

Empreendedorismo, Desenvolvimento e Criação de Novos Negócios

Prof^a. Marilda Sena



A Revolução do Empreendedorismo



A Revolução do Empreendedorismo

- As transformações do século XX
- As invenções são fruto de inovação
- As pessoas e equipes de pessoas com características especiais
- Os empreendedores são pessoas diferenciadas
- Os conceitos administrativos do século XX

A Revolução do Empreendedorismo

Algumas invenções e conquistas do século XX

- 1903: Avião motorizado
- 1915: Teoria geral da relatividade de Einstein
- 1923: Aparelho televisor
- 1928: Penicilina
- 1937: Nylon
- 1943: Computador

A Revolução do Empreendedorismo

- 1945: Descoberta da estrutura do DNA Abre caminho para a engenharia genética
- 1957: Sputnik, o primeiro satélite
- 1958: Laser
- 1961: O homem vai ao espaço
- 1967: Transplante de coração
- 1969: O homem chega à Lua; início da Internet; Boeing 747

A Revolução do Empreendedorismo

- 1970: Microprocessador
- 1989: World Wide Web
- 1993: Clonagem de embriões humanos
- 1997: Primeiro animal clonado: a ovelha Dolly
- 2000: Seqüenciamento de genoma humano

Evolução histórica das teorias administrativas

1900

1910

1920

1930

1940

1950

1960

1970

1980

1990

2000

Movimento da racionalização do trabalho, foco na gerência administrativa

Movimento das relações humanas: foco nos processos

Movimento do funcionalismo estrutural: foco na gerência por objetivos

Movimento dos sistemas abertos: foco no planejamento estratégico

Movimento dos sistemas abertos: foco no planejamento estratégico

Não se tem um movimento predominante, mas há cada vez mais o foco no papel do empreendedor como gerador de riqueza para a sociedade

A Revolução do Empreendedorismo

- O papel do empreendedor foi sempre fundamental na sociedade.
- A competição da economia força novos empresários a adotar paradigmas diferentes.
- Era do empreendedorismo: eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade.
- O empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países.

A Revolução do Empreendedorismo

- O crescimento do empreendedorismo no mundo na década de 1990 pode ser observado através das ações desenvolvidas relacionadas ao tema, como por exemplo:
 - ◆ No final de 1998, o Reino Unido publicou um relatório a respeito do seu futuro;
 - ◆ A Alemanha tem implementado um número crescente de programas na criação de novas empresas;

A Revolução do Empreendedorismo

- ◆ Em 1995, o decênio do empreendedorismo foi lançado na Finlândia;
- ◆ Em Israel, uma gama de iniciativas tem sido implementada por meio de Programas de Incubadoras Tecnológicas;
- ◆ Na França há iniciativas para promover o ensino de empreendedorismo.

A Revolução do Empreendedorismo

- Em todo o mundo, o interesse pelo empreendedorismo se estende além das ações dos governos nacionais.
- Há uma convicção de que o poder econômico da Europa depende de seus futuros empresários e da competitividade de seus empreendimentos.

O Empreendedorismo no Brasil

- Começou a tomar forma na década de 1990
- Os ambientes político econômico não eram propícios, e o empreendedor não encontrava informações para auxiliá-lo.
- Foi com os programas criado junto a incubadoras de empresas e a universidades/cursos de ciências da computação/informática que o tema despertou na sociedade.
- O Brasil entra no novo milênio com potencial para desenvolver programas de ensino de empreendedorismo compatível aos Estados Unidos, o maior na atualidade.

Conceituando Empreendedorismo

O empreendedorismo é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.
(SCHUMPETER, 1949)



Conceituando Empreendedorismo

- O empreendedorismo é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência.
- O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria negócios já existentes.
- O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capacitar sobre ela, assumindo riscos calculados.



Conceituando Empreendedorismo

- Aspectos referentes ao consumidor:
 - ◆ Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
 - ◆ Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa transformando o ambiente social e econômico onde vive.
 - ◆ Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

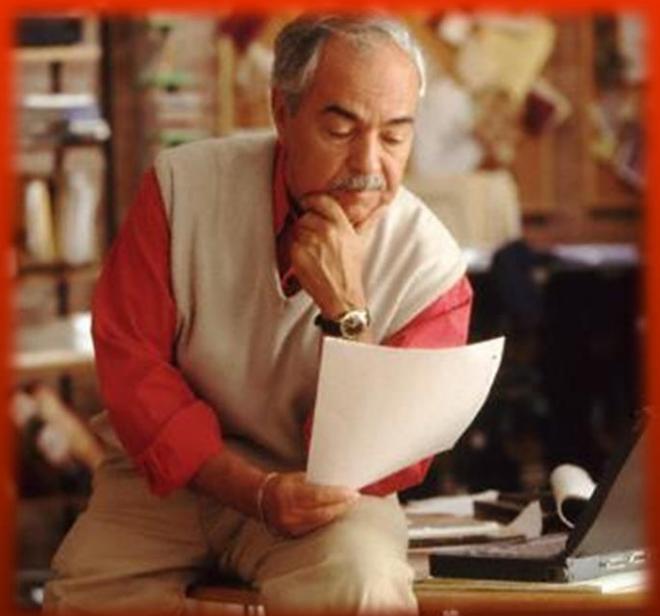
Conceituando Empreendedorismo

- O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas.
- O empreendedor revolucionário é aquele que cria novos mercados, ou seja, o indivíduo que cria algo único.



