



Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios

☰ Link da página no Notion (para README)	📄 <u>Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios</u>
↗ Plano de estudos DB	<u>Faculdade: Análise e Desenvolvimento de Sistemas (AdS)</u>
⌚ Status	Em andamento
📅 Data	@11/01/2024

▼ Índice

[Índice](#)

[Antes de começar](#)

[Empreender ou não, eis a questão](#)

[Conceito de Empreendedorismo](#)

[Definições práticas](#)

[Modelos de Negócios existentes](#)

[A criatividade no empreendedorismo](#)

[Texto: Empreender ou não, eis a questão](#)

[Empreendedorismo e Suas Características](#)

[Empreendedor corporativo](#)

[Texto: Empreendedorismo e Suas Características](#)

[Perfil do empreendedor](#)

[Capacidade de planejamento](#)

[Capacidade analítica](#)

[Liderança e motivação](#)

[Capacidade de calcular riscos e assumir responsabilidades](#)

[Texto: Perfil do empreendedor](#)

[Sendo empreendedor no Brasil](#)

[Estabelecimento de metas](#)

[Exigência de qualidade e eficiência](#)

[Persistência e comprometimento](#)

[Persuasão e rede de contatos](#)

Texto: Sendo empreendedor no Brasil

Crise e oportunidades no empreendedorismo

Conceitos e definições sobre crise e oportunidades

Ideia x Oportunidade de negócio

Técnicas de Identificar oportunidades

Em toda crise pode haver oportunidades

Texto: Crise e oportunidades no empreendedorismo

Mapeando oportunidade de negócios

Processo Empreendedor

Ideia e oportunidade

Fontes de novas ideias

Análise dos concorrentes diretos e indiretos

Texto: Mapeando oportunidade de negócios

Recursos tecnológicos no empreendedorismo

Softwares disponíveis no mercado no auxílio à criação de novas empresas

Planilhas no desenvolvimento de novos negócios

Análise 360º

Mapa de empatia

Texto: Recursos tecnológicos no empreendedorismo

Ferramentas do Plano de Negócio

A importância do Plano de Negócio

Identifique a oportunidade

Business Model Canvas

Matriz F.O.F.A (SWOT)

Texto: Ferramentas do Plano de Negócio

A estrutura do plano de negócios

Sumário Executivo

Planejamento Estratégico do Negócio

Descrição da Empresa

ANÁLISE DE MERCADO

Texto: A estrutura do plano de negócio

Comércio Eletrônico x Empreendedorismo

A era do comércio eletrônico

Empreendedorismo Digital

Como empreender virtualmente?

Reputação virtual

Texto: Comércio Eletrônico x Empreendedorismo

Conceitos do Plano de Marketing

Qual a importância do Plano de Marketing?

Como fazer o plano de marketing

4 etapas do ciclo de vida dos produtos

Marketing Digital

Texto: Conceitos do plano de marketing

4 P's de Marketing

Produto

Preço

Praça

Promoção

Texto: 4 P's de Marketing

Planejamento Financeiro do Empreendedor

Capital de giro / Investimento total

Lucratividade / Rentabilidade

Ponto de equilíbrio

Prazo de retorno do investimento

Texto: Planejamento Financeiro do Empreendedor

Conceitos e definições do Plano Operacional

Outros conceitos e definições importantes

Layout ou arranjo físico

Empreendedorismo jurídico

Perfil do empreendedor jurídico

Texto: Conceitos e definições do Plano Operacional

Caminhos para facilitar a criação de um novo negócio

Sebrae

Empretec

Fontes de Fomento

Como reduzir a mortalidade de empresas

Texto: Caminhos para facilitar a criação de um novo negócio

Novos tipos de empreendedores

Startups

Aceleradoras

Incubadora

Dicas ao "jovem" empreendedor

Texto: Novos tipos de empreendedores

Materiais de apoio e referências

Antes de começar

- Criar pasta referente ao curso
- Adicionar link da pasta nos atributos do curso
- Adicionar arquivos e links adicionais ao repositório (pdf, pptx, etc)

Empreender ou não, eis a questão

▼ Conceito de Empreendedorismo

Disciplina ministrada pelo Prof. Thiago Oliveira da Silva.

Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de **identificar problemas e oportunidades**

O empreendimento pode ser um **negócio, projeto ou movimento** que gere mudanças no cotidiano das pessoas.

Conceito de Empreendedorismo

O ato de empreender geralmente está ligado à **inovação, abertura de novos mercados** e criação de métodos de produção e comercialização.

Empreendedorismo também envolve a capacidade de **projetar e idealizar novos negócios** e transformações inovadoras ou arriscadas.

▼ Definições práticas

Definição Prática

Empreendedorismo está relacionado diretamente com a **execução prática** de uma ideia, solução ou serviço inédito.

Para ser empreendedor é **necessário ser pioneiro**, não necessariamente fazendo algo extremamente inédito, mas entregando algo diferente do usual e de qualidade.

Além disso, empreendedorismo envolve algumas outras características que se integram para formá-lo, como **desafios**, **novas atitudes**, **iniciativa**, **oportunidade aproveitada** e **inovação**.



Joseph A. Schumpeter, cientista político e economista, associou o empreendedorismo ao desenvolvimento econômico com o termo **destruição criativa** que fundamenta a ideia de que é necessário **destruir o antigo para se criar o novo**

▼ Modelos de Negócios existentes

Modelos de negócios existentes focando no Brasil

No Brasil existem diversos modelos de negócios possíveis para o empreendedor, como:

- **Franquia** → franquia é um modelo mais tradicional, pois é possível **desenvolver um negócio a partir de um modelo já existente**, exemplos incluem MC Donalds, Boticário e Chilli Beans;

- **Assinatura** → modelo que vem se tradicionalizando e se refere ao **pagamento recorrente de um serviço ou produto**, exemplos incluem Netflix e Amazon Prime;
 - **Freemium** → similar à assinatura, mas disponibiliza recursos grátis ou limitados por um certo período enquanto quem desejar mais acesso precisa pagar;
 - **Marketplace** → a disponibilidade de uso oferecida por marcas maiores para às menores, de forma que lojas varejistas conseguem vender em lojas gigantes exemplos incluem Amazon e Magazine Luiza
 - **Economia colaborativa** → se dá pela **conexão de interesses econômicos distintos**, de forma que todos os colaboradores tenham interesses alinhados aos objetivos maiores, como por exemplo Uber e Airbnb.
-

Tipos de empreendedores

Existem 3 tipos de empreendedores, sendo eles:

- **O técnico** → o empreendedor que possui o **tato e conhecimento do negócio**
- **O gestor** → o que possui a **perspicácia para gerir negócios**
- **O visionário** → o que possui o **feeling para contemplar novos negócios** e oportunidades onde as demais pessoas não conseguem

▼ A criatividade no empreendedorismo

O que é a criatividade no empreendedorismo?

É a capacidade de criar e transformar e é fundamental para garantir sucesso de um negócio

Para desenvolver criatividade temos que nos desapegar da ideia de aptidão para criatividade e precisamos **ter coragem para arriscar**, errar e aprender,

sabendo que isso faz parte do processo para se tornar mais criativo

Devemos **ignorar os modelos prontos**, tentando sempre pensar fora da caixa, pensando em modelos que podem dar certo além dos que já funcionam

Busque sempre fazer algo diferente que ninguém ou poucos fizeram.

Um sigla para criatividade no empreendedorismo é **BIP - bom humor, irreverência e pressão**, características que são necessárias para qualquer bom empreendedor

▼ Texto: Empreender ou não, eis a questão

▼ PDF

[Empreendedorismo E Criação De Novos Negócios.pdf](#)

Empreendedorismo e Suas Características

▼ Empreendedor corporativo

O empreendedor corporativo é aquele que idealiza processos e estratégias para ir além da convenção.

Um empreendedor corporativo possui **visão sistêmica** que possibilita enxergar todas as cadeiras e etapas do processo e amarrações do empreendimento.

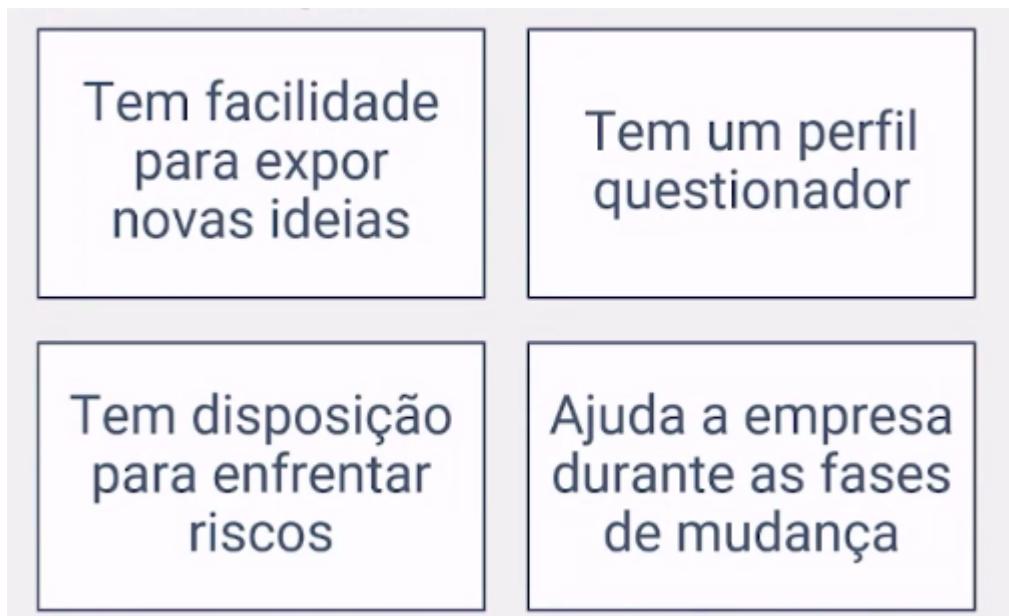
Além dessa característica, possui algumas outras como:

- **Capacidade inovadora** → capacidade de pensar fora do padrão, criando novas formas de resolver problemas
 - **Foco** → capacidade de focar nos objetivos concretos e alcançáveis
 - **Criatividade** → capacidade de **desenvolver ideias**
 - **Ousadia** → capacidade de **arriscar ideias**
 - **Senso de liderança** → capacidade de visualizar pontos a serem desenvolvidos em si e na equipe sem ultrapassar limites
 - **Comportamento positivo** → capacidade de respeitar os limites de seus subordinados
-

O que um empreendedor corporativo precisa ter?

Além das características anteriores, um empreendedor também deve ter como perfil:

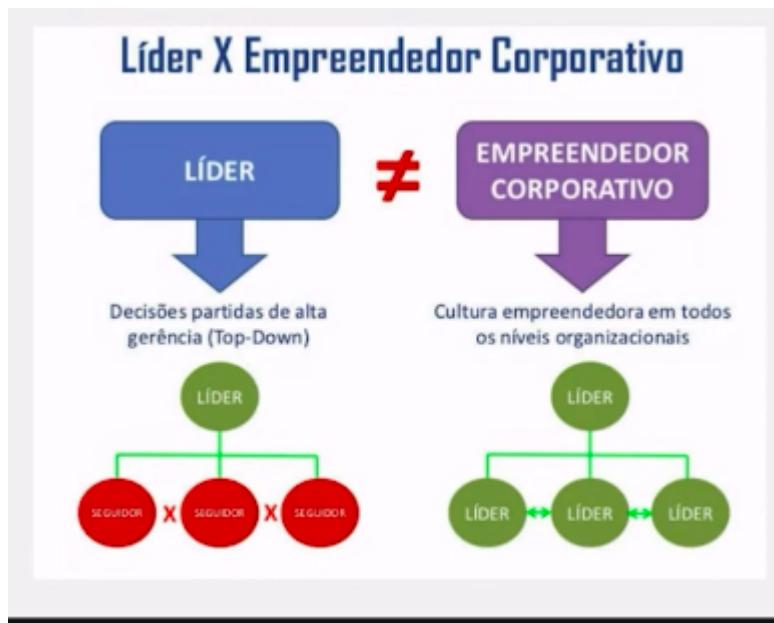
- **Facilidade de expor ideias** → saber vender produtos e ideias
- **Ser questionador** → saber questionar o convencional buscando melhorias
- **Ter disposição de enfrentar riscos** → saber que não há certezas
- **Ajudar a empresa em fases de mudança** → ajudar a empresa com mudanças que ocorrem



Diferença entre Líder e empreendedor corporativo

A principal diferença entre o líder e o empreendedor corporativo é que o **Líder segue decisões de alta gerência (Top-Down)**.

O empreendedor corporativo tem cultura empreendedora em todos os níveis organizacionais.



▼ Texto: Empreendedorismo e Suas Características

▼ PDF

[02 - Empreendedorismo E Criação De Novos Negócios.pdf](#)

Ambiente empreendedor

O ambiente empreendedor pode ser dividido em 2, sendo o **ambiente interno** e **ambiente externo**.

O ambiente externo é **tudo o que não é facilmente controlável pelo empreendedor**. Eles podem se apresentar como **fornecedores, clientes e concorrentes que o mercado impõe**, por exemplo.

O ambiente interno é tudo **o que pode ser controlado pelo gestor**, podendo por exemplo ser a **cultura da empresa, produto ofertado**.

Um ponto importante é que o empreendedor precisa **saber lidar** com a especificidade e necessidade de **ambos os ambientes**

O empreendedor precisa entender a perspectiva de cada indivíduo que faz parte da cadeira de processo, por exemplo, clientes, fornecedores e acionistas.

Com este entendimento geral o negócio será facilmente um sucesso.

Formas do empreendedorismo

O empreendedorismo pode se apresentar de diferentes formas, podemos citar 4 delas como sendo:

- Empreendedorismo corporativo
 - Empreendedorismo franqueado
 - Empreendedorismo inesperado
 - Empreendedorismo digital
-

Empreendedor corporativo

É aquele que acontece dentro das organizações e promove melhorias de processos e inovação interna

O empreendedorismo corporativo exige uma comunicação e esforço para desenvolver uma equipe com cultura empreendedora.

Uma cultura empreendedora pode ser caracterizada por diversos aspectos, mas podemos listar como exemplo:

- Macroempreendedor
 - Contexto do indivíduo empreendedor
 - Características individuais
 - Processos e práticas empresariais
-

Empreendedor franqueado

Na franquia você adquire o direito de vender, ofertar e/ou negociar a partir de uma marca já existente

Esse modelo possibilita aproveitamento de marcas, processos e mercados já estabelecidos, o que o torna atrativo para quem tem um perfil mais conservador, já que traz menos autonomia e risco individual.

Algumas vantagens das franquias incluem:

- Dividir o ônus de fazer pesquisas tecnológicas;
- Ofertar linhas de produtos de qualidade superior mais diversificada;
- Exercer mais força no mercado em favor do cliente, abrindo possibilidade de atuar no mercado internacional
- Compartilhar recursos e poder de compra

Algumas desvantagens do modelo de franquias:

- Autonomia parcial sobre decisões a cerca do negócio

- Padronização excessiva
 - Localização forçada
 - Maior controle por parte do dono em relação a marca.
-

Empreendedor inesperado

O empreendedor inesperado é o tipo que quando menos espera se depara com uma oportunidade de negócio e decide mudar o que fazia para se dedicar ao negócio próprio.

Geralmente as características deste empreendedor são:

- Similar a quem empreende por oportunidade
 - Posterga a entrada no mercado, pesquisando muito para ter uma entrada mais sadia e segura no mercado
 - Não é arrojado, geralmente apresenta um grau menor de inovação e riscos
-

Empreendedor Digital

O empreendedor digital se assemelha aos demais em muitas características.

Tendem a ser pessoas entre 25 e 40 anos que se arriscam em um novo mercado com grande oportunidade de negócio.

O empreendedor que decide se arriscar no mercado digital deve entender toda a específica de do negócio e do mercado em que se encontra.

Para que a área de marketing de um negócio digital consiga basear suas ações em performance ela deve utilizar dados captados do mercado e setor que atua

Perfil do empreendedor

▼ Capacidade de planejamento

A capacidade de planejamento é essencial para qualquer empreendedor.

É necessário saber **aonde se está** e **aonde se quer chegar**.

É necessário **monitorar, corrigir e rever**.

Passos para capacidade de planejamento

Existem alguns passos principais:

- **Iniciativa** → vontade de fazer o negócio acontecer
- **Persistência** → capacidade de se adaptar sem desistir com as frustrações
- **Buscar informações** → buscar as informações que faltam para se desenvolver
- **Visão empreendedora** → visualizar o ambiente de forma macro e ampla do negócio

Algumas citações de grandes empreendedores:

Capacidade de planejamento

“
Estou convencido de que aproximadamente metade do que separa empreendedores de sucesso dos que acabam falhando é pura perseverança.”

Steve Jobs
Em entrevista de 1995 no The Computerworld Smithsonian Awards.



“
Eu errei mais de 9000 arremessos na minha carreira; errei quase 300 jogos. Em 26 vezes confiaram em mim para fazer a cesta da vitória e eu errei. Eu falei e novo, de novo e de novo na minha vida. E é por isso que obtive sucesso.”

Michael Jordan
No livro “Nike Culture: The Sign of the Swoosh”.



“
O fracasso é um evento, não uma pessoa. O ontem terminou na noite passada.”

Zig Ziglar
No livro “See You At The Top”.



“
Toda adversidade tem a semente de um benefício equivalente ou ainda melhor.”

Napoleon Hill
No livro “Success Through a Positive Mental Attitude”.



▼ Capacidade analítica

A capacidade analítica é composta de algumas características:

- **Capacidade de realização** → capacidade de destrinchar e executar grandes planos
- **Habilidade de persuasão e relacionamento** → nada se faz sozinho, importante saber se relacionar e persuadir
- **Administradores** → saber administrar tudo isso
- **Visão inovadora** → ser capaz de inovar, pensar fora da caixa
- **Realizadores** → ser capaz de executar o que deve ser feito

Alguns dados das empresas já existentes:

61%

não procuraram
ajuda de pessoas
ou instituições
para abertura do
negócio

55%

não planejaram
como a empresa
funcionaria em sua
ausência (p. ex.:
férias)

55%

não elaboraram
um plano de
negócios

mais da metade não realizou o planejamento de itens básicos antes do
início das atividades da empresa

2

▼ Liderança e motivação

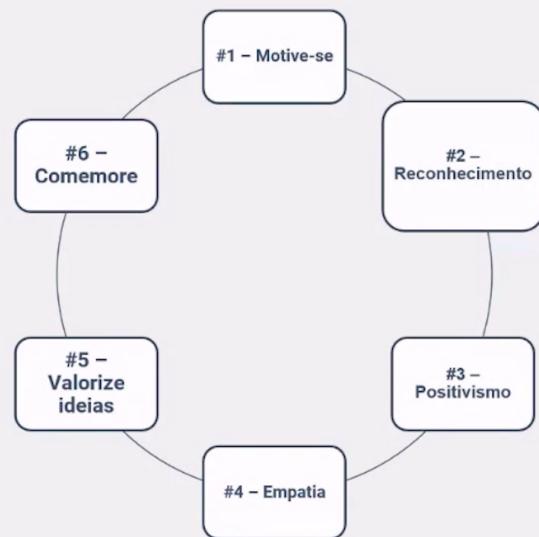


Um **bom líder** sabe conquistar respeito da equipe e um **bom empreendedor** sabe identificar oportunidades e transformá-las em uma organização lucrativa

Liderança / Motivação

Um bom líder sabe conquistar o respeito da equipe e um bom empreendedor sabe identificar oportunidades e transformá-las em uma organização lucrativa.

