a 15 slides de conteúdo (excluindo capa e referências). Os grupos deverão fazer o upload dos trabalhos até às **23:59 do dia 19/11**, no ambiente virtual. Para cada dia de atraso, haverá a penalização de 1,0 ponto. Não serão aceitas outras formas de entrega da apresentação do grupo.