O Processo Empreendedor

- A decisão de tornar-se empreendedor pode ocorrer aparentemente por acaso.
- O processo empreendedor inicia-se quando um evento gerador desses fatores possibilita o início de um grande negócio.





Processo empreendedor (modelo de Timmons)



Fatores críticos para o desenvolvimento econômico

1. **Talento – Pessoas**
2. **Tecnologia – Ideias**
3. **Capital – Recursos**
4. **Know-how – Conhecimento**



**Negócios de
sucesso**

O Processo Empreendedor

- A inovação tecnológica possui quatro pilares :
 - ◆ Investimento de capital de risco
 - ◆ Infra-estrutura de alta tecnologia
 - ◆ Ideias criativas
 - ◆ Cultura empreendedora focada na paixão pelo negócio

O processo empreendedor

Identificar e avaliar a oportunidade

Criação e abrangência da oportunidade

Valores percebidos e reais da oportunidade de risco

Riscos e retornos da oportunidade

Oportunidade versus habilidades e metas pessoais

Situação dos competidores

Desenvolver o plano de negócios

1. Sumário executivo
2. O conceito do negócio
3. Equipe de gestão
4. Mercado e competidores
5. Marketing e vendas
6. Estrutura e operação
7. Análise estratégica
8. Plano financeiro
9. Anexos

Determinar e captar os recursos necessários

Recursos pessoais
Recursos de amigos e parentes
Angels
Capitalistas de risco
Bancos
Governo
Incubadoras

Gerenciar a empresa criada

Estilo de gestão
Fatores críticos de sucesso
Identificar problemas atuais e potenciais
Implementar um sistema de controle
Profissionalizar a gestão
Entrar em novos mercados

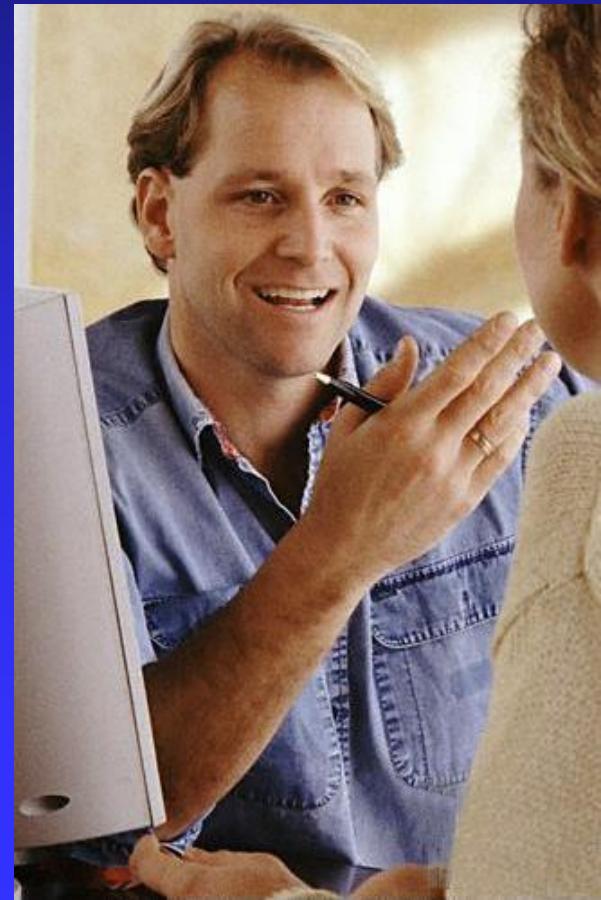
Fatores ambientais e pessoais



Identificando oportunidades

Diferenciando ideias de oportunidades

- O empreendedor utiliza suas ideias de forma a transformá-la em um produto ou serviço que faça sua empresa crescer.
- É importante que o empreendedor teste sua ideia ou conceito de negócio junto a clientes em potencial.



Identificando oportunidades

■ Ideia certa no momento errado

- ◆ O *timing* da ideia
- ◆ A evolução dos mercados

■ A experiência no ramo como diferencial

- ◆ Novas ideias de empreendedores num mercado desconhecido por ele tem pequenas chances de sucesso.

Identificando oportunidades

Fontes de novas ideias

- Empreendedores de sucesso estão sempre atrás de novas ideias de negócio e de verdadeiras oportunidades
- Informação é a base de novas ideias.
- O difícil é selecionar a informação relevante.
- *Brainstorming* ou tempestade cerebral, é uma das mais conhecidas formas de se estimular a criatividade e a geração de novas ideias

Identificando oportunidades

Fontes de novas ideias



Identificando oportunidades

Fontes de novas ideias

- Para se estruturar a *brainstorming* aconselha-se as seguintes regras:
 - ◆ Ninguém pode criticar outras pessoas do grupo.
 - ◆ Quanto mais rodadas entre os participantes melhor.
 - ◆ Podem-se dar ideias baseadas em ideias anteriores de outras pessoas.
 - ◆ A sessão deve ser divertida, sem que haja uma ou outra pessoa dominando a mesma.