O empreendedor acaba se tornando um líder, pois para atuar no mercado com uma atividade própria, é necessário desenvolver as habilidades de liderança, como empatia, persuasão, autoconfiança, aprender a dar e receber feedbacks, ser o exemplo, dentre muitas outras.



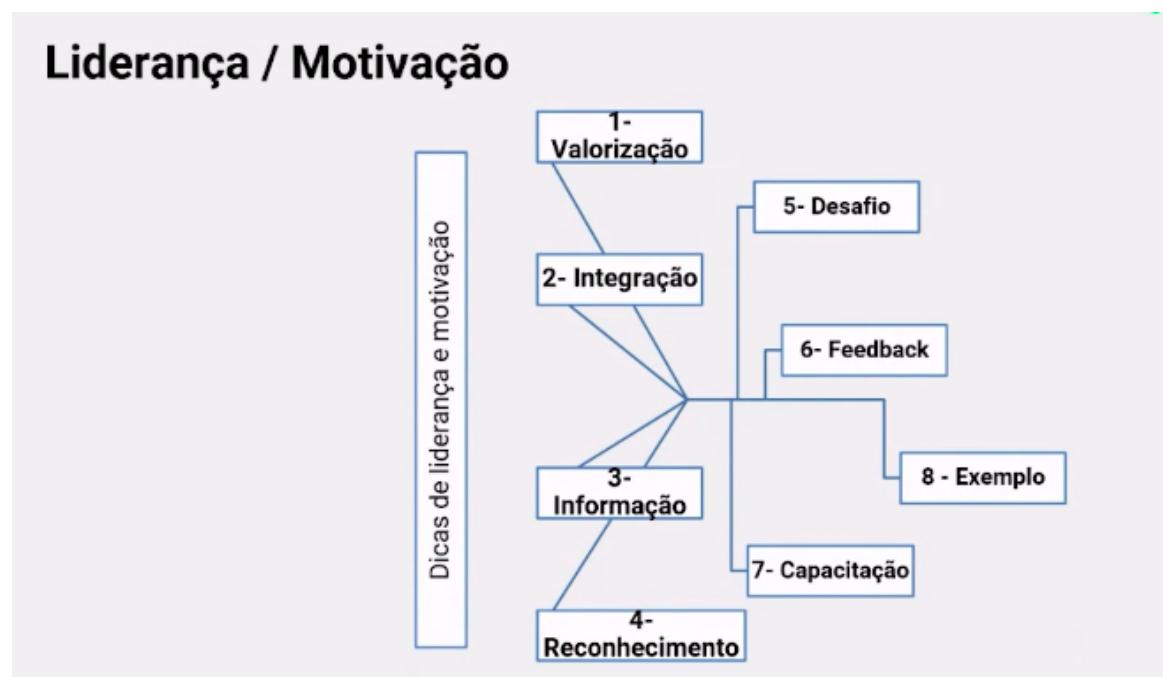
O empreendedor deve se tornar um líder, pois no mercado é necessário desenvolver habilidades de liderança como empatia, persuasão,

autoconfiança e aprender a dar e receber feedbacks.

Um bom líder e empreendedor precisa desenvolver certas características:

- **Motivação** → é necessário ser motivado para ser um bom líder
- **Reconhecimento** → é necessário dar reconhecimento para seus colaboradores
- **Positivismo** → capacidade de ser positivo com relação aos desafios alcançados ou não

Outros itens são:



Liderar não é impor, é despertar nos outros a vontade de fazer

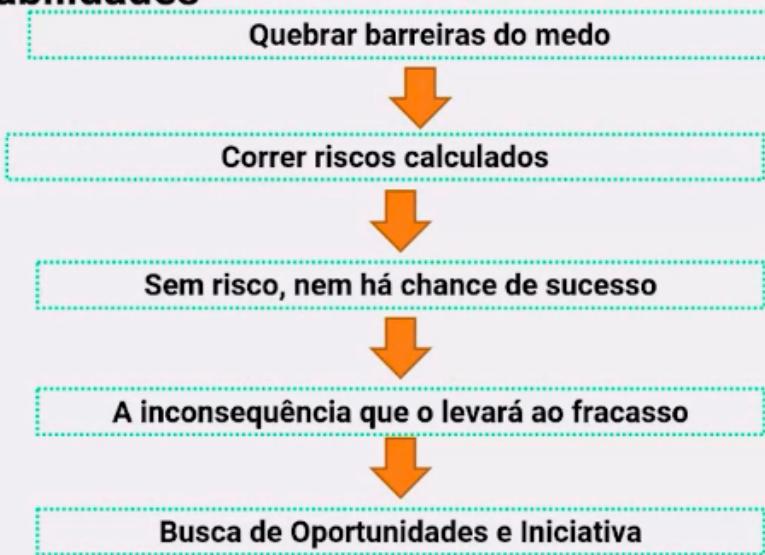
▼ **Capacidade de calcular riscos e assumir responsabilidades**

Capacidade de calcular riscos e assumir responsabilidades

Talvez essa seja a característica mais conhecida dos empreendedores. Mas o verdadeiro empreendedor é aquele que assume riscos calculados e sabe gerenciar o risco, avaliando as reais chances de sucesso. Assumir riscos tem relação com desafios. E para o empreendedor, quanto maior o desafio, mais estimulante será a jornada empreendedora.



Capacidade de calcular riscos e assumir responsabilidades



▼ Texto: Perfil do empreendedor

▼ PDF

03 - Empreendedorismo E Criação De Novos Negócios.pdf

A abertura de um novo negócio deve estar alinhado às necessidades do mercado e disponibilidade de envolvimento do empreendedor.

Enquanto alguns buscam ser seu próprio chefe outros buscam mais renda ou possibilidade de impacto no mercado em que atuam.

Sendo empreendedor no Brasil

▼ Estabelecimento de metas

Ser empreendedor é muito mais que ter vontade de chegar no topo, é conhecer a montanha e o tamanho do desafio. Saber os detalhes da subida, melhores ferramentas, se preparar fisicamente, etc.

Estabelecimento de metas

ESTABELECER UMA META é muito importante, pois especificar as condições, o tempo e aonde se quer chegar é um dos primeiros passos para o sucesso. Para atingir sua meta é interessante criar estratégias.

Por que é preciso estabelecer metas?

O que você pretende conquistar?

Essa meta é atingível?

Como estão aparecendo os resultados?

Tenho um plano de ação pra minha meta?

Estabelecimento de metas

Estabelecer Metas e Objetivos que são desafiantes e têm significado pessoal;

Ter visão de longo prazo, clara e específica

Estabelecer objetivos de curto prazos e mensuráveis.

▼ Exigência de qualidade e eficiência

Qualidade atrelada ao preço atrai muito os clientes.

A qualidade tem um ingrediente a mais, apesar do preço ser mais atraente na primeira opção.

Por exemplo, ao atrelar um cliente ao preço, ao cliente reutilizar o produto as vezes ele desiste, mas atrelado à qualidade ele dificilmente abrirá mão.

Exigência de qualidade e eficiência

A busca pela qualidade deve ser um dos principais norteadores da atividade de qualquer empreendedor, pois, na conquista de clientes a qualidade se destaca como um grande instrumento na atração e retenção de clientes (SERTEK, 2013). O termo qualidade é conceito subjetivo, pois, ela pode ser entendida por uma pessoa de uma forma e por outra pessoa com significado diferente, sendo assim, é fundamental que o empreendedor comprehenda quais são os aspectos relacionados a qualidade que mais são valorizados pelos seus clientes.

Toda empresa deve buscar se destacar na qualidade ao entrar em um mercado para que seus clientes tenham atração em relação aos concorrentes.

Ao entrar em um novo mercado, qualquer empresa deve buscar oferecer a máxima qualidade que lhe for possível visando se destacar perante seus clientes, assim, é importante elaborar um plano em que os seus produtos e serviços atendam as três características básicas da qualidade:

Produtos e serviços devem atender à 3 características básicas da qualidade:

- **Grau em que um produto ou serviço atende às necessidades do cliente** → produtos que buscam resolver necessidades e problemas reais
- **Adequação ao uso** → produtos que são flexíveis para o uso dos clientes
- **Conformidade com os requisitos** → aquilo que seu cliente requer do produto se encontra nele

Exigência de qualidade e eficiência

Grau em que um produto ou serviço atende as necessidades dos clientes

Adequação ao uso

Conformidade com os requisitos

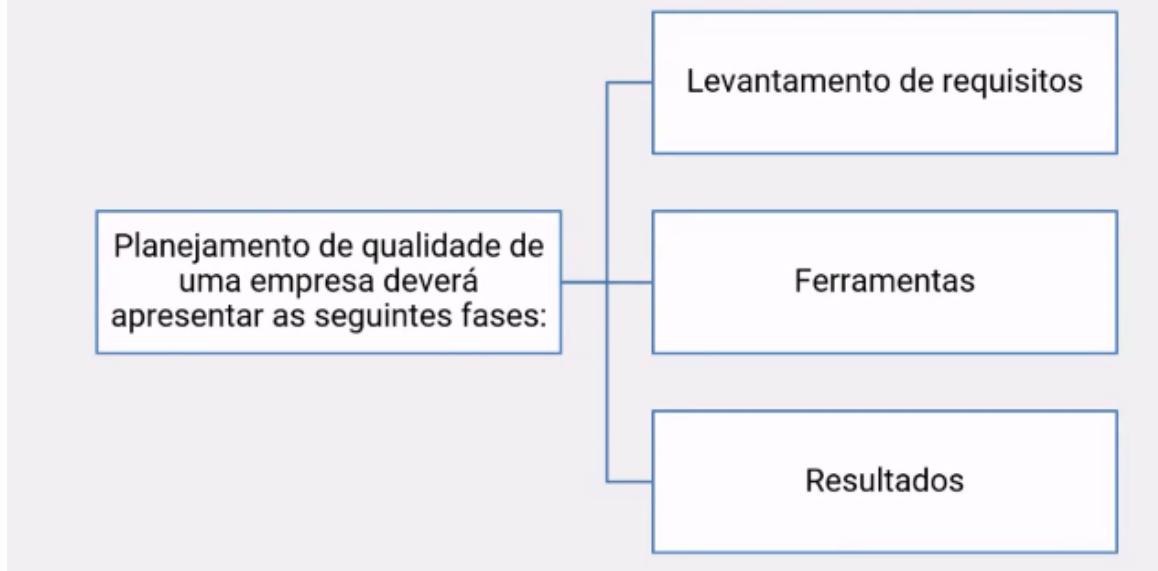
Figura 3: Características básicas da qualidade

Exigências de qualidade e eficiência

Se tratando de qualidade e eficiência existem algumas exigências nas fases de uma empresa que busca apresentar planejamento na qualidade:

- **Levantamento de requisitos** → pesquisas de mercado para entender os desejos e anseios dos clientes
- **Ferramentas** → formulários, softwares para saber a exigência dos clientes
- **Resultados** → os resultados a partir daquilo que os clientes desejam

Exigência de qualidade e eficiência



Eficiência x Eficácia x Efetividade

Ao buscar ser eficiente é importante entender a diferença entre eficiência, eficácia e efetividade, de forma que:

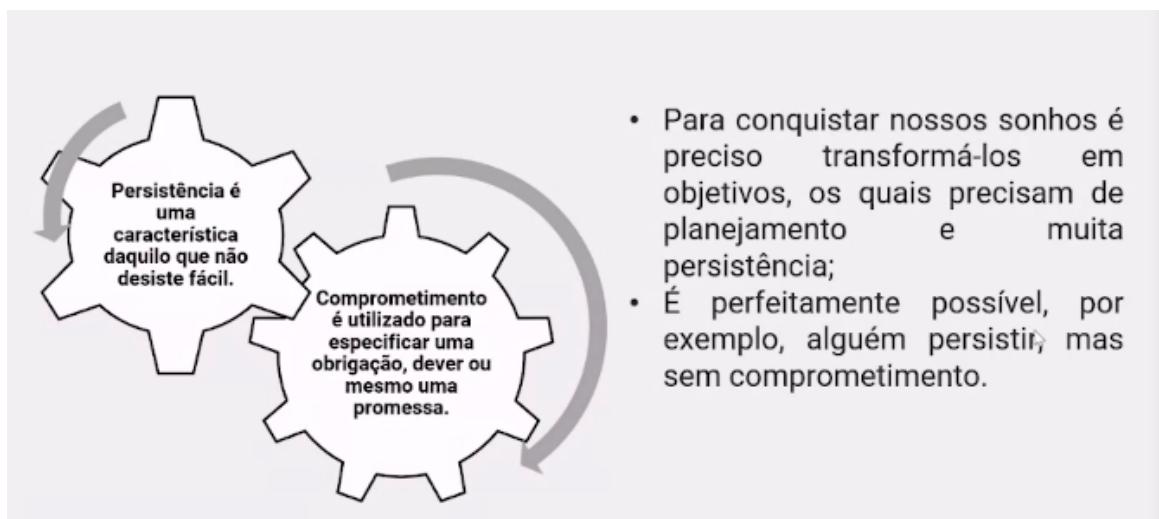
- **Eficiência** → algo que consegue o melhor rendimento com o mínimo de erros e / ou desperdícios
- **Eficácia** → possui relação direta com o que produz resultado e determinado efeito, ou seja, algo que resolve o problema proposto
- **Efetividade** → é a capacidade de fazer algo (eficácia) e da melhor maneira possível (eficiência)

Conceito	Característica
Eficiência	É a virtude ou a característica de (alguém ou algo) ser competente, produtivo, ou ainda, de conseguir o melhor rendimento com o mínimo de erros e/ou dispêndios.
Eficácia	É a virtude ou poder de (uma causa) produzir determinado efeito, ou seja, a eficácia está relacionada com o resultado da ação. A eficácia possui relação direta com a qualidade ou caráter do que é eficaz dentro das organizações.
Efetividade	Está relacionado ao impacto que as tomadas de decisões têm de ser eficientes e eficazes, portanto, efetividade é a capacidade de fazer uma coisa (eficácia) da melhor maneira possível (eficiência).

▼ Persistência e comprometimento

Persistência é a característica daquilo ou daquele que não desiste fácil

Comprometimento é utilizado para especificar a obrigação, dever ou uma promessa



Para conquistar nossos **sonhos** é preciso transformá-los em **objetivos**, ou seja, precisam de planejamento e muita persistência.

É possível também alguém persistir sem comprometimento, pois a insistência sem comprometimento se baseia em oscilação.

Estar comprometido é ter um **compromisso sério com seus clientes**, colaboradores e consigo mesmo.



Comprometimento envolve **sacrifícios pessoais**, mão na massa e honra, ou seja, exige abrir mão de muitas questões pessoais, colocando os objetivos acima de alguns outros valores.

Alguns tópicos envolvendo comprometimento e persistência:

- Ser persistente
- Capacidade de correr riscos calculados
- Ter iniciativa

- Exigir qualidade dentro do negócio
- Buscar (des)aprender → sempre que identificar problemas nos aprendizados
- Estabelecer metas realizáveis → de forma que não perca o foco e conclua o proposto
- Ter uma ampla rede de contatos

▼ Persuasão e rede de contatos

Persuadir significa convencer. É a capacidade de despertar interesse e necessidade em determinado cliente.

O empreendedor sempre escolhe as melhores estratégias para convencer seus clientes.

Persuadir = Convencer

Persuasão é a capacidade do Empreendedor de **despertar o interesse e a necessidade em um determinado cliente**, transmitindo informações sobre produtos ou serviços que atendam à necessidade deste cliente, realizando assim a venda.

O empreendedor sempre escolhe as melhores estratégias para convencer os outros sobre suas ideias.

O que você costuma fazer para convencer os outros?

– Brigar?

– Usar o método GA = Goela Abaixo?

– Sensibilizar?

– Vender a ideia?

Persuasão e rede de contatos

A rede de contatos é o famoso network.

Ao fazer conexão com pessoas chave você pode gerar oportunidades e valores pra sua empresa.

Com uma rede de contatos você:

- Detecta possibilidades
- Cria oportunidades
- Assume riscos inerentes

Persuasão e rede de contatos

Rede de Contato = Network

Fazer conexões significativas com pessoas-chave pode gerar oportunidades e valor para a sua empresa. A persuasão e rede de contatos são características do Comportamento Empreendedor (CCE) que favorece sua capacidade de persuadir e influenciar os outros, resultando em bons frutos para o seu negócio.

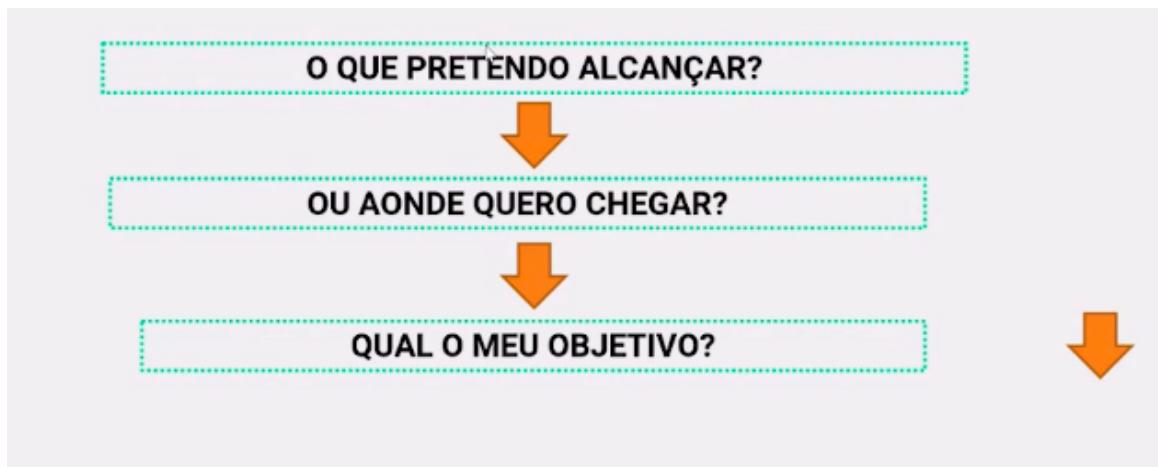
1 – Detecta possibilidades

2 – Cria oportunidades para faturar sobre ela

3 – Assume os riscos inerentes.

Perguntas que devem ser feitas ao construir uma rede de contatos incluem:

- O que pretendo alcançar? → o que eu quero com essa rede que irei criar
- Aonde quero chegar?
- Qual meu objetivo?



