

Empreendedorismo e Novos Negócios

Q: que é o empreendedorismo?

↳ O empreendedorismo é a capacidade de um indivíduo passar da ideia à ação. Inclui criatividade, inovação, assumir riscos, capacidade de planejamento e gestão de projetos, de forma a atingir os objetivos.

Assim, o empreendedorismo é o processo de desenvolver e estabelecer uma ideia de negócio.

Desafios Atuais

- Processo de globalização e internacionalização das empresas (concorrência mais barata, empresas estrangeiras)
- Difusão tecnológica
- Mudança comportamental dos consumidores

⚠️ Maiores níveis de empreendedorismo acompanham maior desenvolvimento econômico.

Fatores fundamentais na construção de um ecossistema empreendedor:

- Acesso ao financiamento
- Políticas públicas
- Programas públicos de empreendedorismo
- Ensino de empreendedorismo
- Transferência de inovação
- Infraestruturas comerciais e profissionais
- Abertura do mercado
- Infraestruturas físicas
- Normas culturais

O contexto pessoal, regional e nacional influencia muito as atitudes, preferências e comportamentos do empreendedor.

Que características distinguem um empreendedor?

- Atitude face ao fracasso ou insucesso (audacioso)
- Capacidade de reagir a oportunidades (resiliente)
- Atividade menos estruturada
- Independência, persistência e autoconfiança
- Organização
- Capacidade de trabalho, energia e competências em relações humanas

HITOS

- O empreendedor nasce
- Assumem riscos excessivos
- Necessitam de protagonismo
- Trabalham muito
- Apenas para ricos
- Movidos pelo dinheiro
- Querem poder e controlo sobre os outros
- Precisam de sorte

Tipos de empreendedorismo

- Empreendedorismo social
- Empreendedorismo tecnológico / Inovação
- Empreendedorismo de pequena e grande dimensão
- Empreendedorismo de escala

Oportunidades e ideias de negócio

A oportunidade de negócio surge se for possível reunir um conjunto de circunstâncias favoráveis, na qual um certo produto ou serviço assume elevada probabilidade de sucesso

- Uma ideia pode ou não ser uma oportunidade
- Uma oportunidade de negócio endereça necessidades de mercado

Reconhecimento oportunidades

↓
procurar ativamente por oportunidades de negócio reunindo informações sobre novas ideias de produtos ou serviços

Exploração de oportunidades

↓
desenvolvimento de um produto ou serviço baseado numa perceção da oportunidade empreendedora, adquirindo recursos humanos, recursos financeiros e configurando a organização

Uma oportunidade deve verificar 4 qualidades essenciais:

- Ser atrativa (mercado rentável)
- Ser durável (viável para criar empresa)
- Estar disponível no momento e local certos (garantia para a exploração)
- Ser suportada num produto ou serviço que adicione valor (induzem a compra)

! As evoluções, transformações, e tendências no ambiente externo - sociais, políticas, económicas, tecnológicas, demográficas, sejam estas locais, regionais, nacionais ou mundiais - são espaços a monitorizar para identificar oportunidades.

Criatividade → processo de geração de algo novo

Métodos de geração de novas ideias:

- Brainstorming
- Focus groups (juntar pessoas especialistas para retirar informação importante para o novo negócio)
- Observação direta
- Envolvimento em múltiplos ambientes

Ainda que a criatividade permita ao empreendedor gerar novas ideias de negócio, é necessário avaliar antes de avançar.

Ferramentas de startUp:

1. O Modelo Canvas: para anotar todas as hipóteses sobre um novo negócio

Um modelo de negócios descreve como uma organização cria, fornece e obtém valor

Campos do modelo canvas

- Segmentos de clientes
 - ↳ Consumidor final
 - ↳ Revendedores (estabelecimentos que vendem o produto ao consumidor final)
- Relacionamento com clientes
 - ↳ Reuniões, email's
- Canais
 - ↳ comunicação: site, redes sociais, jornais
 - ↳ distribuição: transportadora
- Proposta de Valor
 - ↳ o que propõe melhorar na vida do cliente
- Fontes de receita
 - ↳ o que permite ganhar dinheiro com o produto ou serviço (venda, subscrição, ...)
- Parcerias principais
- Atividades-chave
- Recursos principais
- Estrutura de custo

Importante saber os blocos do modelo canvas

2. Desenvolvimento do cliente: um processo para testar as hipóteses fora do edifício

3. Engenharia Ágil: construir rapidamente produtos mínimos viáveis para testar a adequação do produto/mercado

↓
Permite avaliar como os clientes - alvo podem reagir ao produto, antes de desperdiçar muito dinheiro a construir algo que os clientes não querem. Esta é uma forma de avaliar que a solução que estamos a construir é aquela que as pessoas querem comprar

⚠ Um pivô é uma mudança substantiva de um ou mais componentes do modelo canvas

■ Modelos de Negócios

↳ Baseiam-se em padrões para fortalecer os negócios gerais de uma organização modelo

→ Modelo de Negócios de Cauda longa

- Funciona vendendo uma ampla variedade de produtos de nicho, que individualmente vendem muito pouco, mas que no total geram alto volume de vendas.
- Os produtos deste tipo de modelo permanecem no mercado durante muito tempo com baixos custos de distribuição e produção
- Esta economia é facilitada através da internet onde tanto os clientes como as empresas podem se encontrar

⇓
É necessário diminuir custos de stock e criar uma plataforma que torne o conteúdo disponível

Exemplo: Amazon, lulu

→ Mercados multilaterais (ou plataformas)

- Plataformas que fornecem bens ou serviços para 2 grupos diferentes de clientes e que intermediam as transações entre esses grupos
- A chave é que a plataforma atraia e atenda todos os grupos simultaneamente para criar valor
- O sucesso do google, microsoft, Visa é devido às vantagens proporcionadas pelas plataformas

Exemplo do Google

↳ O principal é a sua Proposta de Valor de fornecer publicidade extremamente direcionada globalmente na web.