Identificando oportunidades

Fontes de novas ideias

- Outras formas técnicas para gerar ideias são:
 - ◆ Conversar com pessoas de todos os níveis sociais e idade.
 - ◆ Pesquisar novas patentes e licenciamento de produtos.
 - ◆ Estar atento aos acontecimentos sociais de sua região, tendências, preferências da população, etc.
 - ◆ Visitar institutos de pesquisa.
 - ◆ Participar de conferências e congressos.

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

- Qualquer oportunidade deve ser analisada:
 - ◆ Qual mercado atende?
 - ◆ Qual o retorno econômico que ela proporcionará?
 - ◆ Quais são as vantagens competitivas que ela trará ao negócio?
 - ◆ Qual a equipe que transformará essa oportunidade em negócio?
 - ◆ Até que ponto o empreendedor está comprometido com o negócio?

Critérios para avaliar oportunidades

Critério	Atratividade	
	Alto Potencial	Baixo Potencial
Mercado		
Necessidades dos clientes	Identificadas, receptivas, atingíveis	Sem foco, leal a outros produtos
Valor gerado aos usuários	Alto	Baixo
Ciclo de vida do produto/serviço	Período que permite recuperar investimento	Muito rápido e não permite recuperar investimento e obter lucro
Estrutura do mercado	Competição não consolidada ou mercado emergente	Competição consolida ou mercado maduro, ou ainda mercado em declínio
Tamanho do mercado	Vendas acima de R\$50 milhões anuais e poucos <i>players</i>	Desconhecido ou com vendas menores que R\$10 milhões anuais
Taxa de crescimento de mercado	30% a 50% ao ano ou mais	Menor que 10% ao ano ou decrescendo
Participação possível no mercado	Ser líder, 20% ou mais	Menor que 5%

Critérios para avaliar oportunidades

Critério	Atratividade	
	Alto Potencial	Baixo Potencial
Análise Econômica		
Lucros depois de impostos	10% a 15% ou mais, com perspectiva duradoura	Menor que 5%, frágil
Tempo para: Ponto de equilíbrio Fluxo de Caixa Positivo	Menos de 2 anos	Mais de 3 anos
Retorno potencial sobre o investimento	25% ao ano ou mais	15% a 20% ou menos
Necessidade de capital inicial	Baixa e moderada	Altos investimentos

Critérios para avaliar oportunidades

Critério	Atratividade	
	Alto Potencial	Baixo Potencial
Vantagens Competitivas		
Custos fixos e variáveis		
Produção	Menores	Maiores
Marketing	Menores	Maiores
Distribuição	Menores	Maiores
Grau de Controle:		
Preço	Moderado a forte	Fraco
Custos	Moderado a forte	Fraco
Cadeia de fornecedores	Moderado a forte	Fraco
Cadeia de distribuição	Moderado a forte	Fraco
Barreiras de entrada		
Alguma regulamentação a favor	Possui ou pode conseguir	Nenhuma
Vantagem tecnológica	Possui ou pode conseguir	Nenhuma
Vantagem contratual/legal	Possui ou pode conseguir	Nenhuma
Redes de contato estabelecidas	Bem desenvolvidas	Limitadas; inacessíveis

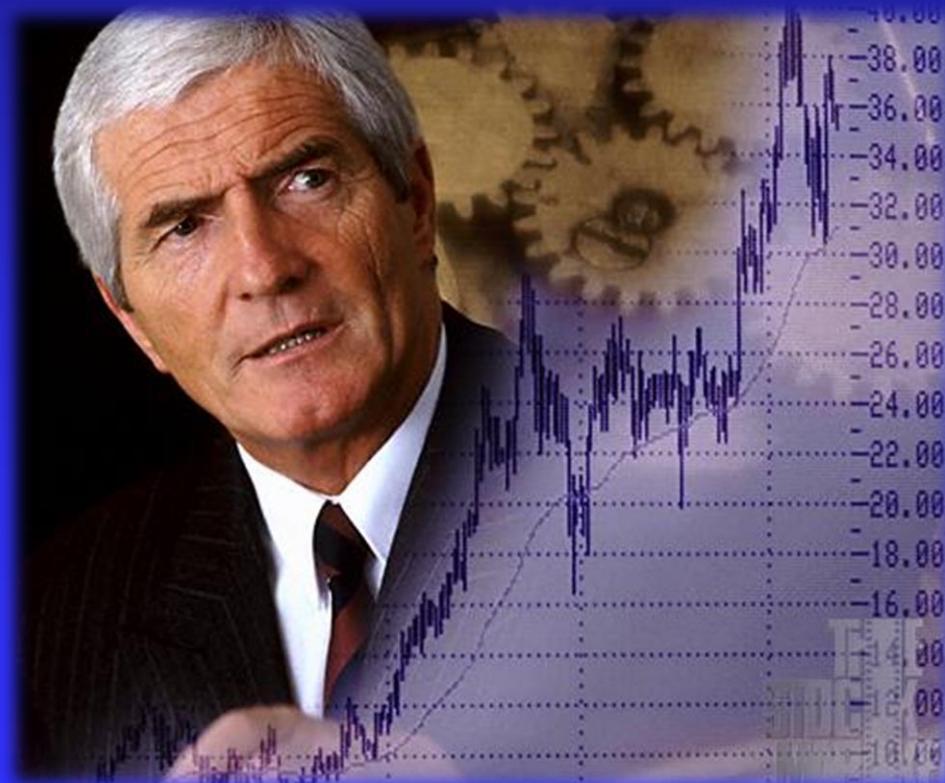
Critérios para avaliar oportunidades

Critério	Atratividade	
	Alto Potencial	Baixo Potencial
Equipe Gerencial		
Pessoas da equipe	Experientes, competência comprovada	Inexperientes, nunca dirigiram negócio parecido
Formação de pessoas	Multidisciplinar; habilidades complementares	Todos com a mesma formação e características
Envolvimento com o negócio	Paixão pelo que fazem	Apenas interesse financeiro (remuneração; benefícios, etc.)