Na negociação e persuasão de negócios existem riscos inerentes e o resultado pode ser:

- Ganha - perde
- Perde - ganha
- Ganha - ganha
- Perde - perde

A Persuasão é uma das grandes formas de utilização do Poder e para algumas pessoas esta característica é algo fácil de ser aplicado, algo inato.

Ganha-Perde
Perde-Ganha
Ganha-Ganha
Perde-Perde

▼ Texto: Sendo empreendedor no Brasil

▼ PDF

[04 - Sendo empreendedor no Brasil.pdf](#)

Crise e oportunidades no empreendedorismo

▼ Conceitos e definições sobre crise e oportunidades

A crise traz insegurança para investimentos, principalmente os de maior risco.

CRISE

- Insegurança em relação a investimentos, principalmente os de maior risco;
- Possível aversão à aglomerações e locais cheios de gente;
- Maior exigência por eficiência e rapidez por parte do atendimento das empresas.



Em meio a tantas **crises** estão as **oportunidades**

Nós enxergamos o lado bom das coisas: o copo meio cheio.
Em tempos de crise, nós não economizamos ideias.

Teoria das forças futuras

Crises econômicas surtem efeito em diversas áreas, tais como:

1. **Distribuição de renda** → em crises a distribuição de renda muitas vezes acaba mudando
2. **Educação** → afeta a maneira de estudar, migrando pra diversas alternativas
3. **Infraestrutura** → se re-adequa às necessidades da população
4. **Governo** → mudanças regulatórias
5. **Economia** → incertezas econômicas, alta taxa de desemprego

6. **Saúde pública** → necessidade de implementação de novas políticas e normas
 7. **Meio ambiente** → menos ou poluição
 8. **Tecnologia** → permeia todas as outras forças
-

Conceitos e definições

Empresas como Uber e Airbnb se aproveitaram de crises para se manter competitivas.

Além disso, existem certas áreas que podem se beneficiar de algumas crises, como ramos de:

- Produtos essenciais
- Agregados
- Adiáveis
- Dispensáveis

			
Essenciais Produtos e serviços fundamentais à compra subsistência e ao bem-estar. Exemplo: alimentação, vestuário e saúde.	Agrados Fonte de prazer cuja imediata é tida como justificável. Exemplo: brinquedo, perfume, flor.	Adiáveis Coisas necessárias ou consideradas desejáveis cuja compra pode ser adiada.	Dispensáveis Coisas desnecessárias. Exemplo: comer fora.

▼ Ideia x Oportunidade de negócio

Uma ideia é diferente de uma oportunidade de negócio, em medida que uma **ideia não precisa ser economicamente viável**.

Em geral uma ideia é **espontânea** e pode se tornar uma **oportunidade**.

Uma oportunidade nasce quando um **nicho não está sendo atendido** de maneira satisfatória.

Ideia não precisa ter o compromisso de ser viável economicamente. Em geral, ela surge espontaneamente, nasce da criatividade e pode se tornar uma oportunidade. A oportunidade é quando determinado aspecto de um nicho de mercado não está sendo atendido de maneira satisfatória.

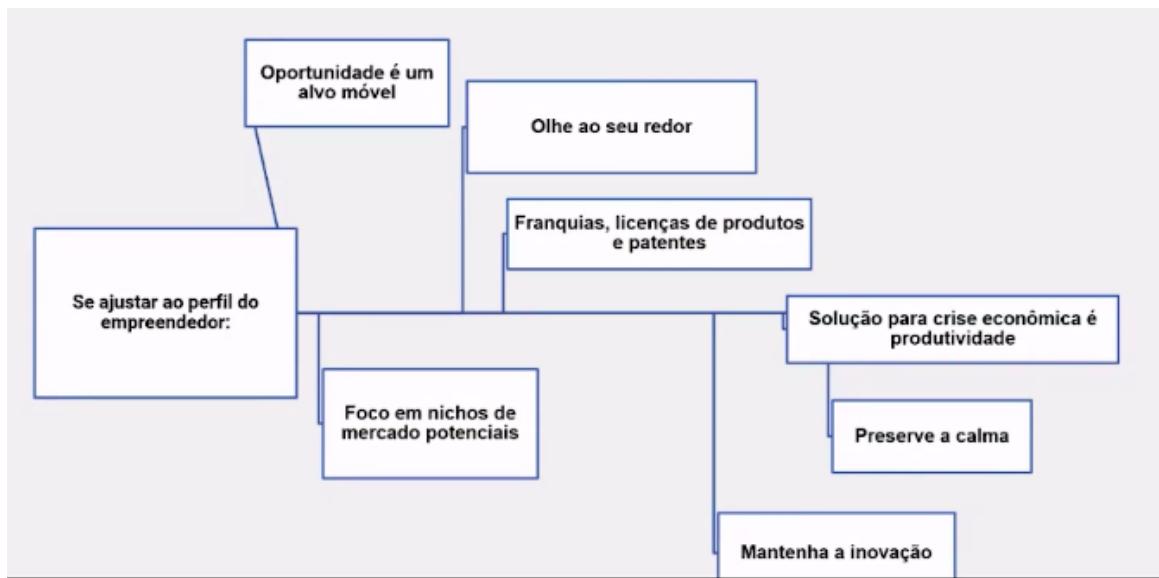


Como a oportunidade aparece?

Ideia e oportunidade não são exatamente a mesma coisa. Aliás, existem muitas ideias, mas não significa que podem ser, de fato, concretizadas. Por isso, é preciso estar atento, analisar o cenário desejado de uma forma ampla, para verificar se a ideia que você tem ou fisgou de algum lugar pode vir a se tornar uma oportunidade de sucesso.

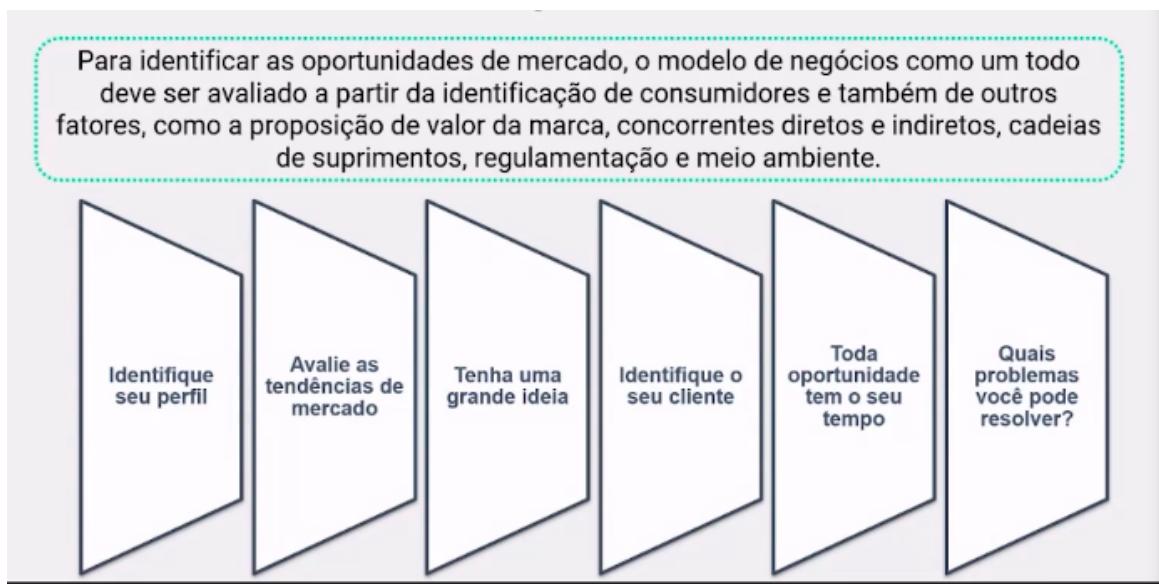
A **oportunidade é um alvo móvel** e deve se **ajustar ao perfil** do empreendedor, ou seja, **para ser capaz de opinar sobre saúde é importante que o empreendedor faça parte deste meio.**

Também é importante **olhar ao redor**, ter foco em **nichos potenciais** e ter franquias ou licenças de produtos.



▼ Técnicas de Identificar oportunidades

Para identificar oportunidades é necessário avaliar a identificação de consumidores e outros fatores como proposição de **valor de marca**, **concorrentes diretos** e **indiretos**, cadeia de **suprimentos**, **regulamentação** e **meio ambiente**.



Diante de oportunidades é importante ter certas coisas claras, como:

- **O perfil de empreendedor que você se encaixa** → você arrisca mais? É mais analítico? Mais entendedor?

- **As tendências do mercado** → o que o mercado está precisando ou pedindo
 - **Uma ideia grande** → ter uma ideia atraente que provoque interesse
 - **Identificar o cliente** → ter clareza de quem é o público alvo
 - **Toda oportunidade tem seu tempo** → algumas ideias boas podem ser aproveitadas em outros momentos para ter mais impacto
 - **Que problemas busca resolver?** → oportunidades de negócio nascem de dores dos consumidores, como por exemplo bikes e patinetes de aluguel para uma cidade com problemas de deslocamento
-

Segmentação de consumidores

Também existem análises mais externas para ter sucesso na empreitada, como:

- **Segmentação dos consumidores** → qual segmento / recorte de consumidores o negócio vai focar
- **Análise da situação de compra** → quando e porquê o público busca seu produto
- **Análise dos concorrentes diretos** → ao saber quem são os concorrentes possibilita benchmark para saber onde focar para ter diferencial
- **Análise de concorrentes indiretos** → observar possíveis concorrentes indiretos que competem por espaços de forma indireta, por exemplo, para um restaurante um serviço de entrega de comida caseira que impede o consumidor de ir até seu local de venda
- **Análise de produtos e serviços complementares** → importante se manter informado dos produtos agregados que contribuem com o seu negócio

Técnicas de Identificar oportunidades

Para identificar as oportunidades de mercado, o modelo de negócios como um todo deve ser avaliado a partir da identificação de consumidores e também de outros fatores, como a proposição de valor da marca, concorrentes diretos e indiretos, cadeias de suprimentos, regulamentação e meio ambiente.

Segmentação de consumidores

Análise das situações de compra

Análise dos concorrentes diretos

Análise dos concorrentes indiretos

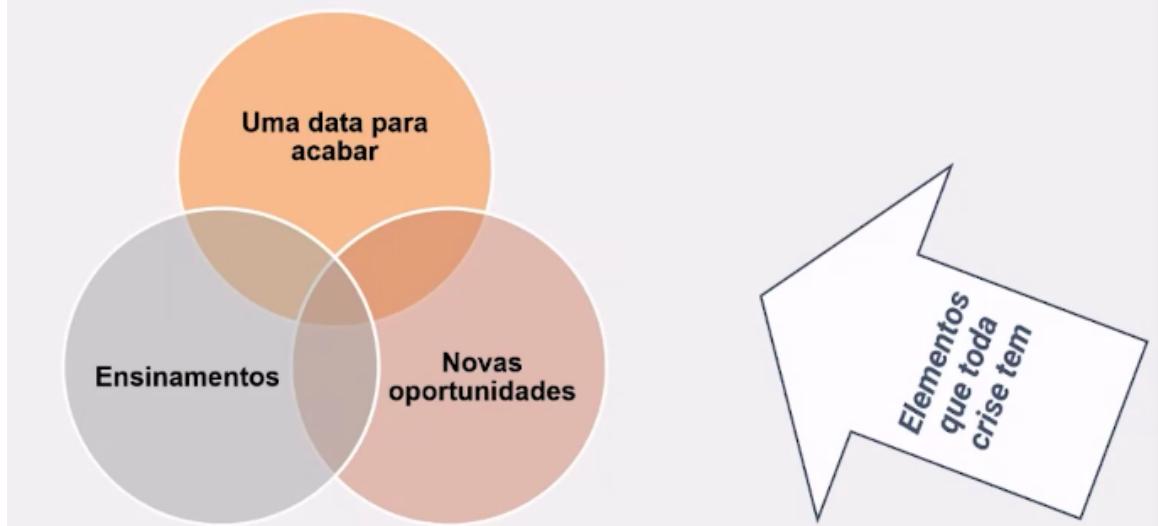
Análise de produtos e serviços complementares

▼ Em toda crise pode haver oportunidades

Elementos que toda crise possui incluem:

- **Uma data para acabar** → toda crise inicia e acaba
- **Novas oportunidades** → toda crise gera oportunidades
- **Ensinamentos** → toda crise serve de aprendizado

Em toda crise pode haver oportunidades



As atividades econômicas são **cíclicas**, entre altos e baixos. Cabe aos gestores ficarem atentos para aproveitar e fazer os ajustes necessários para as melhores oportunidades.

O **marketing** é quase sempre um dos **primeiros cortes de gastos**, mas pode ser uma escolha ruim, pois em momentos de crise uma empresa que se estabeleceu de forma contrária ao que a crise afeta pode precisar se reinventar para seus clientes.

Autoconhecimento e empreendedorismo

Para empreender é importante ter autoconhecimento também, certos tópicos auxiliam no desenvolvimento de bons negócios.

Algumas lições de autoconhecimento incluem:

1. **Seja para depois ter** → seja o que precisa ser para conquistar o que deseja
2. **Conheça-se emocionalmente** → mapeie suas emoções e seu perfil para ajudar no foco dos objetivos
3. **Aprenda com os erros** → esteja aberto para aprender com os erros
4. **Tenha a si mesmo como parâmetro (e não os outros)** → não pense no negócio dos demais, foque nos seus objetivos
5. **Adapte-se para as novas oportunidades** → esteja sempre aberto e flexível



▼ Texto: Crise e oportunidades no empreendedorismo

▼ PDF

[05 - Crise e oportunidades no empreendedorismo.pdf](#)

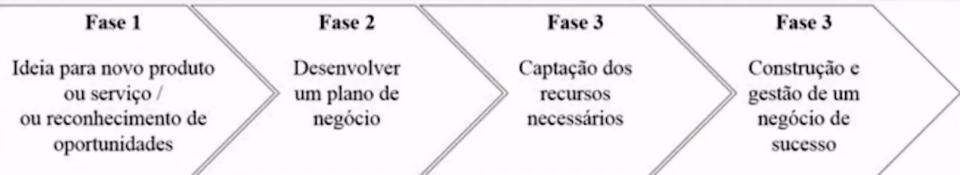
Mapeando oportunidade de negócios

▼ Processo Empreendedor

O processo empreendedor é o processo através do qual uma ou mais pessoas poem em marcha uma idéia de negócio.

Processo através do qual uma ou várias pessoas agrupadas sob uma forma jurídica, após um período de maturação - preferencialmente através da elaboração de um plano de negócios, põem em marcha uma ideia de negócio.

O processo empreendedor consiste em organizar todas as etapas da criação e desenvolvimento de um negócio antes de colocá-lo efetivamente em prática. Pensando nisso, o futuro empresário deve ter em mente tudo que precisa saber para abrir uma empresa, compreender quais são os seus trâmites burocráticos e também como administrar seu empreendimento de forma assertiva.



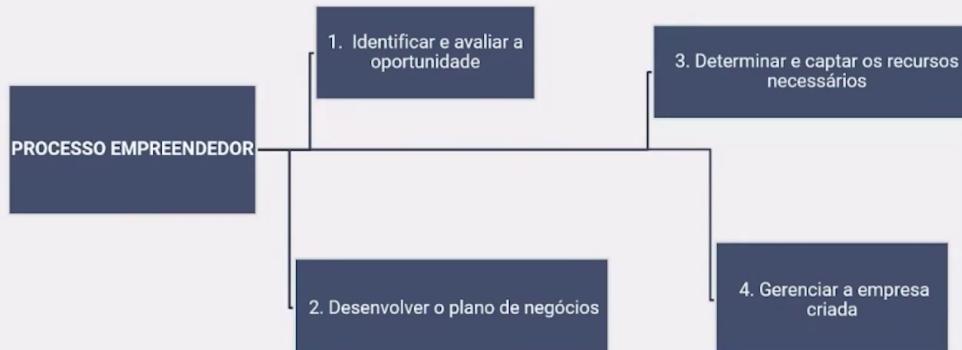
Empreender é inato ou treinável?

Tudo envolvendo empreendedorismo pode ser treinável.

Algumas questões que devem ser desenvolvidas para se tornar empreendedor são:

1. A capacidade de identificar e avaliar uma oportunidade
2. Desenvolver o plano de negócios
3. Determinar e captar recursos necessários
4. Gerenciar a empresa criada

Uma pergunta para vocês: Empreender é uma capacidade inata ou é possível aprender a empreender?



▼ Ideia e oportunidade

Uma boa ideia é o princípio de um projeto que pode se materializar em um plano concreto.

Por isso é importante lapidar e selecionar somente boas ideias para execução.

Podemos ter em mente um funil de ideias:

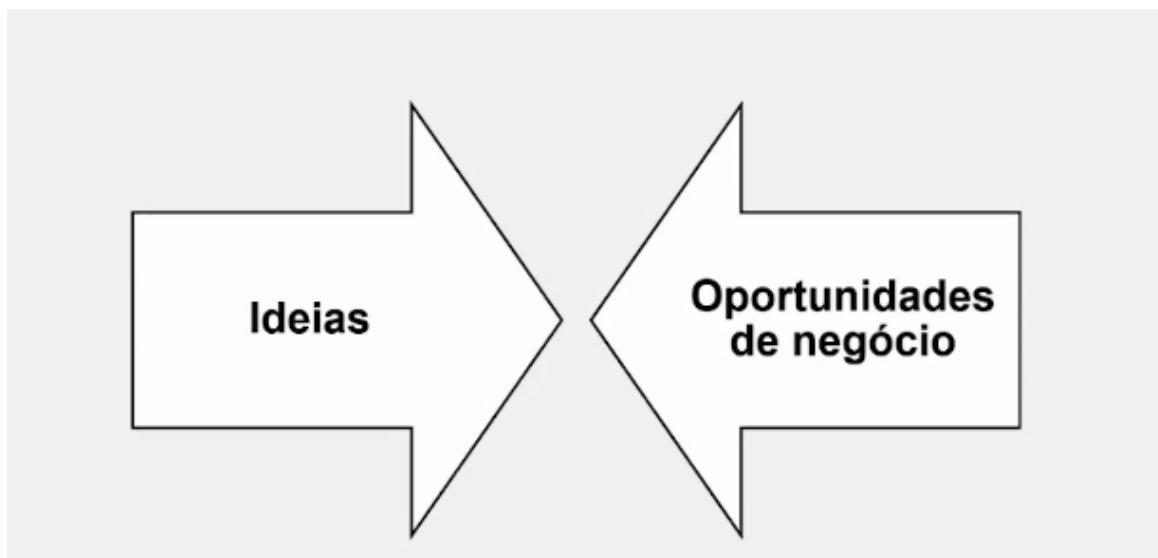


A ideia é podar as ideias que não se alinham com os caminhos desejados para o negócio e focar nas que acrescentam.

Alguns pontos sobre ideias são que:

- Elas precisam ser relevantes para um grupo de pessoas
- Precisam viabilidade técnica, financeira entre outros
- Devem estar de acordo com as prioridades da empresa
- É necessário ter pontuação do impacto que a ideia trará

Lembrando que uma ideia não necessariamente é uma oportunidade de negócio, e vice e versa.