O serviço é atraente para os anunciantes porque lhes permite personalizar campanhas para pesquisas específicas

O modelo funciona se muitas pessoas usarem o mecanismo de busca do google pois pode exibir mais anúncios e maior será o valor para os anunciantes

→ Modelo Freemium

- Oferece uma versão reduzida do produto ou serviço gratuitamente com a intuito de migrar o cliente para a versão premium
- É caracterizado por uma grande base de usuários que beneficiam do serviço gratuito e apenas 10% assim o serviço pago
- Os pagantes subsidiam o acesso gratuito porque para servir estes usuários o custo é baixo

Principais métricas deste modelo:

- 1) O custo de atendimento a um usuário gratuito
- 2) as taxas pelas quais os usuários gratuitos se convertem em usuários premium

→ Modelo isca e anzol

↳ Refere-se a um padrão de modelo de negócios caracterizado por uma oferta inicial atraente, barata ou gratuita que incentiva a continuação de compras futuras de produtos ou serviços relacionados.

■ Contexto

↳ Conhecer o atual estado e as tendências do setor é determinante para identificar o comportamento e obter uma visão da competitividade da área de negócio

■ Mercado

↳ Os estudos de mercado pretendem recolher dados/informações para entender o mercado.

- Quem comprará o produto/serviço?
- Quais os benefícios para o cliente?
- Qual o preço mais adequado para o segmento do mercado?
- Qual o canal de distribuição a ser usado?
- Como deve ser feita a comunicação:

↳ O sucesso da empresa depende tanto da atração de clientes e da reação dos clientes às ofertas quanto das características do produto, da tecnologia usada e dos custos inerentes.

Tipos de dados usados em estudos de mercado?

• Dados primários

- ↳ observação: equipamentos eletrónicos, interação pessoal
- ↳ Questionários: entrevistas, grupos de foco, questionários

• Dados secundários

- ↳ Internos: dados financeiros, contactos de clientes, relatórios de vendas
- ↳ Externos: relatórios do governo, estatísticas, empresas especializadas

→ Os dados podem ser tratados de forma qualitativa ou quantitativa

■ Segmentação de clientes

↳ Dividir o mercado em "sub-mercados" compostos por grupos de consumidores com características similares. As características para formar estes grupos podem ser atributos que o cliente valoriza, nível de rendimentos, classe social, profissão, onde vivem, a benefício que desejam num produto, sensibilidade ao preço, etc

↓

Assim vamos identificar os diferentes segmentos de mercado

- ↳ Variáveis geográficas
- ↳ Variáveis demográficas
- ↳ Variáveis psicográficas
- ↳ Variáveis de uso

■ Estratégia e Posicionamento

Vantagem Competitiva

↳ surge do valor que uma empresa consegue criar para os seus clientes.

Valor é o que os clientes estão dispostos a pagar

Valor Superior é oferecer preços mais baixos que a concorrência pelos mesmos benefícios

Há 2 tipos de vantagem competitiva:

→ Liderança em custos

→ Diferenciação

■ Posicionamento

↳ Estabelecer uma posição no mercado alvo que a distinga dos competidores. Esta posição é baseada na perceção que os consumidores têm da empresa ou dos produtos (benefícios, relação qualidade-preço)

Ex: Volvo → Segurança

Plano de Negócios

↳ É um documento que demonstra de forma convincente a capacidade de um negócio em vender um produto ou serviço, gerar rentabilidade satisfatória e atrair potenciais investidores

↳ Internamente {
 Serve de elemento organizador
 Serve como controle para a equipa

↳ Externamente

- Fundamental para obter financiamento
- Acompanhar o desenvolvimento estratégico de alianças com outras empresas
- Angariações de contratos de grande dimensão

!! O modelo de negócios tem 4 blocos e o plano de negócios tem 9 etapas

Etapas do plano de negócios:

- 1.º Fácil leitura
- 2.º Aspeto visual profissional.
- 3.º Mostrar legitimidade e competência da equipa
- 4.º Colocar o mercado no centro do estudo
- 5.º Mostrar o que distingue o nosso negócio dos concorrentes
- 6.º Mostrar que conhecemos os riscos associados
- 7.º Projeções realistas
- 8.º Evitar demasiada terminologia técnica
- 9.º Obter opiniões de outras pessoas

→ Sumário executivo: oferece ao leitor o fundamental que ele precisa de saber sobre as características diferenciadoras da empresa

→ Estratégia {
 Liderança em custos
 Diferenciação
 Foco

→ Diferenças entre Modelo e Plano de Negócios

Plano de Negócios

- É um documento detalhado e minucioso que comprova a viabilidade do negócio
- As alterações ocorrem com menor frequência e tem caráter burocrático
- É único da empresa
- Está associado ao "o que" que a empresa faz, com uma descrição textual e consolidação das ideias

Modelo de Negócios

- É um documento visual e prático para que qualquer pessoa entenda a sua ideia
- Baseado no método Canvas pode ser alterado facilmente
- É replicável
- Está associado ao "como" a empresa se relaciona com o cliente, "como" adquirir valor, ou seja, uma descrição visual e estratégica

Ou seja,

→ As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação

→ As semelhanças encontram-se na estratégia e no foco no cliente e na receita

Definições

Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes. Ele delineia os principais componentes do negócio: segmentos de clientes, proposta de valor, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave

Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estratégias, análise de mercado, plano de marketing, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do modelo de negócios e ajuda a acompanhar o progresso e o desempenho ao longo do tempo.