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

- Análise econômica



Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

■ Análise econômica

- ◆ Deve-se fazer uma análise das possibilidades de retorno econômico do empreendimento
- ◆ Quando se analisa o retorno financeiro sobre o investimento, devem-se tomar algumas referências
- ◆ Atualmente pode-se obter retornos sem muito risco (15% a 25% anuais)
- ◆ Deve-se analisar o lucro final do empreendimento

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

■ Análise econômica

- ◆ Ponto de Equilíbrio, Fluxo de Caixa Positivo, Prazo de retorno de investimentos são a base da tomada de decisão quando se efetua a análise da viabilidade do negócio.
- ◆ Deve-se considerar o montante de dinheiro necessário para se iniciar o negócio.
- ◆ O Fluxo de caixa positivo só ocorrerá quando a empresa retornar o investimento inicial.

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

■ Análise econômica

- ◆ A quantidade de investimento inicial pode determinar se o empreendedor tem condições de começar o negócio ou não
- ◆ A decisão de investir muito dinheiro em negócios que proporcionam pouco retorno pode ser considerada uma decisão errada
- ◆ Quando se usa a criatividade, pode-se obter um grande negócio, com possibilidades de crescimento e retornos

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

- Vantagens competitivas
 - ◆ Estão ligadas a diferenciais que proporcionam um ganho para o consumidor
 - ◆ Uma empresa líder de mercado, com participações muito acima dos concorrentes (40%, 60% ou mais), consegue determinar as prioridades de seus fornecedores e distribuidores, exercendo pressão sobre eles
 - ◆ As barreira de entrada para novos competidores constituem uma grande vantagem competitiva

Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

- Vantagens competitivas



Identificando oportunidades

Avaliando uma oportunidade

- Equipe gerencial
 - ◆ A experiência prévia no negócio conta muito.
 - ◆ Outro fator que deve ser considerado é a formação da equipe.
- Critérios pessoais
 - ◆ Procure identificar-se com a idéia e a oportunidade de negócio.

Identificando Oportunidades



Identificando Oportunidades

Oportunidades na Internet

- Atualmente tem-se valorizado a empresa.com no mercado norte-americano e demais mercados mundiais
- Os oportunistas, denominados erroneamente empreendedores, começam a ter desafios verdadeiros
- Qualquer negócio deve ser criado de forma planejada

Identificando Oportunidades

Oportunidades na Internet

- As oportunidades na rede mundial de computadores devem ser analisadas de forma criteriosa
- Os empreendedores desse tipo de negócio devem ter em mente que só o trabalho árduo e competente lhes trará a recompensa financeira

Identificando Oportunidades

Modelos de Negócios na Web

- Intermediação de Negócios
- Comercialização de Propaganda
- Mercado Virtual
- Fabricantes



Identificando Oportunidades

Modelos de Negócios na Web

■ Intermediação de Negócios

- ◆ Objetiva aproximar compradores e vendedores
- ◆ Deve ser bem definido o formato de cobrança e em quais transações serão efetuadas
- ◆ Pode ser subdividido em:
 - ◆ Portais Verticais B2B
 - ◆ Compra coletiva
 - ◆ Distribuidor
 - ◆ Shopping Virtual
 - ◆ Sites de comparação
 - ◆ Leilão
 - ◆ Leilão Reverso
 - ◆ Classificados
 - ◆ Sites de permuta



Identificando Oportunidades

Modelos de Negócios na Web

■ Comercialização de Propaganda

- ◆ É feito pelos portais horizontais ou especializados
- ◆ É uma extensão do modelo tradicional de propaganda
- ◆ A mídia é rica em conteúdo e serviços: e-mail, horóscopo, notícias personalizadas, chats, etc.
- ◆ As mensagens de propaganda são inseridas dentro do conteúdo e dos serviços, geralmente no formato de *banners*
- ◆ O fator crítico de sucesso é a alta visitação do *site*

Identificando Oportunidades

Modelos de Negócios na Web



- Mercado Virtual
 - ◆ Baseia-se na construção de revendas ou de empresas de varejo na Web.
 - ◆ Empresas puramente virtuais
 - ◆ *Brick-and-mortar* (tijolo e cimento)

Identificando Oportunidades

Modelos de Negócios na Web

■ Fabricantes

- ◆ Que passam a expor e comercializar seus produtos na Web
- ◆ Possuem clientes ativos e bem definidos
- ◆ Para empresas fabricantes de produtos, existe uma série de tecnologias que podem auxiliar a empresa a melhorar sua performance financeira, tais como:
 - ◆ Customer Relationship Management (CRM)
 - ◆ Enterprise Resource Planning
 - ◆ Business Inteligente,
 - ◆ Supply Chain Management,
 - ◆ eProcurement, Marketplace e outros.