▼ Fontes de novas ideias

Os empreendedores de sucesso sempre buscam novas ideias de negócio.

Algumas características de bons empreendedores são:

- **Ser curioso e questionador** → buscar entender erros e acertos de outros negócios
- **Novas ideias só surgem quando a mente está aberta** → é necessário estar flexível e antenado ao ambiente para captar novas ideias
- **Informação é a base de novas ideias** → necessário se manter informado sempre para ter novas ideias

Os empreendedores de sucesso são diferentes: estão sempre atrás de novas ideias de negócios e de verdadeiras oportunidades de mercado, ficando atentos a tudo que ocorre em sua volta.

Ser curioso e questionador

Novas ideias só surgem quando a mente da pessoa está aberta

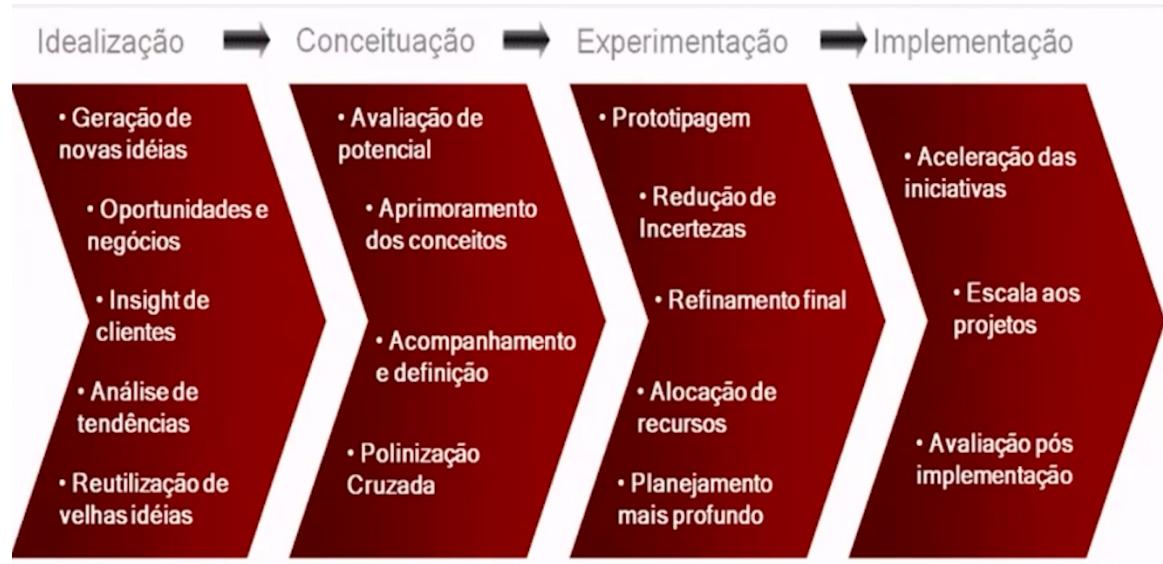
Informação é a base de novas ideias

BRAINSTORMING

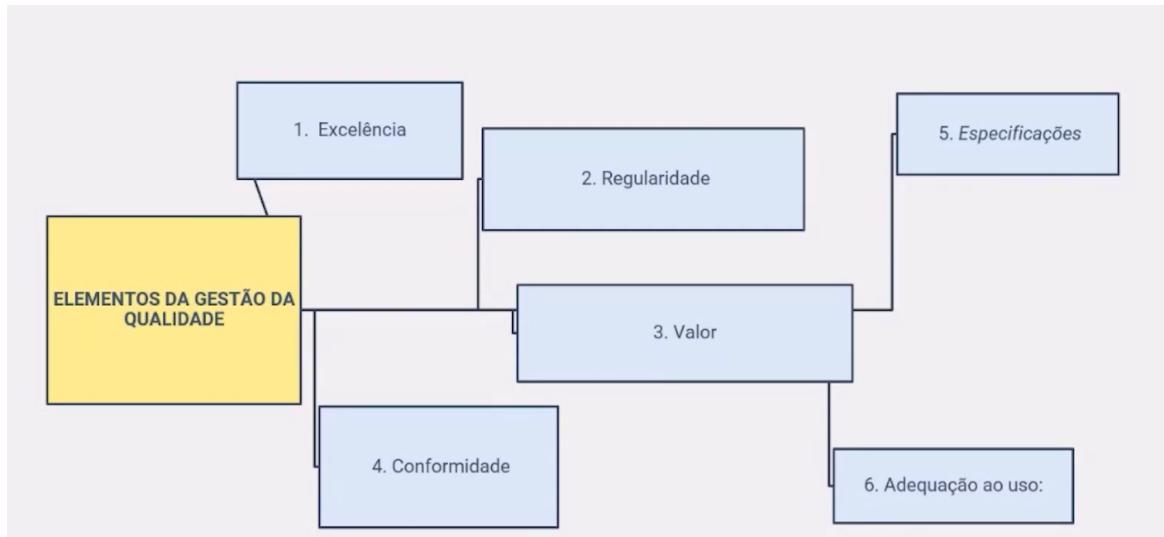


Para ter novas ideias de sucesso devemos primeiro idealizar, depois conceituar, depois experimentar e então implementar.

Em cada uma dessas etapas existem sub-etapas que contribuem para o sucesso entre elas.



Ideias podem partir de certos pilares, como os da imagem abaixo:



▼ Análise dos concorrentes diretos e indiretos

Existem dois tipos de concorrentes, os diretos e indiretos.

Os dois tipos de concorrentes se diferenciam de forma que:

- **Concorrentes diretos** → buscam o mesmo público alvo e tem a mesma oferta de valor
- **Concorrentes indiretos** → possuem o mesmo público alvo, mas possuem ofertas e valores diferentes

Por exemplo, um restaurante tem como concorrente direto outro restaurante, mas como concorrente indireto um fornecedor de marmitas que leva a comida até a casa de seus consumidores.

Para identificar os concorrentes, devemos:

- **Fazer pesquisa de mercado**
- **Fazer pesquisa exploratória**

A importância de conhecer seus concorrentes

Como observar a concorrência

Pesquisa de mercado

Pesquisa exploratória

Como se proteger de falsas interpretações

▼ Texto: Mapeando oportunidade de negócios

▼ PDF

[06_mapeando_oportunidades_de_negocios.pdf](#)

Recursos tecnológicos no empreendedorismo

▼ Softwares disponíveis no mercado no auxílio à criação de novas empresas

Softwares disponíveis no mercado no auxílio à criação de novas empresas

- Segundo dados da ABES (Associação Brasileira de Empresas de Software), o Brasil já é o 9º maior mercado de softwares e serviços de TI do mundo, com previsão de crescimento contínuo nos próximos anos

Um software de gestão empresarial é uma necessidade, não um luxo

Automatizar processos não significa apenas economizar tempo, mas também tem impacto na agilidade e qualidade na execução das tarefas, na redução de custos e, principalmente, no auxílio para tomada de decisão.

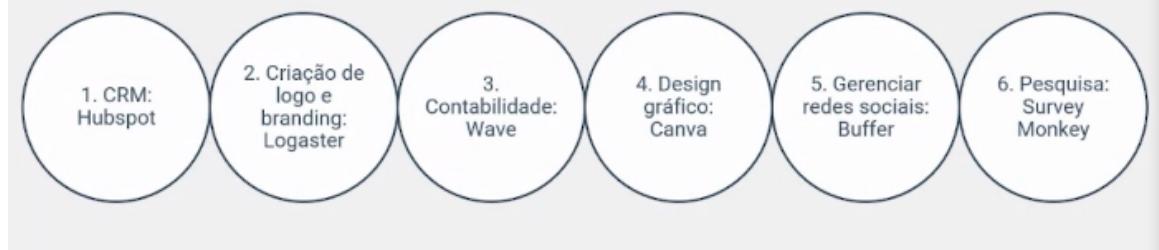
Vantagens de softwares de gestão:

- Melhora na comunicação
 - Alinha funcionários às métricas
 - Informações seguras e consolidadas
 - Reduz a dependência de consultorias
-

Softwares interessantes para empresas

- CRM, exemplo, Hubspot
- Criação de logo e branding, logaster
- Contabilidade, Wave
- Design gráfico, canva
- Gerenciar redes sociais, buffer
- Pesquisa, Survey monkey

Softwares disponíveis no mercado no auxílio à criação de novas empresas



▼ Planilhas no desenvolvimento de novos negócios

Planilhas no desenvolvimento de novos negócios

- Empreender não é só ofertar bons produtos e serviços, mas gerenciar gastos, lucro, investimentos.
- Ter atenção e paciência para lidar com os desafios do dia a dia não é tarefa fácil. Principalmente se ainda não há o cuidado de se organizar mensalmente, semanalmente e até diariamente, para resolver os problemas da empresa.
- Gestão apaga fogo ! Sem planejamento.

A meritocracia é um sistema baseado no mérito.

▼ Análise 360º

Análise 360 fornece uma visão fácil e objetiva de se uma ideia é lucrativa ou não e se é factível ou não.

Dentre as ferramentas holísticas, temos a Análise 360º, que, de acordo com Oliveira (2020, online), representa uma ferramenta com capacidade de [...] auxiliar o empreendedor na decisão de seguir em frente no desenvolvimento de uma ideia de produto ou negócio. A análise 360 fornece uma visão fácil e objetiva da possibilidade de sucesso de sua ideia, isto é, se ela será lucrativa ou não".

O que a análise 360º deve responder ?

O que uma análise 360º busca responder?

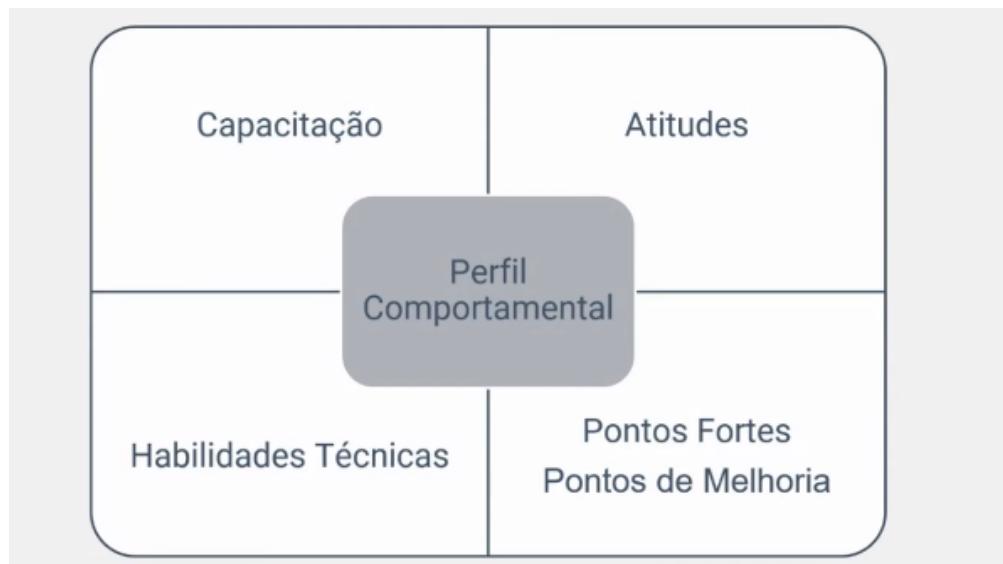
Para análise 360 graus é necessário ter uma resposta para:

1. A ideia que você tem faz parte da sua paixão? Ou seja, parte de uma solução e não de um produto.
2. Sua ideia tem um desafio intelectual? Ela te leva a se manter evoluindo a médio e longo prazo?
3. Seu negócio tem uma possível grande demanda? A demanda será suficiente para suprir expectativas de ganhos?

- Sua ideia faz parte de sua paixão? Ou seja, se faz parte de sua paixão, sua ideia não será apenas um produto, mas será parte de uma solução.
- Sua ideia tem um desafio intelectual? Ou seja, ela o motivará a médio e longo prazo? Você deve entender que deverá continuar estudando o problema para evoluir constantemente seu produto.
- Seu negócio ou produto tem uma possível grande demanda? Ou seja, a demanda será suficiente para suprir sua expectativa de ganhos? (OLIVEIRA, 2020, online)

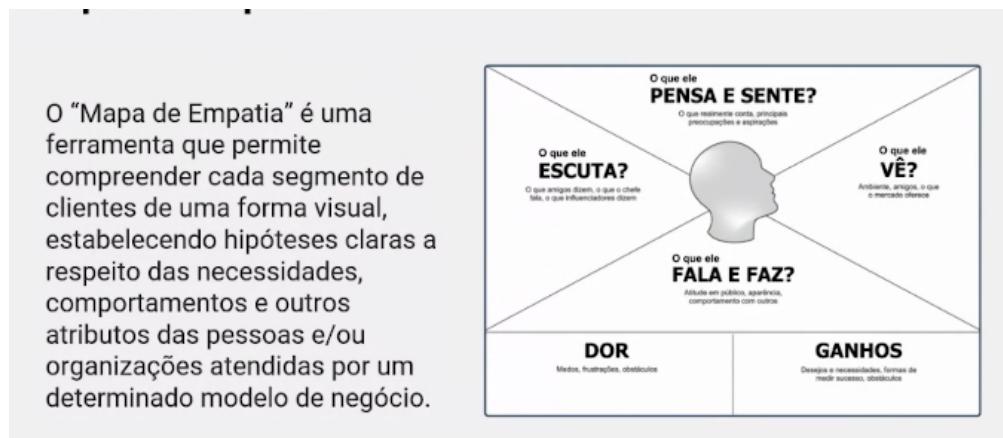
A análise 360 dos aspectos externos consiste em identificar os problemas do mercado e como sua ideia impactará nesse universo de problemas. Então, esse deve ser o norte de sua ideia, identificar o problema que sua ideia irá resolver e se as pessoas estão dispostas a pagar para receber essa solução.

- O cliente perceberá o benefício de seu produto? Isto é, o cliente irá enxergar de forma clara o benefício de seu negócio ou produto?
- Quantas pessoas estão dispostas a gastar com sua solução? Isto é, você atingirá um público local, regional, nacional.
- Qual a possibilidade de ganhos com seu negócio ou produto? A resposta desta pergunta está relacionada a questão anterior referente ao valor agregado de sua solução
- O quanto diferenciado ou inovador é? Ou seja, seu produto é diferente do que existe no mercado? Ou é algo que ainda não existe, inovador. (OLIVEIRA, 2020, online)



▼ Mapa de empatia

Mapa de empatia ajuda a criar segmentos para os comportamentos e necessidades de clientes.



O mapa é dividido em 2, onde a parte de cima busca responder perguntas do seu cliente e a parte de baixo busca entender o problema / solução.

Parte de cima:

- O que pensa ou sente? →
- O que escuta? → O que as pessoas dizem para ele? Quem o influencia com o que diz?

- O que fala e faz? → Como ele se expõe em fala e atitude? Que hábitos ele tem?
- O que vê? → O que ela enxerga quando procura um produto ou serviço? No que ela presta atenção?

Parte de baixo:

- Quais as dores do cliente? → O que incomoda os clientes? Quais desconfortos ele tem com serviços de concorrentes?
- Quais os ganhos do cliente? → O que ele busca com seus serviços? O que ele espera?

▼ Texto: Recursos tecnológicos no empreendedorismo

▼ PDF

[07_recursos_tecnologicos_no_empreendedorismo.pdf](#)

Ferramentas do Plano de Negócio

▼ A importância do Plano de Negócio

O plano de negócios servem para detalhar as práticas da concorrência para possibilitar melhorias do seu produto ou serviço.

Ele ajuda a **definir o objetivo principal** do negócio, auxiliando nas tomadas de decisão.

O plano de negócios tem a função de detalhar as práticas da concorrência, fazendo com que o empreendedor tenha ideias de melhorias para atrair mais clientes fidelizados. Definir o objetivo principal da empresa é o motivo mais utilizado para implementar o plano.

Através de pesquisas de mercado, são coletados dados importantes para a tomada de decisão da empresa. Todos os dados são inseridos no plano de negócios.



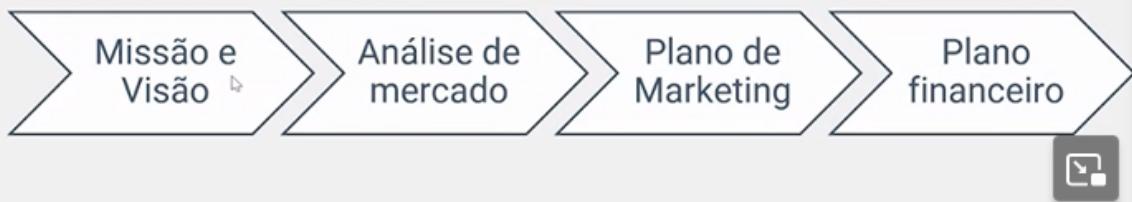
Alguns pontos importantes de planos de negócio incluem:

- Analisar **concorrentes** e práticas competitivas
- Definir a **área de atuação** / nicho do mercado
- **Viabilizar um produto** em determinado mercado
- No marketing e vendas, **analisar o público alvo** e concorrentes relevantes

O que o plano deve estabelecer?

- Missão e visão
- Análise de mercado
- Plano de marketing
- Plano financeiro

Uma empresa com visão e com missão, têm maiores chances de chegar ao sucesso.
Imaginar o futuro e traçar metas para os negócios é sempre uma ótima ideia



▼ Identifique a oportunidade

Oportunidade é uma circunstância favorável ou conveniente para que algo ocorra

Oportunidade no empreendedorismo nasce da descoberta de diferenciais competitivos a partir da **inquietação, desejo, necessidade** ou **desconforto** de algum produto ou serviço.

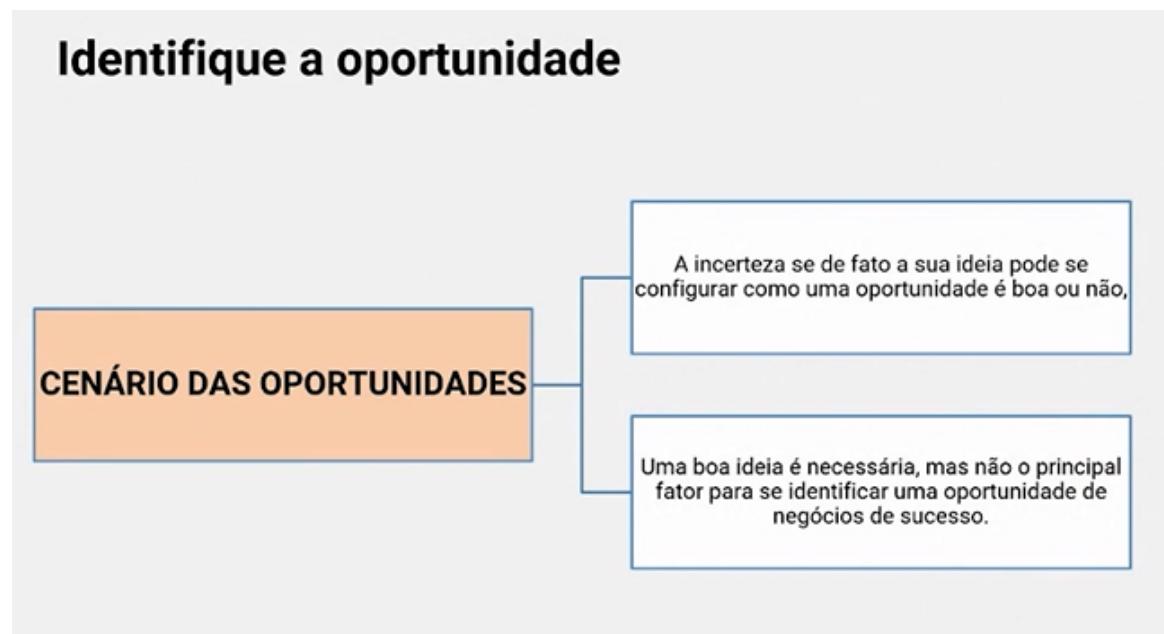
Identifique a oportunidade

Oportunidade é uma circunstância oportuna, uma situação favorável para a realização de algo ou circunstância conveniente para que algo ocorra em determinada ocasião.

Nos negócios, a oportunidade surge quando podemos oferecer um produto ou serviço que atenda a uma necessidade ou desejo de alguém. A identificação da falta de determinado produto ou serviço, o desconforto ou inquietação pessoal em torno disso, pode ser a descoberta de um nicho de mercado.



Cenário das oportunidades



Como identificar uma oportunidade

Para identificar uma oportunidade devemos partir de **quem será o consumidor**, as demais avaliações devem partir disso.

Para identificar as oportunidades de mercado, o modelo de negócios como um todo deve ser avaliado a partir da identificação de consumidores e também de outros fatores, como a proposição de valor da marca, concorrentes diretos e indiretos, cadeias de suprimentos, regulamentação e meio ambiente.



▼ Business Model Canvas

Business Model Canvas NÃO é só pra empresas. Pode ser pra carreira.

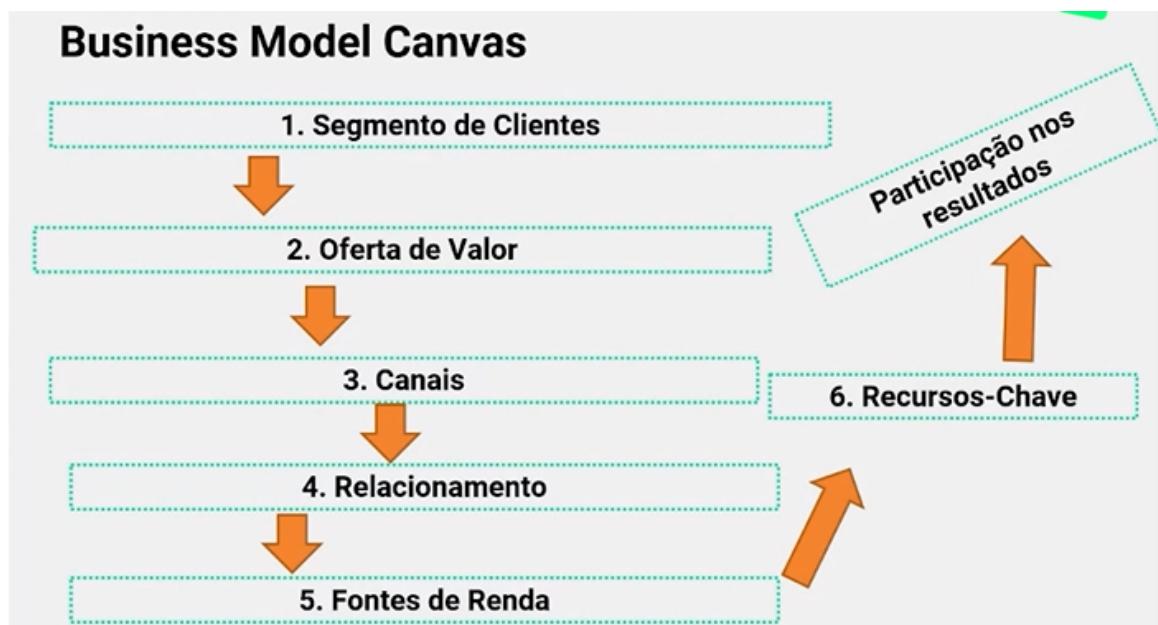
À primeira vista o Business Model Canvas parece um simples diagrama. A facilidade de análise que ele traz só passa a ser realmente compreendida à medida que começarmos a visualizar exemplos e a utilizá-lo em nosso dia-a-dia.

Outro excelente aspecto é que o **Business Model Canvas** permite que você visualize o “encaixe estratégico” que existe entre diferentes áreas. Documentos textuais não permitem esse tipo de análise.

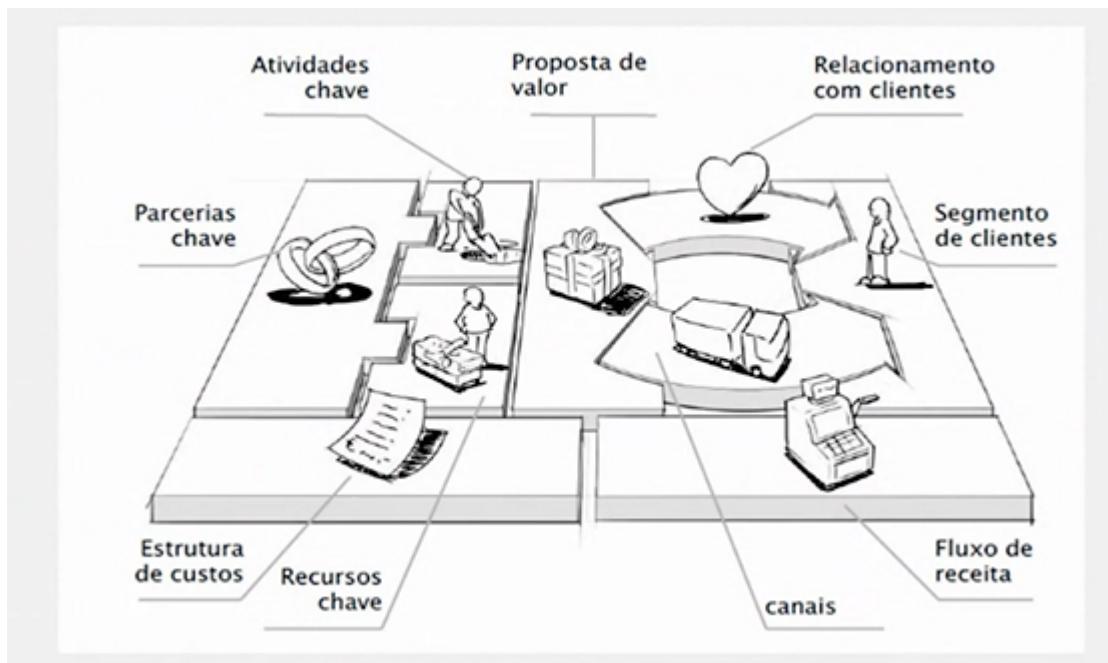
Diagrama do Business Model Canvas

O diagrama inclui:

1. Qual o segmento dos clientes?
2. O que será oferecido para o cliente?
3. Quais canais de contato e captação de clientes?
4. Qual meio de relacionamento com cliente, por quais canais?
5. Qual a fonte de renda do cliente? Condiz com o produto e segmento?



Exemplo do diagrama na prática



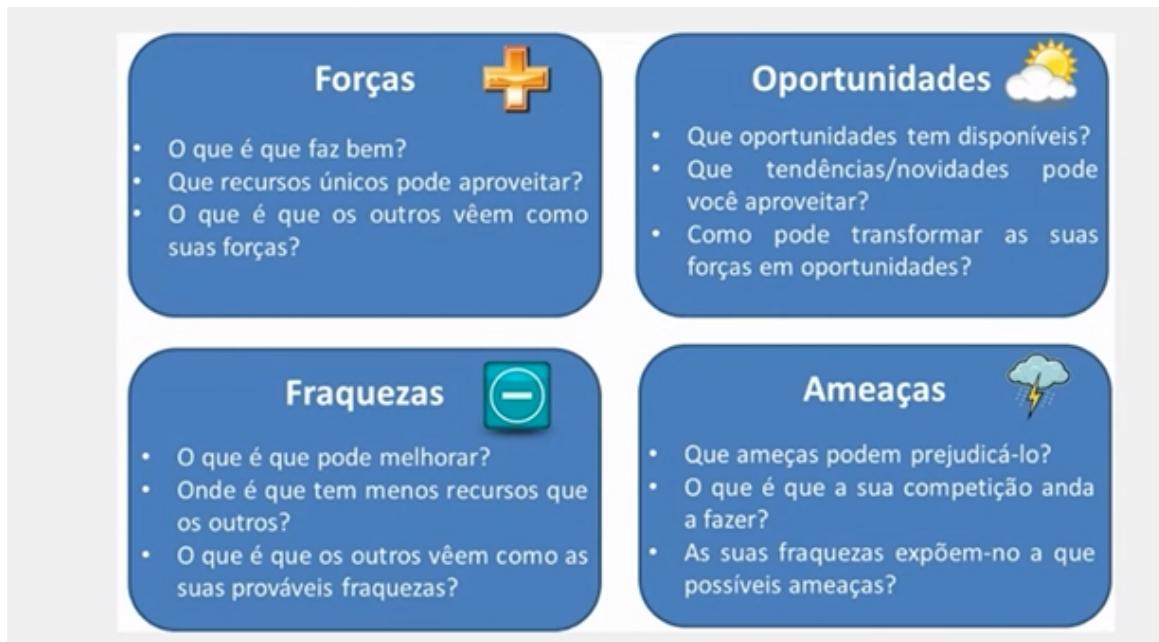
▼ Matriz F.O.F.A (SWOT)

Esta ferramenta possibilita analisar o ambiente interno e externo possibilitando analisar ameaças e oportunidades.

SWOT significa strengths, weaknesses, opportunities e threats, ou, forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (FOFA).

- Análise SWOT é uma abreviação das palavras em inglês strengths, weaknesses, opportunities e threats, que significam forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, respectivamente. Em português, é chamada de "análise FOFA". A função dessa ferramenta é avaliar os ambientes interno e externo a um empreendimento, formulando táticas para otimizar o desempenho no mercado. Assim, são analisadas também as oportunidades e as ameaças.

Os 4 pontos da análise SWOT



PROCESSO DE IMPLANTAÇÃO DA ADMINISTRAÇÃO HOLÍSTICA

- Diagnóstico da empresa;
- Análise do meio externo;
- Identificação do “núcleo da empresa” Mapear os pontos fortes e competências primordiais para o negócio;
- Estabelecimento da missão;
- Reconhecimento dos valores da empresa: Identificar o que ela entende como relevante e que define sua maneira de ser;
- Definição das políticas da empresa;

▼ Texto: Ferramentas do Plano de Negócio

▼ PDF

[08_ferramentas_do_plano_de_negocios.pdf](#)

A estrutura do plano de negócios

▼ Sumário Executivo

O sumário executivo é o **resumo das informações** mais importantes do projeto.

Sumário Executivo



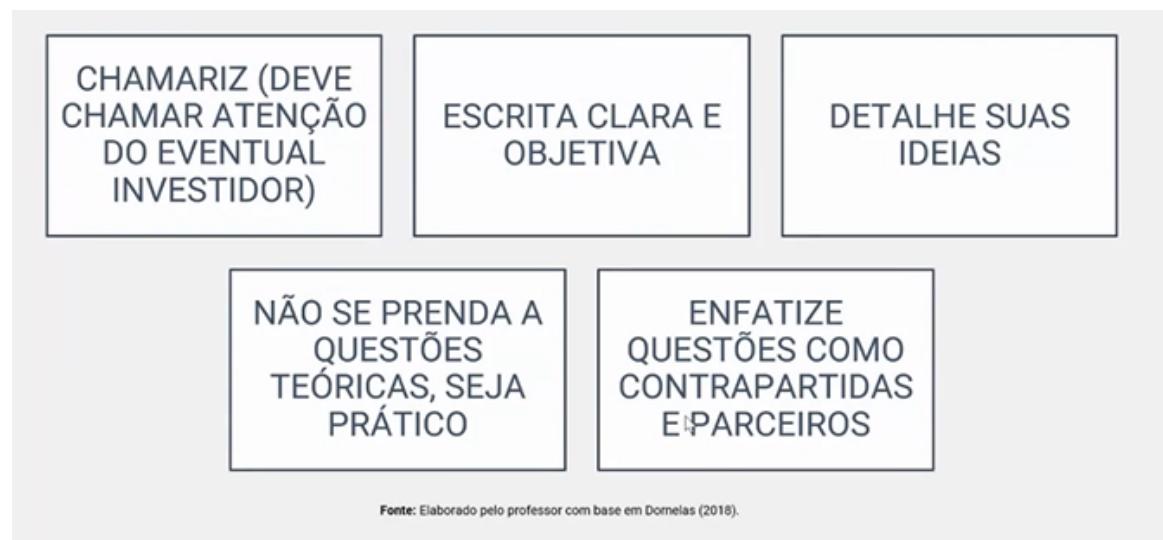
Fonte: Disponível em: <https://vetus.com.br/universidade/plano-de-negocios/>

O que um sumário executivo deve ter?

Deve ser resumido e ter algumas informações para vender para potenciais investidores e olheiros.

Necessário:

- Chamar atenção visualmente
- Ter escrita clara e objetiva
- Detalhar a ideia → de forma bem estruturada e lógica
- Não se prender à teoria, ser prático
- Enfatizar contrapartidas e parceiros



O sumário executivo pode ser apresentado e vendido para diversos interessados, como:

- **Investidores**
- **Instituições financeiras**

- **Parceiros**
- **Sócios em potencial**

Algumas informações importantes de se ter incluem:

- **Objetivos**
- **Produtos e serviços**
- **Segmento de clientes**
- **Localização (praça)**
- **Indicadores financeiros**
- **Regime tributário da empresa**

Exemplos para quem você vai apresentar o **Sumário Executivo:**

- Investidores;
- Instituições financeiras;
- Parceiros;
- Sócios em potencial.

SUMÁRIO EXECUTIVO

- Descrição da empresa
- Objetivos
- Missão
- Produtos e serviços
- Benefícios dos produtos/serviços
- Segmento de clientes
- Localização
- Investimento realizado
- Indicadores financeiros
- Regime tributário da empresa



Fonte: Disponível em: <https://blog.redehost.com.br/transformacao-digital/como-fazer-um-plano-de-negocios.html>

▼ Planejamento Estratégico do Negócio

Planejamento estratégico é um instrumento que serve para analisar potenciais cenários e recursos que podem ser aproveitados ou evitados para o sucesso do negócio

Planejamento Estratégico do Negócio

- O que é estratégia?
- O que é pensar estrategicamente?

O planejamento estratégico é um importante instrumento de gestão para as organizações na atualidade.

Michael Porter

uma empresa sem planejamento corre o risco de se transformar em uma folha seca, que se move ao capricho dos ventos da concorrência.



Fonte: Disponível em PIXABAY: <https://pixabay.com/pt/photos/ideia-de-neg%C3%ADcio-planejamento-534228/>



O que um bom planejamento estratégico deve pensar?

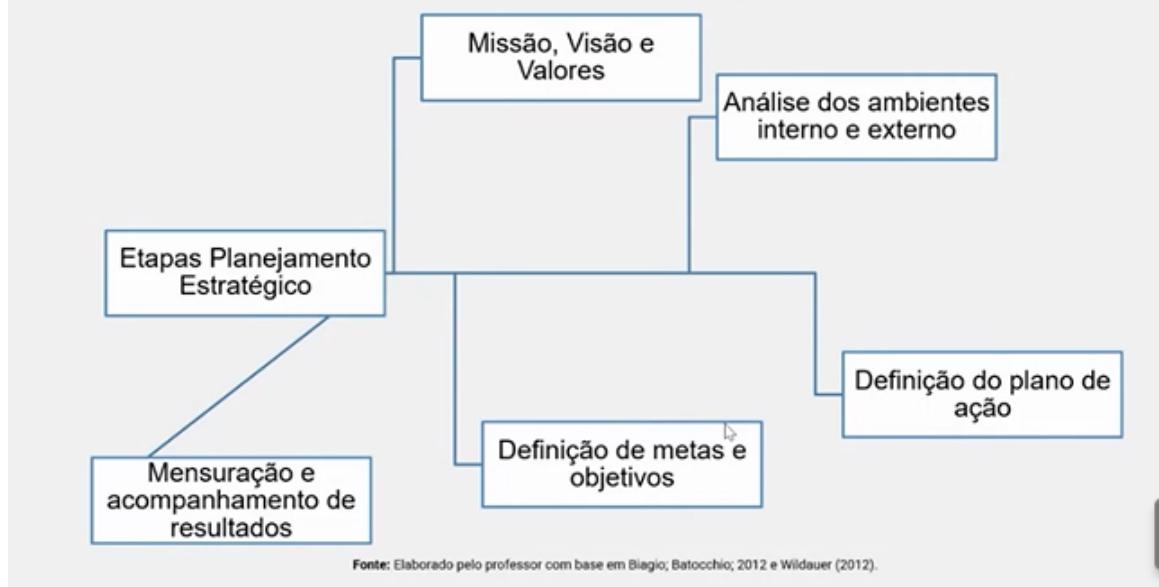
- Determinar objetivos a longo prazo
- Analisar os fatores internos que causam as questões mais importantes
- Gerar opção de estratégias que abordem essas questões, as priorizando
- Decidir entre as opções → de cenários e
- Monitorar as etapas do processo de planejamento

Um bom planejamento estratégico deve pensar em:

- Determinar objetivos a longo prazo;
- Analisar os fatores internos que causam as questões mais importantes;
- Gerar opções de estratégicas que abordem essas questões, as priorizando;
- Decidir entre as opções;
- Monitorar os resultados das etapas de processo de planejamento estratégico.



Planejamento Estratégico do Negócio



▼ Descrição da Empresa

A descrição da empresa é um resumo dos pontos mais importantes da empresa

- Sua história
- Equipe de gerenciamento
- Onde está localizada
- Missão
- Estrutura legal
- O que espera alcançar

A descrição da empresa é um resumo dos pontos mais importantes da empresa: sua história, a equipe de gerenciamento, onde está localizada, o que faz e o que espera alcançar, a declaração de missão e a estrutura legal. Geralmente aparece após o resumo executivo no plano de negócios.

Daí a importância de ter um site para apresentar a sua empresa

O que deve conter na descrição da empresa?