Identificando Oportunidades

Tendências

- 1994 – Estados Unidos: começa a chamar atenção dos investidores
- Yahoo e Amazon são exemplos de modelos de negócios
- O investidor deve analisar e corre o risco de ser iludido
- Deve-se avaliar que tanto investidores como empreendedores agiram como especuladores ou oportunistas querendo fazer dinheiro de forma fácil e rápida

Identificando Oportunidades

Tendências

- O verdadeiro empreendedor tem de estar pronto para assumir o desafio de muitos anos e não só criar oportunidades e passá-la a frente
- Muitas incubadoras.com, na realidade queriam criar um negócio com muito baixo investimento
- As empresas tradicionais, mesmo de forma não tão ágil quanto às virtuais, estão começando a dar seus passos e a mostrar que vão ocupar seus espaços na Web

O Plano de Negócios

- Por que planejar?
- Causas de fracasso das *start-ups* americanas

Incompetência gerencial	45%
Inexperiência no ramo	9%
Inexperiência em gerenciamento	18%
Expertise desbalanceada	20%
Negligência nos negócios	3%
Fraudes	2%
Desastres	1%
TOTAL	98%

O Plano de Negócios

- Por que planejar?
- Maiores armadilhas no gerenciamento de pequenas empresas

Falta de experiência

Atitudes erradas

Falta de dinheiro

Localização errada

Expansão inexplicada

Gerenciamento de inventário impróprio

Excesso de capital em ativos fixos

Difícil obtenção de crédito

Usar grande parte dos recursos do dono

O Plano de Negócios

- Uma das principais razões de falências das micro e pequenas empresas americanas é a falta de planejamento.
- Quando se considera o conceito planejamento têm-se pelo menos três fatores críticos:
 - ◆ Toda empresa necessita de um planejamento do seu negócio para poder gerenciá-lo e apresentar sua ideia a investidores, bancos, clientes etc.
 - ◆ Toda entidade provedora de financiamento, fundos e outros recursos financeiros necessita de um plano de negócios da empresa requisitante para poder avaliar os riscos inerentes ao negócio
 - ◆ Poucos empresários sabem como escrever adequadamente um bom plano de negócios

O Plano de Negócios

- A importância do plano de negócios
 - ◆ O cuidado a ser tomado é o de escrever um plano de negócios com todo o conteúdo que se aplica a um plano de negócios
 - ◆ Pior que não planejar é fazê-lo erroneamente, e pior ainda, conscientemente
 - ◆ Essa ferramenta de gestão deve ser usada pelo empreendedor
 - ◆ A maioria do plano de negócios resume-se a um modelo predeterminado e que não convencem ao próprio empreendedor

O Plano de Negócios

- O que é plano de negócios?
- É um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa
- As aspectos-chave que sempre devem ser focados em qualquer plano de negócios são:
 - ◆ Em que negócio você está?
 - ◆ O que você (realmente) vende?
 - ◆ Qual é o seu mercado-alvo?

O Plano de Negócios

- Por que você deveria escrever um plano de negócios?
- Através do plano é possível:
 - ◆ Entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio
 - ◆ Gerenciar de forma mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas
 - ◆ Monitorar o dia-a-dia da empresa e tomar ações corretivas quando necessário
 - ◆ Conseguir financiamentos e recursos junto a bancos, governo, Sebrae, investidores, capitalistas de riscos, etc.
 - ◆ Identificar oportunidades e transformá-las em diferencial competitivo para a empresa
 - ◆ Estabelecer uma comunicação interna eficaz na empresa e convencer o público externo

O Plano de Negócios

- A quem se destina o plano de negócios?
- Vários são os públicos-alvo de um plano de negócios:
 - ◆ Mantenedores das incubadoras
 - ◆ Parceiros
 - ◆ Bancos
 - ◆ Investidores
 - ◆ Fornecedores
 - ◆ A empresa internamente
 - ◆ Os clientes
 - ◆ Sócios

O Plano de Negócios

- O plano de negócios como ferramenta de gerenciamento
- Para que o plano de negócios possa se tornar um instrumento eficaz de gerenciamento é importante que as informações nele existente possam ser divulgadas internamente à empresa de forma satisfatória
- Uma forma simples e eficaz de utilizar o plano de negócios é a criação de um ou vários Painéis de Metas da empresa
- Esse painel de metas fornece um conjunto de medidas de desempenho de equilíbrio da empresa

Criando um Plano de Negócios Eficiente



Criando um Plano de Negócios Eficiente

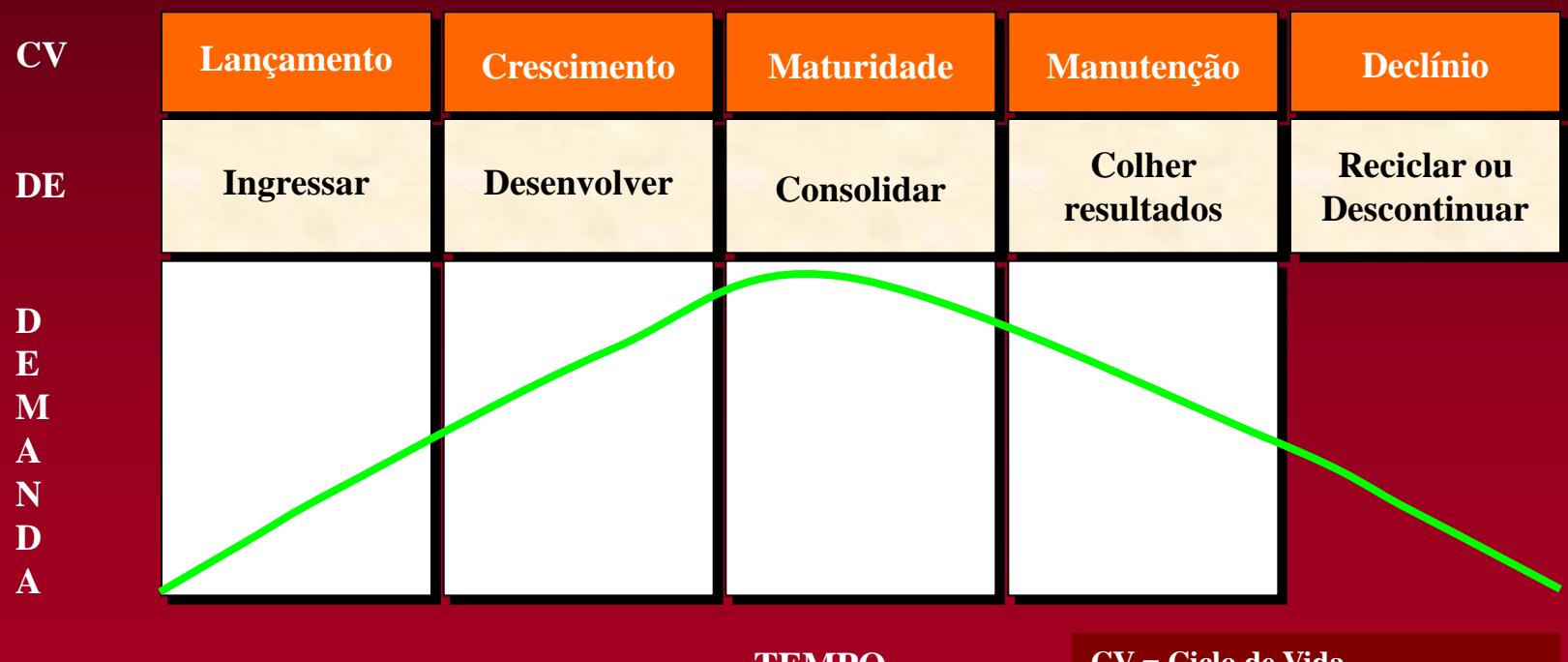
- **Produtos e Serviços**
- *Se você é fabricante ou atacadista:*
 - ◆ Faça uma descrição detalhada do desenvolvimento do produto
 - ◆ Descreva as necessidades de matéria-prima, suas características, custos, fornecedores, escassez, fornecedores alternativos e outros
 - ◆ Descreva quais equipamentos são utilizados no processo produtivo

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Produtos e Serviços
- *Se você é um varejista:*
 - ◆ Descreva os produtos ou famílias de produtos que são vendidos por sua empresa
 - ◆ Como você controla o estoque de produtos?

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Produtos e Serviços
- *Ciclo de Vida do Produto*



TEMPO

CV = Ciclo de Vida

DE = Direção Estratégica

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Produtos e Serviços
- *Estratégia de Produto*

Matriz BCG



Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Produtos e Serviços
- *Crescimento de mercado:* identifica como o mercado de uma determinada linha de produtos está crescendo
- *Participação Relativa de Mercado:*
 - ◆ *Dúvida:* trata-se de produtos com baixa participação de mercado em um mercado em alto crescimento
 - ◆ *Estrela:* são os produtos que possuem alta participação de mercado
 - ◆ *Vaca Leiteira:* são produtos que possuem importante participação de mercado em mercados de baixo crescimento
 - ◆ *Abacaxi:* são produtos com pouca participação de mercado em mercado em baixo crescimento

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- **Produtos e Serviços**
- *Tecnologia:* a empresa que desenvolve produtos com teor tecnológico, tanto no processo de produção, como no produto em si.
- *Pesquisa e Desenvolvimento:* qualquer empresa que comercializa produtos de base tecnológica
- *Produção e Distribuição*

Criando um Plano de Negócios Eficiente

■ Mercado e Competidores

- ◆ A análise de mercado é considerada por muitos a parte mais importante do plano de negócios
- ◆ Muitos empreendedores, quando perguntados a respeito da concorrência procuram dizer que os produtos ou serviços são únicos
- ◆ A análise da concorrência é de suma importância em qualquer plano de negócios

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Mercado e Competidores
- *O que o consumidor está comprando?*
 - ◆ Os atributos relacionados ao produto para definir como ele está sendo apresentado aos seus consumidores potenciais são:
 - ♦ Características físicas do produto
 - ♦ Formato e tipo de embalagem
 - ♦ Preço
 - ♦ Como são entregues os produtos e serviços (canais de distribuição)

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Mercado e Competidores
- *Por que o consumidor está comprando os produtos ou serviços?*
 - ◆ identificar quais necessidades dos clientes estão sendo satisfeitas
 - ◆ Identificar o que os consumidores estão buscando quando compram o produto
- *Análise da Concorrência*