Alguns dados essenciais são:

- **Nome fantasia**
- **Tipo de enquadramento da empresa**
- **Resposta para questões como quando e porque a empresa foi criada, natureza dos produtos oferecidos, como a empresa se desenvolveu**

Exemplo:

CorteCana é uma empresa que foi **criada** em 1984 para satisfazer a demanda de componentes para a indústria de implementos agrícolas. Esta indústria teve crescimento moderado com um aumento no número de contratos a partir de 1996, em função do aquecimento do mercado de colheitadeiras de cana de açúcar. As projeções indicam uma demanda crescente pelo tipo de produto que a empresa produz. A CorteCana mantém uma margem competitiva através da entrega imediata de produtos, de excelentes relações com os clientes e de sua capacidade de se adequar às suas necessidades. A empresa está instalada estrategicamente em uma área de 20.000 m² e deseja satisfazer a demanda crescente por seus produtos através da compra de equipamentos mais modernos, os quais possibilitarão encomendas num âmbito mais amplo, maior capacidade de adequar-se às necessidades dos clientes, custos mais baixos por unidade e redução do tempo de processo.

▼ Análise de mercado

Análise de mercado busca apresentar uma análise do setor de mercado e deve apresentar dados referentes ao

tamanho, índice de crescimento e estrutura do setor que a empresa atua ou atuará

Análise de mercado: busca “[...] apresentar uma análise do setor de mercado deve apresentar dados referentes ao tamanho, ao índice de crescimento e à estrutura do setor de mercado em que a empresa atua ou atuará” (BIAGIO; BATOCCHIO; 2012, p. 116)

O diagnóstico estratégico é indicado a todos os tipos de empresa, independentemente do porte e do segmento no qual desenvolve suas atividades.

Analizando o ambiente externo

Analizando o ambiente interno

Fechando o diagnóstico

Fonte: Elaborado pelo professor com base em Bernardi (2019)

Capa

Índice

Sumário executivo

Descrição da empresa

Planejamento estratégico

Produtos e serviços

Análise de mercado

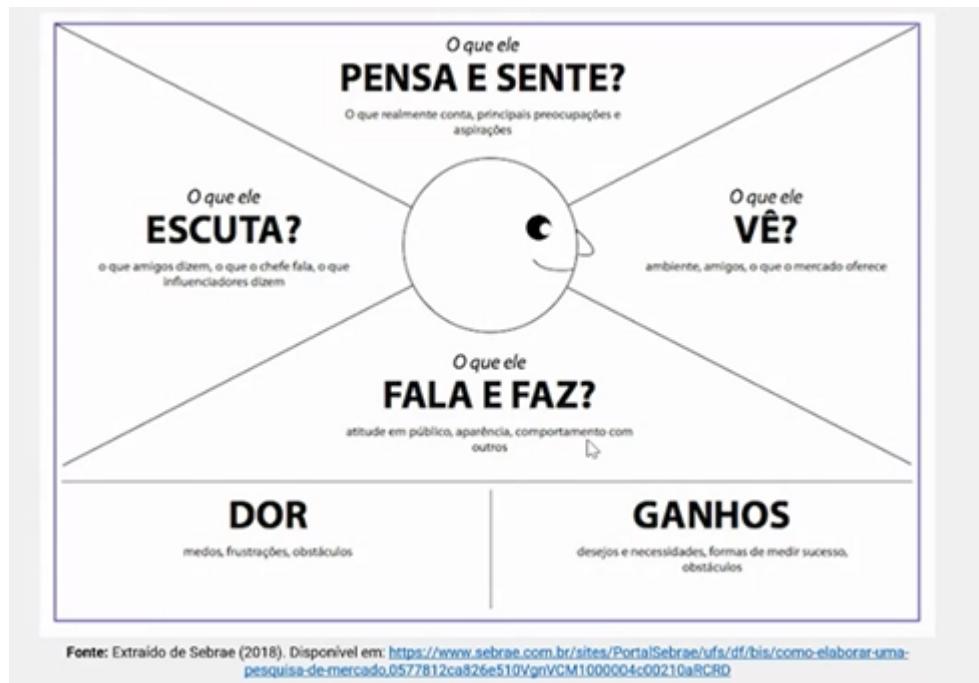
Plano de marketing

Plano operacional e financeiro

Fonte: Elaborado pelo professor com base em Biagio; Batocchio; 2012, Domelos (2018) e Wildauer (2012).

O que a análise de mercado deve ter envolvendo o cliente?

Devemos levar em conta o mapa de empatia ao analisar o mercado considerando o segmento de clientes.



▼ Texto: A estrutura do plano de negócio

▼ PDF

[09_a_estrutura_do_plano_de_negocio.pdf](#)

Comércio Eletrônico x Empreendedorismo

▼ A era do comércio eletrônico

O comércio eletrônico trouxe diversas vantagens em relação ao analógico, tais como:

- **Praticidade** → lojas eletrônicas são mais fáceis de encontrar a qualquer momento do dia
- **Pesquisa de preços** → é mais fácil e rápido de pesquisar e comparar preços online
- **Disponibilidade** → por não ter afinidade a um espaço físico e uma diversidade maior existe mais disponibilidade de ofertas e produtos

Quase todo mundo gosta de fazer compras. Há quem reclame do tumulto das lojas, da dificuldade para estacionar e do cansaço dessa agitação, o que é perfeitamente compreensível.

Você gosta de comprar ?

Praticidade

As lojas do comércio eletrônico são facilmente encontradas e funcionam 24 horas.

Pesquisa de preços

É possível pesquisar preços de várias lojas através de sites e aplicativos comparadores de preços.

Disponibilidade

No comércio eletrônico as pessoas tem certeza se há ou não produto a ser comercializado.

Fonte: Elaborado pelo professor (2021).

A era do comércio eletrônico

Na primeira era da indústria que foi criada para suprir necessidades da guerra não havia oferta e diversidade, pois era necessário suprir a falta do essencial.

Ou seja, clientes não podiam escolher e comparar características. Na era digital o consumidor tem essa capacidade.

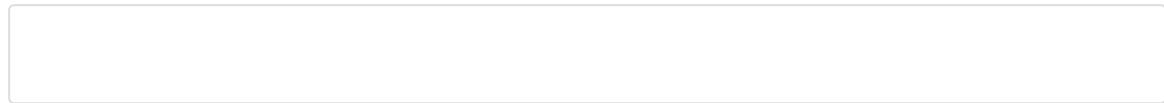
Exemplo: **escolher a cor do produto**, tamanho e layout



Dados da era eletrônica



Participação do comércio eletrônico nas vendas totais



▼ Empreendedorismo Digital

É o ato de criar um negócio que pode funcionar na internet

Hoje em dia é mais fácil ter um negócio digital do que físico, pois o negócio físico envolve muitos investimentos de tempo e dinheiro devido a alocação e logística do espaço.

Outros aspectos da atuação digital

Para atuar de forma digital é importante ter em mente que ela possibilita:

- **Usabilidade** → facilidade de compra e acesso aos recursos
- **Facilidade de entrega** → rápida operação de entrega para compensar a distância do consumidor
- **Inteligência de mercado** → o segmento de clientes se expande, sendo necessário ser inteligente e focado
- **Comunicação assertiva** → comunicação direta e eficiente com o cliente e público alvo
- **Adoção de novas tecnologias** → se manter atualizado em tecnologias que auxiliem o processo de venda

▼ Como empreender virtualmente?

Como empreender virtualmente?

Para empreender virtualmente é necessário seguir os passos abaixo:

1. **Definir o nicho e público alvo** → por exemplo, definir faixa etária e finalidade de consumo do consumidor. Em que horários ele acessa as redes sociais?
2. **Se planeje financeiramente** → pense na estrutura de internet, escritório e custos relacionados
3. **Analise seus concorrentes e mercado**
4. **Escolha seu nicho de mercado**
5. **Crie conteúdo marketing de conteúdo**
6. **Identifique pontos fortes e fracos (SWOT)**
7. **Estude a rede social que tem relação com seu público** → seu público acessa qual rede social?



Os profissionais que atuam no comércio eletrônico, em especial, os responsáveis por realizar a elaboração das campanhas de marketing, deverão considerar sempre **qual o objetivo da campanha**, qual a duração dela, quais característica ele deseja imprimir à campanha ou à marca da empresa. A **definição do público-alvo também se faz interessante**, assim como, a definição dos equipamentos, das pessoas envolvidas e também qual será o orçamento que será aplicado aos negócios.

Os empreendedores digitais não precisam formatar os seus negócios apenas **para vendas para clientes físicos, eles podem vender para outras empresas também**. Denominado de B2B – Business to Business, esse modelo de negócios ocorre entre duas empresas utilizando-se de plataformas online e do comércio eletrônico.

Definições

CONCEITO	DEFINIÇÃO
e-commerce	Operações de compra e venda de produtos e de serviços realizadas através da Internet.
m-commerce	Comércio por meio de dispositivos móveis como tablets e celulares.
t-commerce	Comércio por meio de televisões conectadas a internet as chamadas Smart TV's.
Social commerce	Comércio de produtos e serviços que é influenciado pelas rede sociais
B2C – Business to Consumer	Modelo de negócio que abrange qualquer tipo de transação em que uma organização comercialize seus produtos ou serviços diretamente para aos seus consumidores finais.

Fonte: Elaborado pelo professor com base ABCOMM (2021, online). Disponível em: https://www.mailbiz.com.br/conheca-os-principais-numeros-do-e-commerce-no-brasil/?keyword=&creative=48153138156&gclid=CjwKCAiArOqOBhBmEiwAsgElmbbv8rL_05nXU6tVMf1YsysIAZK2FUFU15YqJUSXICcqgK7_SiEnhoCMVYQAvD_BwE

▼ Reputação virtual

Reputação Digital é a percepção pública de uma pessoa ou empresa na internet. Ela tem base nos conteúdos (notícias, artigos e mídias) e interações (avaliações, opiniões e comentários) publicados em redes sociais, blogs e sites especializados. Seu gerenciamento – Online Reputation Management – visa a avaliar, monitorar e promover melhorias na imagem das marcas.

Hoje, as **pessoas manifestam suas opiniões sobre os produtos e serviços que consomem publicamente;**

Se o Marketing Boca a Boca já era um fator-chave para o sucesso dos negócios nos primórdios da indústria moderna, agora, ele tem um impacto incomparável na percepção das empresas na internet.

Reputação Digital é a percepção pública de uma pessoa ou empresa na internet. Ela tem base nos conteúdos (notícias, artigos e mídias) e interações (avaliações, opiniões e comentários) publicados em redes sociais, blogs e sites especializados. Seu gerenciamento – Online Reputation Management – visa a avaliar, monitorar e promover melhorias na imagem das marcas.

Hoje, as **pessoas manifestam suas opiniões sobre os produtos e serviços que consomem publicamente;**

Se o Marketing Boca a Boca já era um fator-chave para o sucesso dos negócios nos primórdios da indústria moderna, agora, ele tem um impacto incomparável na percepção das empresas na internet.



Reputação virtual

- Reclame aqui e outras ferramentas;
- A **publicidade e a propaganda**, definitivamente, não são mais a alma dos negócios – e a empresa que não desenvolve maneiras de ganhar o apreço e a confiança do seu público pode pagar caro por isso.
- De acordo com uma pesquisa promovida pela CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) e pelo SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), nada menos que 97% dos brasileiros procuram por informações na internet antes de realizar compras em lojas físicas.



Reputação virtual

Máxima
segurança de
dados e
operações

Possibilidade de
arrependimento
e reflexão

Segurança nas
formas de
pagamento

Fonte: Elaborado pelo professor com base ABCOMM (2021, online). Disponível em: https://www.mailbiz.com.br/conheca-os-principais-numeros-do-e-commerce-no-brasil/?keyword=&creative=481533138156&gclid=CjwKCAiArOnQBlhRmEiwAqelmbbv8rl_05nfxU66VMe1YngIAZK2FElU15YgJU5XICongK7_SfEnhoCMVYQAx0_BwE

▼ Texto: Comércio Eletrônico x Empreendedorismo

▼ PDF

[10_comercio_eletronico_x_empreendedorismo.pdf](#)

Conceitos do Plano de Marketing

▼ Qual a importância do Plano de Marketing?

Plano de marketing é um conjunto de informações que **guia a empresa** para alcançar seus objetivos de vendas e crescimento.

Esse plano pode e deve ser criado ou atualizado em qualquer momento do seu negócio.

Deve trazer informações para dar suporte à empresa, por isso antes temos que saber os **objetivos a curto e médio prazo**.

O plano de marketing é um conjunto de informações que guia a empresa, em um determinado período, para alcançar seus objetivos de vendas e crescimento. O plano pode ser aplicado para todo o negócio ou para produtos ou segmentações específicas.

O plano de marketing deve trazer informações que **possibilitem dar suporte ao crescimento da empresa**, por isso, se torna inviável começar a traçar um plano sem entender quais são os seus objetivos que a organização espera alcançar para o curto e médio prazo. De posse dos objetivos do negócio, é possível que o responsável pela elaboração desse plano apresente um conjunto de ações que visem dar suporte às atividades de marketing e vendas para os negócios da empresa.

PLANEJAMENTO ESSA É A PALAVRA CHAVE !

Quanto antes trabalhar no planejamento, melhor

Pode parecer burocrático criar um plano assim, mas é fundamental

O planejamento é o **mapa** e a execução o **combustível** de seu carro

O plano de marketing deve dar suporte o crescimento da empresa. Dessa forma, é inviável começar a traçar um plano sem entender quais são os seus objetivos do ano, o quanto vai ser necessário crescer e o quanto vai precisar de recursos para suportar as ações de Marketing e Vendas.

Quanto antes você começar a trabalhar no planejamento, melhor.

Por mais que às vezes pareça um processo chato e burocrático, é fundamental.

O planejamento vai ser o seu mapa. A execução vai ser o combustível para o seu carro.

Fonte: Elaborado pelo professor com base em SEBRAE (2021, online).
Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/gratuitos/plano-de-negocios-sebrae/>

Definir os objetivos macros da organização

Realizar um diagnóstico quantitativo e qualitativo da operação

Definir um plano de ação com os projetos macro e iniciativas que suportarão esse crescimento

Execução, disciplina no plano e análise para correção de rotas.

Fonte: Elaborado pelo professor com base em WILDAUER (2012).

▼ Como fazer o plano de marketing

Antes de fazer precisamos entender os propósitos de um plano de marketing, eles incluem:

- **Elevar consciência** da marca no mercado
- Atrair, fidelizar e recuperar cliente

- Aumentar as vendas e lucratividade
- **Divulgar** produtos e serviços novos (ou não)

Se você quer saber para que ele se destina, não existe uma só resposta.

Afinal, tudo vai depender da sua estratégia.

Mas, de forma geral, podemos dizer que um plano de marketing serve para:

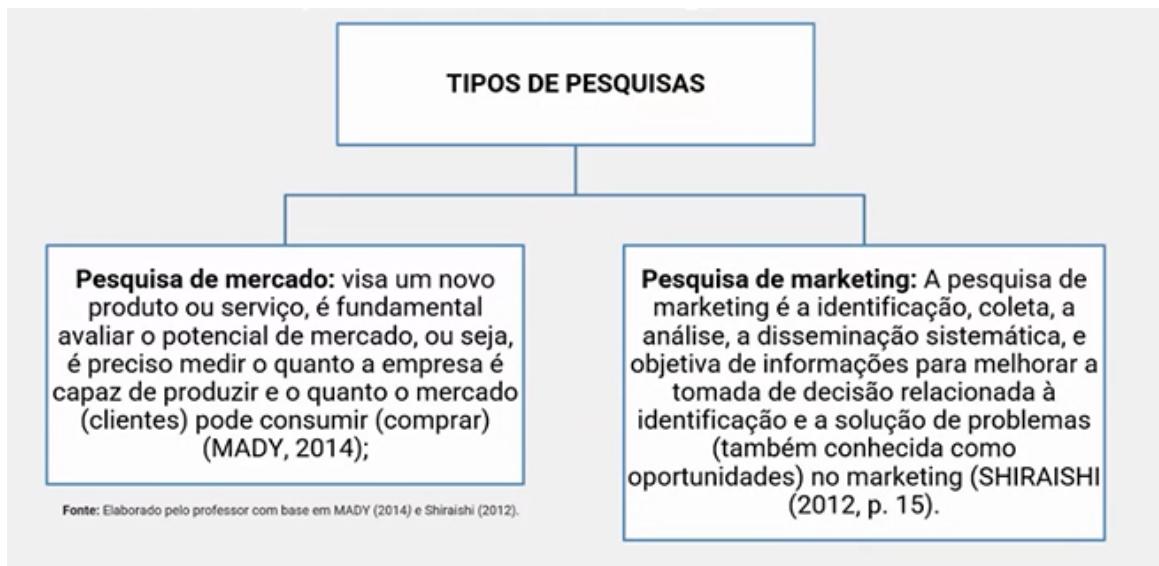
- * Elevar a consciência da marca e sua autoridade junto ao mercado;
- * Atrair novos clientes, fidelizar os atuais e recuperar os antigos;
- * Aumentar as vendas, o faturamento e a lucratividade do negócio;
- * Divulgar ou apresentar produtos e serviços, novos ou não..

Tipos de pesquisas

Precisamos saber a diferença entre **pesquisa de marketing** e **pesquisa de mercado**

Pesquisa de mercado visa entender o mercado para determinado produto, pensando se há **demandas para consumo** (clientes) e se eles podem consumir (comprar) pelo produto ou serviço oferecido. **Ex: MC Donalds sabe que não tem mercado em cidades pequenas**

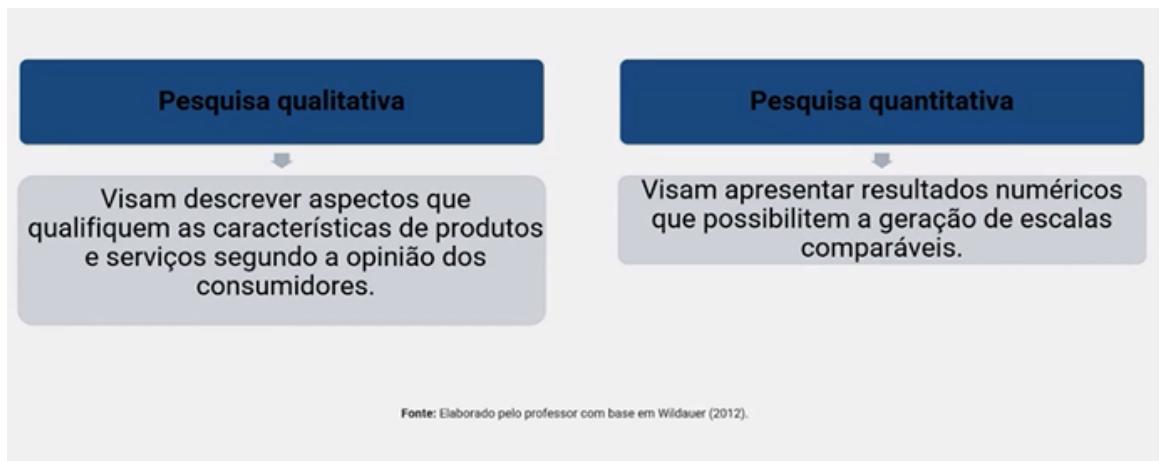
Pesquisa de marketing visa a coleta de informações para melhorar a tomada de decisões para a **solução de problemas** (oportunidades).



Pesquisa qualitativa x quantitativa

Pesquisas **qualitativas** avaliam aspectos que **qualifiquem o produto** ou serviço

Pesquisas **quantitativas** avaliam resultados numéricos e permitem **escalas comparáveis**



Outros pontos:

- O plano de marketing deve ser a primeira coisa
- O plano é essencial para todos negócios
- O planejamento de marketing deve ser visto como um guia para o marketing
- Devemos considerar o ambiente interno e externo

Sobre a elaboração do plano de marketing, é importante ressaltar as seguintes informações aos empreendedores:

- Atividade primária:** o plano de marketing deve ser a primeira atividade realizada em termos de marketing nas empresas.
- Essencialidade do plano:** apesar de ser uma tarefa burocrática, a elaboração do plano de marketing é essencial para todos os negócios.
- Guia:** o planejamento de marketing deverá ser adotado como um guia para todas as ações de marketing da empresa.

Fonte: Elaborado pelo professor com base em Wildauer (2012).

▼ 4 etapas do ciclo de vida dos produtos

Devemos considerar o aspecto do ciclo de vida de produtos, considerando a sua **criação, crescimento, maturidade e retirada do mercado**.

Por exemplo, existem produtos que tiveram seu crescimento e lançamento considerado mas que morreram cedo, ou seja, não maturaram. Um exemplo é a tecnologia Blueray que atualmente não se ouve falar tanto.

Ciclo de Vida do Produto é uma ferramenta administrativa que permite analisar como um produto se comporta desde o seu desenvolvimento até a retirada do mercado, levando em conta ainda seu lançamento, crescimento e maturidade em vendas. ... São elas: desenvolvimento, introdução, crescimento, maturidade e declínio

As 4 etapas

1. **Introdução** → nesta etapa o produto está sendo lançado, sendo necessário **investir em marketing de apresentação**
2. **Crescimento** → nesta etapa um determinado público descobre o produto e começa a **aumentar a taxa de crescimento de vendas** de maneira exponencial
3. **Maturidade** → nesta etapa o produto está consolidado e estabiliza suas vendas pois já teve **aceitação dos consumidores**
4. **Declínio** → as vendas e lucro começam a diminuir e começam a aparecer **concorrentes e substitutos**.

1. Introdução

Nesta etapa, o produto está sendo lançado no mercado, aqui são necessários investimentos de marketing para apresentar o produto aos clientes.

2. Crescimento

Período conhecido como de rápida aceitação do produto no mercado, aqui a empresa obtém bons lucros e à medida que mais pessoas adotam o produto, esses lucros crescem continuamente. Geralmente, nesta etapa, o público-alvo do produto descobre a existência dele.

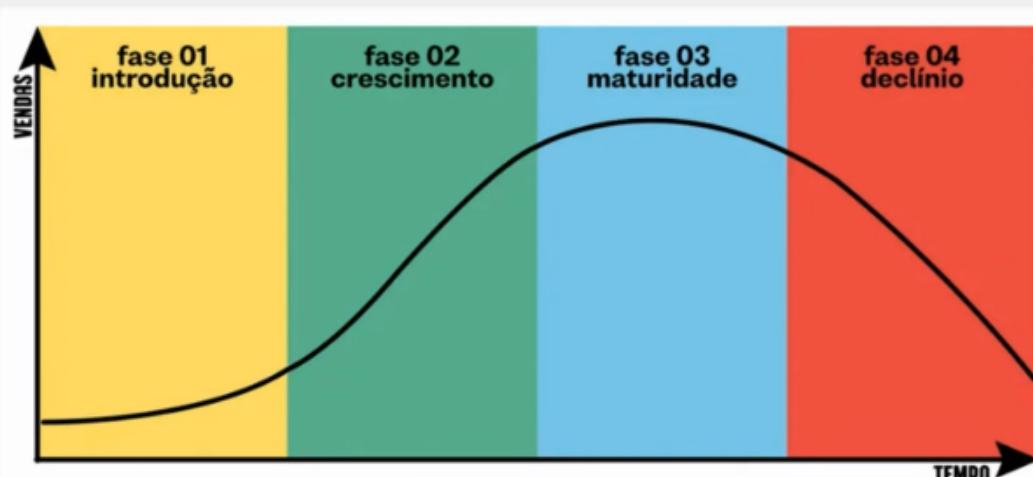
3. Maturidade

Etapa em que o produto ainda apresenta um volume de vendas expressivo, porém, ele já começa a ter taxas de crescimento das vendas menores, pois o produto já teve aceitação de grande parte dos potenciais compradores.

4. Declínio

Nesta etapa, os números de vendas e o lucro começam a declinar, pois o produto já está a muito tempo no mercado e já não é mais novidade. Inclusive, nesta etapa, é possível que os consumidores já tenham encontrado produtos substitutos para ele.

Um gráfico de como costuma se dar este processo:



Fonte: Extraído de <http://elexemplos.com/2019/08/analise-do-ciclo-de-vida-do-produto-exemplo.html>

▼ Marketing Digital

Marketing digital é toda a forma que a empresa tenta **se aproximar do cliente digitalmente**

O Marketing Digital é o marketing realizado em ambiente digital. Ele usa ferramentas como redes sociais, e-mail marketing e sites. O ambiente web permite que as empresas se aproximem mais de seus públicos, e é nesse ponto que precisam saber se comunicar da forma correta.

Marketing Digital é o conjunto de táticas **digitais** que negócios (ou pessoas) utilizam para atingir seus objetivos de **marketing**.

APROXIMAR A MARCA DO CLIENTE!

Para ter um bom Marketing Digital é necessário trabalhar os seguintes pontos:

- Transmitir **credibilidade** e se posicionar nos motores de busca
- Descubra o melhor **marketing de conteúdo**
- Invista em **emails de marketing**
- Seja **ativo nas redes sociais** interagindo com clientes



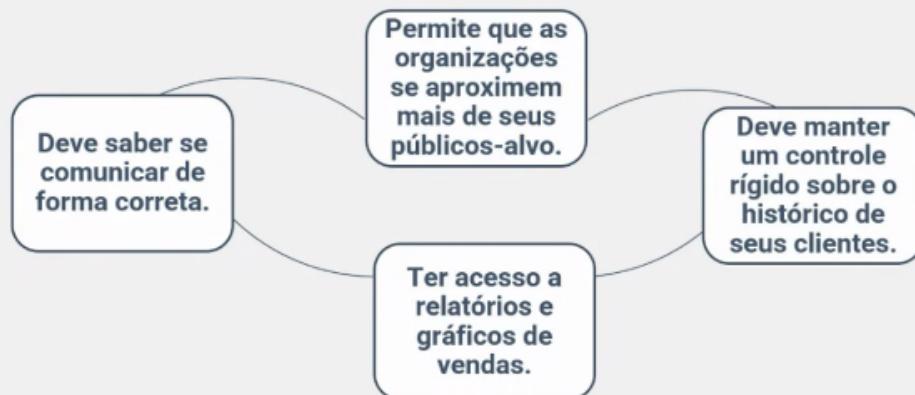
- Transmite credibilidade e posicione-se bem nos motores de busca. ...
 - Descubra o marketing de conteúdo. ...
 - Invista no e-mail marketing. ...
 - Seja ativo nas redes sociais. ...

O **remarketing** mostra que uma venda não é perdida na primeira tentativa.

Diretrizes a serem dominadas

- **Se comunicar da forma correta** → saber conversar com a mesma linguagem do público alvo
- **Permitir que a organização se aproxime do cliente** → se mantenha ativo e com espaço entre o público alvo
- **Manter um controle do histórico do cliente** → fique de olho nos clientes ganhos e perdidos, sempre aproveitando oportunidades perdidas
- **Ter acesso a relatórios e gráficos de vendas** → não apenas números, mas saiba o que eles representam dentro dos seus clientes e empresa

Quem trabalha com Marketing Digital deve no mínimo seguir as seguintes diretrizes:



Fonte: Elaborado pelo professor com base em Fernandez e Ribeiro (2012).

▼ Texto: Conceitos do plano de marketing

▼ PDF

[11_conceitos_do_plano_de_marketing.pdf](#)

4 P's de Marketing

▼ Produto

O produto envolve preocupações com a entrega do produto envolvendo suas características, cores, embalagem, acessórios entre outras decisões.

Alguns pontos devem ser levados, como:

- O que torna o seu produto ótimo ou único?
- Construir algo diferente do convencional
- Conhecer o que os concorrentes ofertam

As decisões de produto são aquelas que envolvem o desenvolvimento e caracterização dos produtos e serviços da organização. Dessa forma, o marketing, muitas vezes, trabalha em conjunto com as demais funções organizacionais para buscar desenvolver produtos que sejam adequados às necessidades dos consumidores e viáveis para a produção por parte da empresa. Exemplo: Aparência estética dos produtos, possibilidade de personalização, cores, embalagem, acessórios entre outras decisões.

o que torna seu produto
ótimo ou único?

Construir algo diferente
do convencional

Conhecer o que seus
concorrentes ofertam.

Fonte: Elaborado pelo professor (2021)

Gráfico que representa os 4 Ps com enfoque no produto



O que pode ser um produto?

Produto é tudo o que a empresa vende, podendo ser desde a palestra de um congressista até a consulta de um psicólogo.

Um produto é tudo que disponibilizamos ao consumidor pensando na necessidade dele

O produto se refere àquilo que a empresa vende.

- Uma palestra pode ser o produto de um conferencista, assim como é a consulta de um psicólogo.
- Em resumo, o produto é tudo aquilo que é disponibilizado ao consumidor, pensando nas necessidades do público-alvo.

o que torna seu
produto ótimo ou
único?

Construir algo
diferente do
convencional

Conhecer o que
seus concorrentes
ofertam.

Fonte: Elaborado pelo professor. Disponível em: <https://semiaosemvendas.com.br/os-4ps-do-marketing/>

Tipos de produtos

Produtos podem ser bens físicos ou serviços, a distinção se dá por:

Bens físicos

São aqueles que utilizamos no dia a dia, como eletrodomésticos e comida. São produtos de necessidade básica ou supérfluos. Também são produtos que estão em nossa rotina e que podemos tocar e manusear e dos quais precisamos em nossas vidas.

Serviços

São aqueles que acompanham o produto como diferencial para proporcionar a percepção de qualidade pelo cliente, por exemplo, entrega, cortesia, atendimento, agilidade, entre tantas outras opções. É a parte invisível, que não tocamos, mas percebemos.

Fonte: Elaborado pelo professor com base em Shiraishi (2012)

▼ Preço

Preço tem a ver sobre quanto custa e quanto vale o produto

O preço **não necessariamente está vinculado à qualidade.**

Caro é aquilo que não tem valor.

Precisamos também considerar que o preço é ancorado no conhecimento da marca.

Não podemos inviabilizar o negócio vendendo abaixo do custo ou da qualidade do produto. Da mesma forma não podemos deixá-lo muito caro.

O preço, obviamente, se refere ao valor de venda do seu produto, o quanto ele custa para a aquisição pelo cliente.

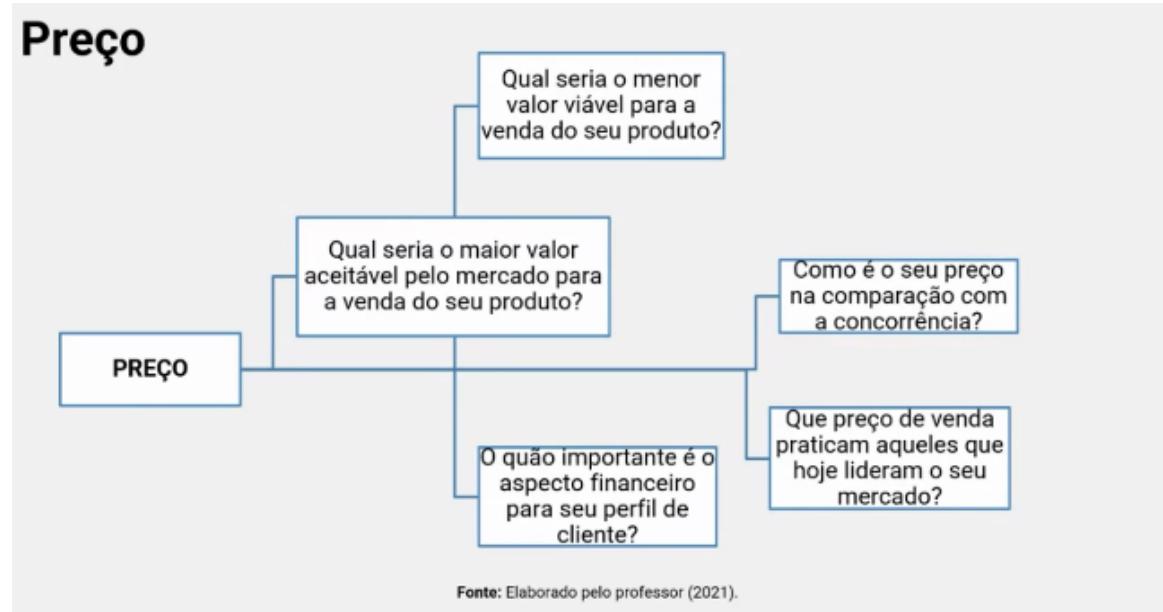
Um dos mandamentos indispensáveis a uma boa gestão é ter um preço de venda não tão baixo que achate a margem de lucro e inviabilize a empresa, mas não tão alto que assuste os clientes e prejudique o faturamento.

A definição de um bom preço passa pela pesquisa de mercado, pela observação da concorrência e pelo entendimento de quanto o seu cliente está disposto a pagar pelo que oferece.

Perguntas a ser feitas ao considerar o preço

- **Qual seria o valor máximo aceitável pelo mercado** → quanto o público alvo está **disposto a pagar?**

- **Qual o menor valor viável** → qual valor a ser vendido que **mantenha uma margem de lucro**
- **O quanto importante é o aspecto financeiro para seu cliente** → o quanto seus clientes se importam ou se preocupam com o valor? Qual a **percepção de valor dos clientes** para este segmento de produto
- **Como é seu preço em relação aos concorrentes** → em que ponto **seu produto se posiciona** no meio dos concorrentes?
- **Que preço praticam os que lideram o mercado que quer entrar** → quais **preços praticados por quem já está estabelecido no mercado?**



Um dos focos do nosso curso é as **decisões de preço**, que afetam diretamente a receita e os **lucros da organização**, sendo tomadas com base nos comportamentos de mercado e nas demandas da organização. Mais à frente, entraremos em detalhes sobre essa decisão e seus impactos.

O preço é um elemento quantitativo, que é medido pelos esforços de marketing da empresa propiciados ao mercado. **O preço é o único elemento de marketing** que gera valor financeiro para a empresa; em contrapartida, os outros itens geram despesas.

▼ Praça

| Praça é o lugar onde o produto é oferecido

O nome "praça" nem sempre é entendido com clareza, mas seu significado dentro de uma estratégia de marketing é o de lugar. Ou seja, onde o produto é oferecido.

Você precisa escolher a localização onde seus clientes estão. Não espere eles irem até você, você precisa ir até eles.

É o local em que o consumidor fará contato com o produto/serviço. A praça hoje não se resume apenas a um único local ou apenas a ambientes físicos. Quem vende seu produto pela internet tem seu site ou página do Facebook como ponto de venda, por exemplo.

Garantir visibilidade

Para garantir a visibilidade do público alvo podem ser feitas parcerias entre com o distribuidor.

Por exemplo:

- Coca cola fornece a geladeira para que os seus produtos estejam próximos ao caixa ou à vista do consumidor
- Supermercados cobram marcas para que possam se posicionar em locais favoráveis à vista de seus clientes

Parcerias com o distribuidor e estar disposto a pagar um pouco mais para garantir maior visibilidade também aumentam as chances de ser visto.

Exemplos:

- Um exemplo de parceria entre distribuidor e empresa bastante conhecido é o da **Coca Cola**. Eles fornecem a geladeira para que seus produtos estejam próximo ao caixa ou à vista daquele consumidor que procura por uma bebida gelada.
- Já o ato de pagar um pouco mais para ganhar visibilidade é visto nos supermercados. Os produtos que estão na altura da vista investiram – ou melhor, a empresa que os produz investiu – um pouco mais para estarem ali e serem os primeiros que são vistos pelos consumidores.

Exemplos de praças

A praça pode ser resumida como local onde o consumidor faz contato com o produto, não se limita a ambientes físicos.

Exemplos de preocupações com a praça são a logística, distribuição e pontos de contato.

Definições sobre o elemento "Praça"

São exemplos de praça: Logística, distribuição e escolha de lojas e pontos de contato

O elemento praça pode ser considerado desde o fornecedor, passando pela entrada e pela armazenagem na empresa e pela expedição ao cliente final.

A praça pode ser considerada o local em que o consumidor fará contato com o produto/serviço.

Não se resume a ambientes físicos.

Fonte: Elaborado pelo professor com base em Kotler (2011).

▼ Promoção

Promoção diz respeito à maneira com que o produto é promovido para seus clientes

A promoção **se preocupa com o aspecto de ambiente externo**. Sendo assim, se preocupa com campanhas publicitárias e acontecimentos externos a fim de promover a venda

Cumpridas as etapas anteriores, chegou a hora de promover sua oferta.

Obviamente, isso tem relação com a melhor versão do seu produto, o preço mais adequado ao mercado e a sua disponibilidade onde o cliente está.

O composto promocional é responsável pela **comunicação da organização com o ambiente externo**. Dessa forma, irá formular as **peças publicitárias publicitárias, propagandas e todas as formas de comunicação com o público-alvo**, com o objetivo de possibilitar que a organização realize suas operações incluindo vendas.

Pontos para se preocupar envolvendo a promoção

Qual o sentido de promoção se você não conseguir gerar vendas?

1 - Dentre outras ações de promoção estão a propaganda, a publicidade, e-mail marketing, mala direta, as *fan pages*, assessoria de imprensa e até mesmo links patrocinados.

2 - Qualquer ação com o intuito de divulgar o produto e atrair o público alvo entra no P de promoção.

3 – O estudo do comportamento humano.

Fonte: Extrado de Romão (2021, online). Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/441618465/apostila-os-4-Ps-do-marketing>

Exemplo da Magazine Luiza

Essas variáveis do P de Promoção são responsáveis por comunicar sobre a marca ao público-alvo. Elas despertam o interesse e criam a expectativa do consumidor sobre os atributos tangíveis e intangíveis do produto.

A **Magazine Luiza** é um bom exemplo de empresa que fez essa transformação do offline para o online no P de Promoção. Antes limitada às lojas físicas, a Magazine Luiza investiu na divulgação de ofertas principalmente em anúncios de TV e mídia impressa.

A grande virada para o marketing digital aconteceu com a criação da sua *brand persona*: a Lu. A personagem carismática ganhou a simpatia do público e transformou a varejista em uma amiga, que tem tudo o que as pessoas querem encontrar.