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Marketing e vendas
- As estratégias de marketing são os meios e métodos que a empresa deverá utilizar para atingir seus objetivos
- A projeção de vendas da empresa está diretamente ligada à estratégia de marketing estabelecida

Criando um Plano de Negócios Eficiente

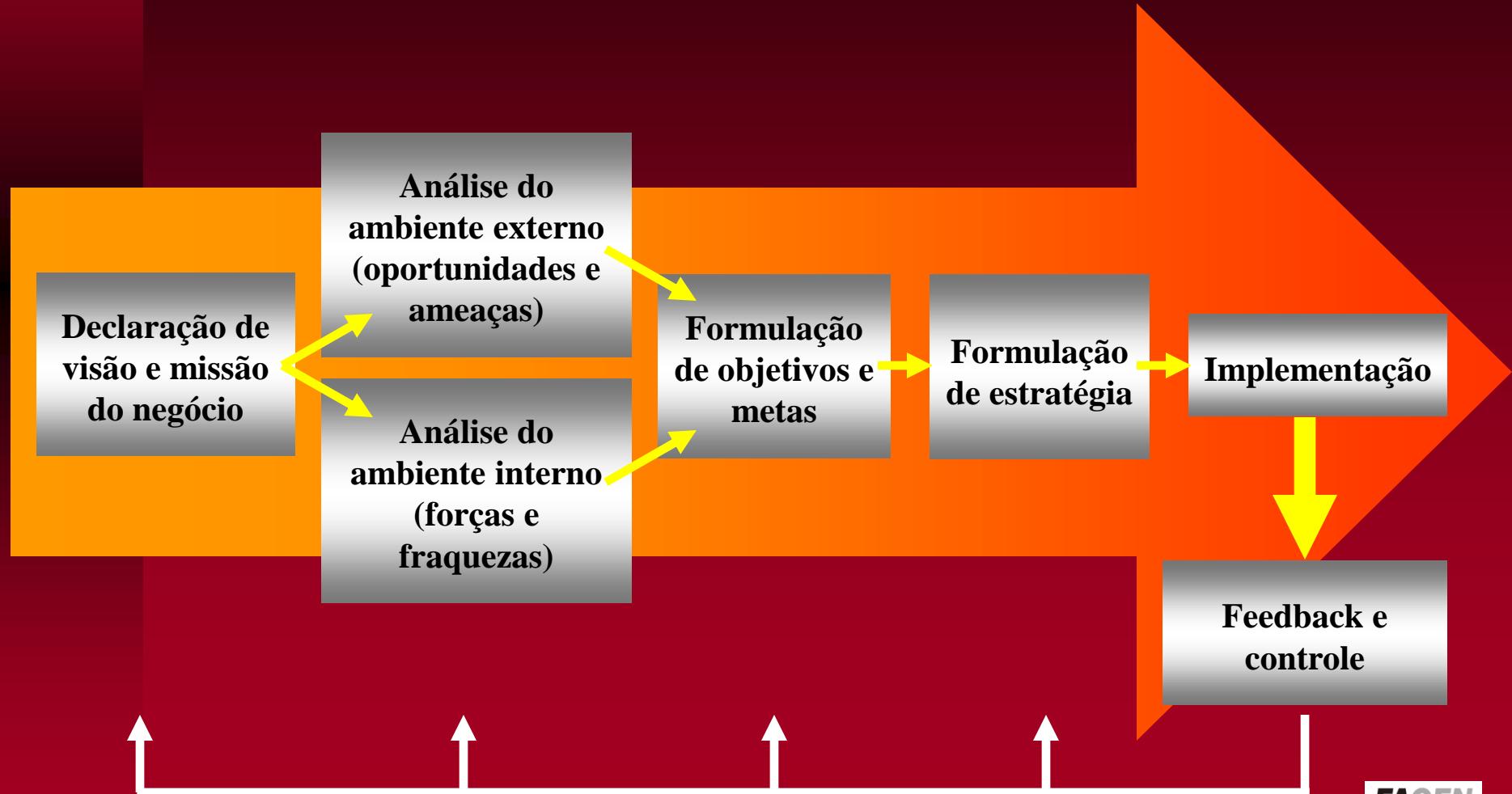
- Marketing e vendas
- *Produtos (posicionamento)* – significa direcionar o produto para atender as expectativas e necessidades do cliente-alvo
- *Preço* – maneira mais tangível de se agir no mercado, pois pode criar demanda para o produto, segmentar o mercado
- *Praça (canais de distribuição)* – envolvem as diferentes maneiras que a empresa pode adotar para levar o produto até o consumidor
- *Propaganda/Comunicação* – deve ser considerado o pessoal envolvido, a propaganda e as promoções
- *Projeção de vendas* – deve ser feita tendo como base a análise de mercado

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Análise estratégica
- O termo estratégia é muito utilizado pelos empreendedores para definir como agir numa negociação, fechar parceria, entrar em um novo mercado, lançar um novo produto
- O processo de planejamento estratégico do negócio pode servir de base para essa análise
- No plano de negócios deve ser dado ênfase à análise dos ambientes externo e interno
- A declaração de visão define onde a empresa quer chegar, a direção que pretende seguir, e o que ela quer ser
- Para estabelecer objetivos e metas é preciso entender o ambiente que envolve a empresa externa e internamente

Criando um Plano de Negócios Eficiente

■ Análise estratégica



Criando um Plano de Negócios Eficiente

■ Análise Swot

Análise Interna	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none">➤ Liderança de mercado no segmento de listas impressas, contando com uma grande lista impressa, contando com uma carteira de anunciantes e uma invejável força de vendas➤ Confiabilidade nas informações prestadas e facilidade de acesso➤ Estar presente na mídia do futuro (Internet)➤ Possibilidade de aumento de faturamento pela venda de links, banners e patrocínio no site da lista➤ Parceria com forte grupo americano, mercado no qual a Internet já faz parte do cotidiano do cidadão comum	<ul style="list-style-type: none">➤ A falta de conhecimento por parte do internauta da existência da Lista Telefônica na Internet➤ Dificuldades provocadas pelo fato de não ser o primeiro a disponibilizar a lista para grandes centros como São Paulo e Rio de Janeiro➤ Impossibilidade de estabelecimento de barreiras a novos ingressantes

Criando um Plano de Negócios Eficiente

■ Análise Swot

Análise Externa	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">➤ Crescimento vertiginoso do número de usuários➤ Criação e regulamentação de meios para compra/venda de produtos na Internet com a segurança necessária às transações➤ Aumento exponencial no número de terminais telefônicos, principalmente após a privatização do setor, devido à livre concorrência➤ Aumento do interesse das empresas pela divulgação na Internet	<ul style="list-style-type: none">➤ O serviço da Lista na Internet poderá vir a ser oferecido pelas próprias operadoras telefônicas (ou suas parceiras), que não só detém o banco de dados mais atualizado, como também possuem o know-how do setor. Isto se agrava pela privatização do setor da telefonia➤ O retorno para os anunciantes não atendem às expectativas, provocando a figura desta mídia e o descrédito

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Análise estratégica
- Objetivos e metas
- São o referencial do planejamento estratégico
- Indicam intenções gerais da empresa e o caminho básico para chegar ao destino desejado
- Possui várias metas específicas
- Podem definir os objetivos da empresa
- Os objetivos são resultados abrangentes e devem ser ousados

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Análise estratégica
- Objetivos e metas
 - ◆ Metas devem ser SMART
 - ♦ eSpecíficas
 - ♦ Mensuráveis
 - ♦ Atingíveis
 - ♦ Relevantes
 - ♦ Temporais

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Análise estratégica
- Definição da Estratégia
 - ◆ Os objetivos e as metas indicam o que a empresa deseja atingir
 - ◆ A estratégia do negócio indica como a empresa pretende alcançá-los
 - ◆ Estratégias empresariais podem ser:
 - ♦ Estratégias defensivas: visam manter o cliente existente
 - ♦ Estratégias de desenvolvimento: visam oferecer mais opções aos atuais clientes
 - ♦ Estratégia de ataque: visam aumentar a participação de mercado da empresa

Criando um Plano de Negócios Eficiente

- Análise estratégica
- Definição da Estratégia
 - ◆ *Penetração de Mercado:* ocorre quando a empresa deseja aumentar o market-share
 - ◆ *Manutenção de Mercado:* ocorre quando a empresa está satisfeita com a situação atual e com a performance que apresenta
 - ◆ *Expansão de Mercado:* focaliza um mercado novo para o produto
 - ◆ *Diversificação:* ocorre quando a empresa entra em um novo mercado com novos produtos ou serviços

Buscando Assessoria para o Negócio



Buscando Assessoria para o Negócio

- Incubadoras de Empresas
- início na década de 40
- no Brasil a partir de 1984
- são entidades sem fins lucrativos destinadas a amparar o estágio inicial de empresas nascentes que se enquadram em determinadas áreas de negócios.
- pode ser definida como um ambiente flexível, encorajador onde são oferecidas facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos.

Buscando Assessoria para o Negócio

- Incubadoras de Empresas
- dá assessoria na gestão técnica e empresarial da organização.
- oferece possibilidade de serviços compartilhados como laboratórios, telefone, internet, fax, copiadoras, correios e outros.
- é um mecanismo mantido por entidades governamentais, universidades, grupos comunitários, etc.

Buscando Assessoria para o Negócio

- Incubadoras de Empresas
- a empresa incubada não encontrará fora da incubadora as facilidades dentro dela.
- o objetivo da incubadora deve ser a produção de empresas de sucesso.

Buscando Assessoria para o Negócio

- Sebrae – *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*



Buscando Assessoria para o Negócio

- Sebrae – *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*
- é a principal entidade que apoia os empreendedores brasileiros
- foi criado por lei de iniciativa do Poder Executivo
- está espalhado por todos os estados da Federação
- Aconselha quanto a forma de abertura da empresa, dá consultoria básica e pontual, cursos sobre gestão de qualidade, fluxo de caixa, marketing, finanças, etc.

Buscando Assessoria para o Negócio

- Sebrae – *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*
- organiza caravanas para participação das empresas em feiras e eventos nacionais e internacionais
- promove rodas de negócios
- auxilia o empresário em questões relacionadas ao comércio exterior
- apóia as incubadoras de empresas e demais eventos voltados às pequenas empresas