Bom dia! ❤️ De qual marca foi o primeiro celular que vocês tiveram?
😊 Me falem nos comentários! 👇

123 263 comentários 2 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar Mais relevantes

Escreva um comentário...

Rondivânia Matil Ferreira
O primeiro celular foi da LG "LG chocolate" e o primeiro smartphone foi da Motorola "Moto G1"

Curtir · Responder · 21 min

Ver mais comentários 1 de 198

Extraído de InovaçãoWeb (2021, online). Disponível em: <https://inovacaoweb.com.br/4-ps-do-marketing-entenda-tudo-sobre-o-conceito-de-mix-de-marketing/>

▼ Texto: 4 P's de Marketing

▼ PDF

[12_4ps_de_marketing.pdf](#)

Planejamento Financeiro do Empreendedor

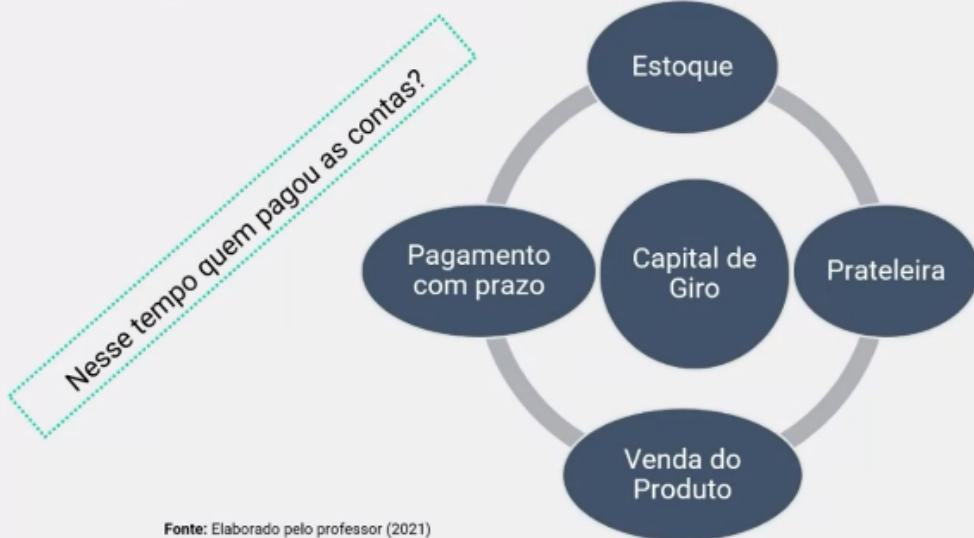
▼ Capital de giro / Investimento total

Capital de giro / Investimento total

Pesquisa publicada pelo Sebrae (2019) denota grande percentual de empresas que não sobrevivem ao segundo ano de funcionamento.

O capital de giro independe do porte, segmento ou posição no mercado da empresa, portanto a falta de vigilância sobre ele, poderá acarretar prejuízos no capital, podendo culminar na falência da empresa.

Capital de giro / Investimento total



Exemplo de cálculo

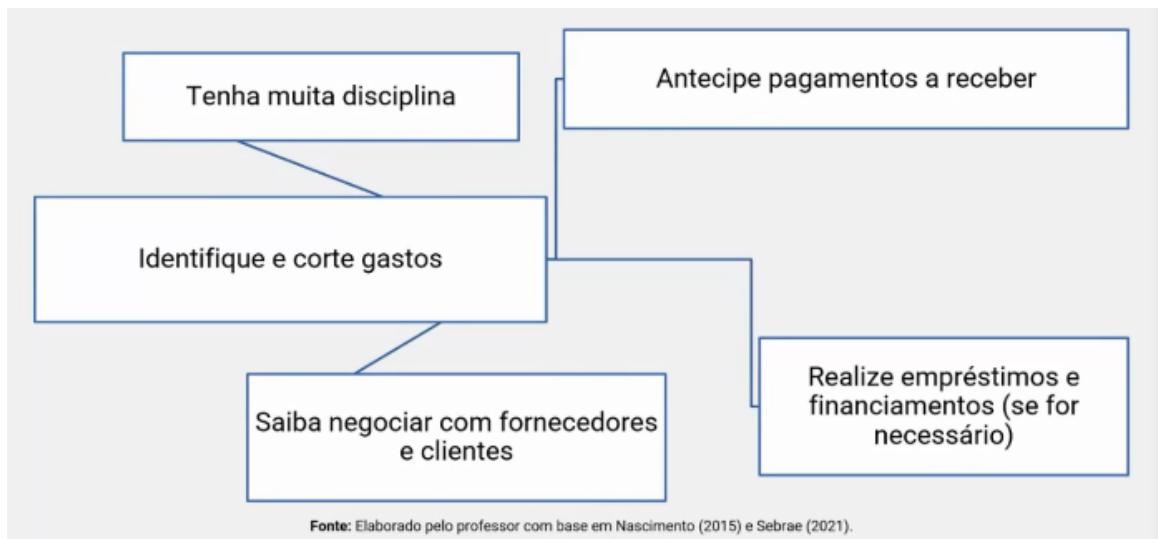
todas as suas contas a receber + o valor que você possui em estoque

Agora, pegue o primeiro valor e faça uma conta simples de subtração:

(todas as suas contas a receber + o valor que você possui em estoque) - (as contas a pagar + o valor a pagar em impostos e despesas)

Pronto, este é o valor necessário para fazer seu negócio funcionar por um certo período de tempo, ou seja, o seu capital de giro.

Fonte: Extraído de SEBRAE (2021, online). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosFinancas/o-que-e-e-como-funciona-o-capital-de-giro>



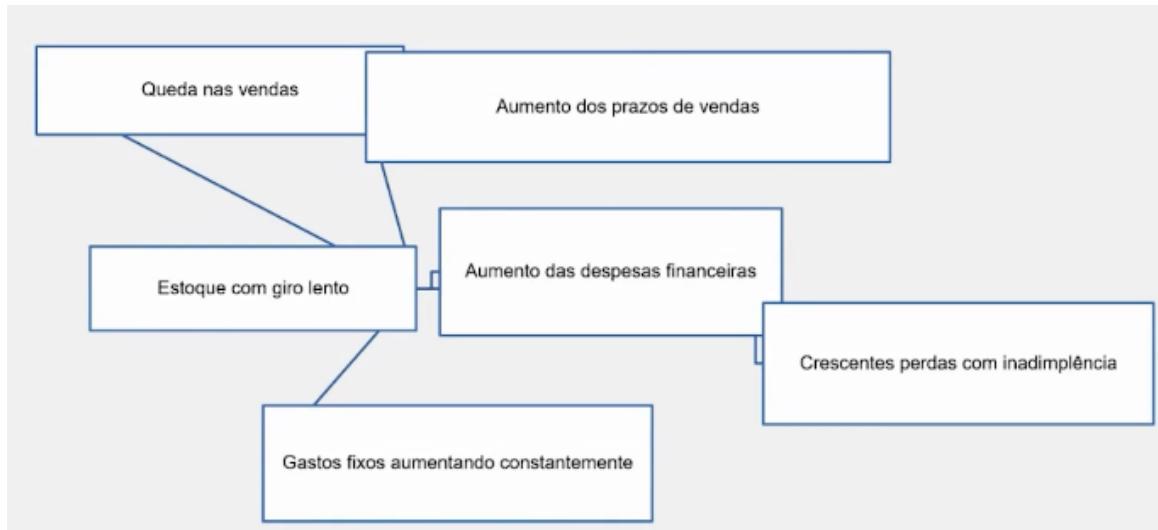
▼ Lucratividade / Rentabilidade

A **lucratividade** é uma medida que associa o lucro líquido à receita total para indicar qual é o ganho da empresa em relação às vendas realizadas. Se o lucro é expresso por meio de um valor nominal, como vimos antes, a lucratividade é mostrada em porcentagem sobre a receita bruta. A fórmula fica assim: $\text{lucro líquido} \div \text{receita total} \times 100$.

A **rentabilidade** é a medida do retorno financeiro de um investimento, seja uma empresa ou uma aplicação de renda fixa em um banco. Enquanto a lucratividade relaciona o lucro líquido com a receita total do negócio, a rentabilidade associa o mesmo lucro ao valor investido no empreendimento para saber se vale mesmo a pena. A fórmula da rentabilidade também é simples: $\text{lucro líquido} \div \text{investimento no negócio} \times 100$.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Faturamento}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro}}{\text{Investimento}} \times 100$$



▼ Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio é uma importante ferramenta de gestão financeira para identificar o volume mínimo de faturamento para não gerar prejuízos.

O ponto de equilíbrio é um **indicador de segurança do negócio**. É ele que mostra o quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos; que indica em que momento, a partir das projeções de vendas do empreendedor, a empresa estará igualando suas receitas e seus custos (SEBRAE, 2021).

Tipos de ponto de equilíbrio

Ponto de equilíbrio contábil

Esse é o mais comum e utilizado pelas empresas. Com ele, dividem-se os custos e as despesas fixas pela margem de contribuição, tendo, assim, o valor necessário para igualar os gastos e começar a ter o tão sonhado lucro.

Ponto de equilíbrio financeiro

Esse é muito semelhante ao anterior. A diferença é que ele exclui da conta depreciações e outras despesas que a empresa não precisa necessariamente desembolsar, mas que são contabilizadas em um Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE), por exemplo.



Ponto de equilíbrio econômico

Por fim, nós chegamos ao ponto de equilíbrio econômico. Nesse indicador, você precisa acrescentar o custo de oportunidade, que considera a margem de ganho que alguém poderia ter se tivesse investido em outro negócio ou em um fundo de investimento, por exemplo. Trata-se da escolha que alguém faz. Ao optar por um caminho, deixa outro de lado, que poderia ser mais lucrativo.

- Sendo assim, o negócio escolhido precisa gerar um resultado igual ou superior ao que foi preferido pelo empresário ou investidor. E é aí que entra o ponto de equilíbrio econômico, que, além dos custos, considera o custo de oportunidade para indicar o quanto é necessário faturar para equilibrar esse fator e tornar a opção vantajosa.

Quer um exemplo?

Um ponto de equilíbrio de 65% para uma receita de R\$ 100.000,00 anuais indica que a empresa terá eliminado as possibilidades de prejuízo quando tiver atingido o montante de R\$ 65.000,00 em vendas, passando, a partir de então, a acumular lucro.



▼ Prazo de retorno do investimento

Além disso, uma variação da fórmula da rentabilidade pode mostrar qual será o prazo para o empreendedor ter o investimento no negócio de volta. Para calcular o chamado payback (tempo necessário para a empresa se pagar), basta dividir o investimento pelo lucro líquido.



Fonte: Elaborado pelo professor (2021).

É muito importante o empreendedor ter noção desse conceito também, uma vez que um tempo estendido demais para ter o dinheiro de volta pode significar que o esforço para a abertura e o funcionamento da empresa simplesmente não valem a pena.

E quem atua com e-commerce sai na frente nessa corrida, pois consegue reduzir consideravelmente os gastos com manutenção, sem contar o fato de a loja online funcionar 24 horas por dia, o que eleva as chances de vendas.

Questões importantes sobre o retorno do investimento (*payback*):

DEFINA A TAXA DE RETORNO EXIGIDA

INVISTA NA ANÁLISE DO PROJETO DE CUSTOS E INVESTIMENTOS

Fonte: Elaborado pelo professor (2021).

É muito importante o empreendedor ter noção desse conceito também, uma vez que um tempo estendido demais para ter o dinheiro de volta **pode significar que o esforço para a abertura e o funcionamento da empresa simplesmente não valem a pena.**

▼ Texto: Planejamento Financeiro do Empreendedor

▼ PDF

[13_planejamento_financeiro_do_empreendedor.pdf](#)

Conceitos e definições do Plano Operacional

▼ Outros conceitos e definições importantes

Plano de produção organiza e otimiza equipamentos e recursos para entrega de demandas.

O plano de produção de uma fábrica está ligado ao atendimento de grandes demandas no melhor prazo. Através dele são reorganizados os recursos, materiais e equipamentos disponíveis para produção.

O planejamento ou plano de produção (PP) pode agregar inúmeras vantagens ao seu processo de gerenciamento de demandas. Dentro deste contexto, investir em um PP traz uma série de vantagens:



Fonte: PIXABAY. Disponível em: <https://pixabay.com/pt/photos/redes-pontos-linhas-interface-2496193/>

Uma das vantagens de um plano de produção é aumentar a produtividade.

Outras vantagens incluem:

- Otimização de produção → previsibilidade de entregas e diminuição de custo
- Previsão da rotina
- Minimização de perdas
- Redução de custos
- Controle de estoques
- Prevenção de atrasos

De acordo com TecLógica (2021, online), “O planejamento ou plano de produção (PP) pode agregar inúmeras vantagens ao seu processo de gerenciamento de demandas. Dentro deste contexto, investir em um PP traz uma série de vantagens.”

- Otimização da produção industrial;
- Previsão da rotina de produção;
- Minimização de perdas;
- Redução de custos;
- Controle de estoques;
- Prevenção de atrasos.

Vantagens do uso do Plano de Produção

Redução do tempo	Tanto o planejamento quanto a execução da produção têm seu tempo reduzido com o uso de tecnologias. O tempo de planejamento pode sofrer uma redução de mais de 80%.
Maior precisão	A tecnologia oferece monitoramento de toda a linha de produção em tempo integral. Com isso, todo o trabalho do chão de fábrica torna-se integrado.
Aumento de velocidade	Não apenas a otimização da produção é favorecida, como também a capacidade de reação frente a problemas no chão de fábrica também é melhorada. Isso porque os colaboradores estarão em posse de dados e informações sobre tudo o que ocorre.
Previsibilidade	Tendo uma visão geral a respeito da produção, é possível prever com antecedência se um equipamento corre risco de falha, seja por sobrecarga ou necessidade de troca de peça. Assim, pode ser enviado à manutenção e substituído por outro que esteja ocioso.
Redução de custos	Já sabemos que um APS e um plano de produção trazem a capacidade de prever problemas e de encontrar rapidamente soluções. Desta forma, a fábrica digital contribui para a prevenção de novas situações que acarretem a paralisação da produção.

Fonte: Elaborado pelo professor com base TecLógica (2021, online). Disponível em:
<https://www.teclogica.com.br/plano-de-producao/>

Assim como o processo empreendedor requer uma enorme quantidade de informações, o PP só será efetivo se lhe forem oferecidos todos os detalhes da produção que deve planejar, o que inclui até mesmo as estimativas de vendas e quais são as atuais estratégias da empresa para com seu mercado consumidor. Outro ponto importante e que depende do bom conhecimento do empreendedor e sua equipe, está na compreensão das atividades demandadas no chão de fábrica, pois delas depende o processo de melhoria contínua da produção.

▼ Layout ou arranjo físico

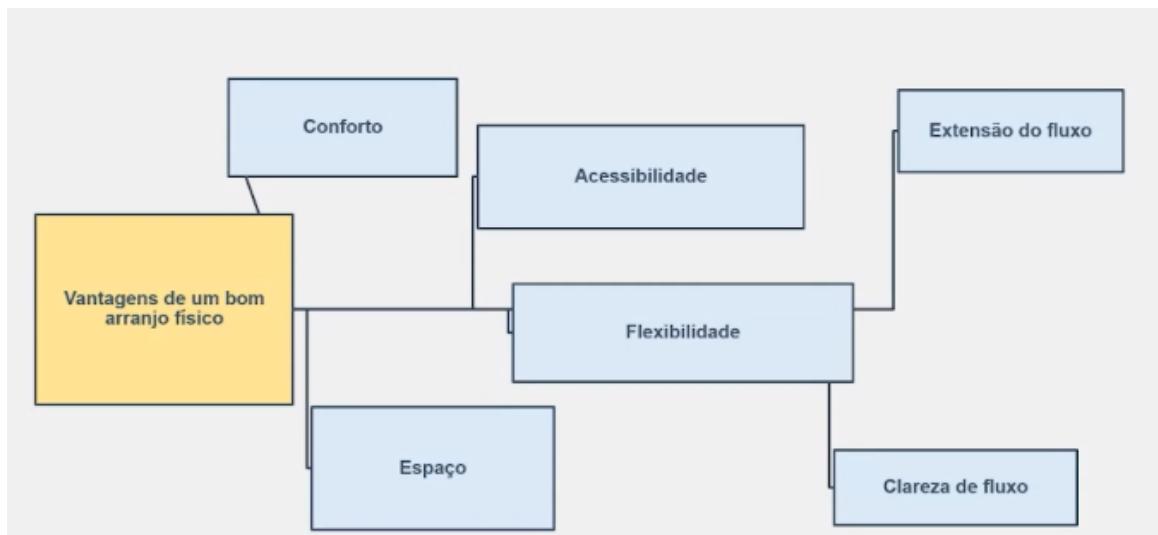
Layout ou arranjo físico é a técnica de administração de operações cujo objetivo é aumentar a eficiência do sistema de produção. Um fluxo bem ajustado permite a rápida movimentação dos produtos através do sistema produtivo. O arranjo físico é o ponto-chave quando o assunto é eficiência da produção.

O layout é a técnica de administração de operações cujo objetivo é criar a interface homem-máquina para aumentar a eficiência do sistema de produção
(JONES & GEORGE, 2008)

O arranjo físico (*layout*) é muito importante para a produtividade, pois o fluxo dos processos pode ser otimizado ou prejudicado em função da distribuição física dos equipamentos.

Tipos de Layout

- Layout por produto;
- Layout por processo;
- Layout com posição fixa.



▼ Empreendedorismo jurídico

Empreender é ter um modelo de negócio e implementá-lo de fato, seja abrindo uma indústria ou comércio com sede física ou investindo em e-commerce.
Ligamos sempre o empreendedorismo a tecnologia, inovação, gestão.

O empreendedorismo jurídico é o novo imperativo da advocacia no Brasil, em um cenário de redução dos postos de trabalho e transformação digital do mercado.

De acordo com dados da OAB Nacional de novembro de 2019, há 1,26 milhão de advogados no Brasil – um advogado para cada 166 habitantes, em média.

Quando questionados sobre os maiores vilões do mercado jurídico em 2019, os participantes apontam três principais problemas: mercado saturado, desorganização e economia do país.

A forma burocratizada dos advogados está ficando para trás.

1. Investir na área de compliance
2. Aproveitar a Lei de Proteção de Dados
3. Inovar com uma lawtech
4. Embarcar na tendência do Legal Design Thinking

▼ Perfil do empreendedor jurídico

Estamos falando de uma pessoa proativa, curiosa, atualizada quanto às matérias legais e às tecnologias sendo utilizadas em tempos de transformação digital para aproximar pessoas, facilitar processos e promover metodologias laborais.



• Lawtechs

Empreendedorismo jurídico também é promovido em startups ligadas à matéria legal. Elas estão, por exemplo, facilitando a gestão de processos dos advogados integrando sites dos tribunais e publicações em diário eletrônico com a agenda do profissional. Oferecendo a resolução de conflitos (acordos, mediação e arbitragem) em ambiente virtual e outras capazes de analisar em pouco tempo um volume imenso de jurisprudência sobre determinado caso para medir suas chances de êxito em um processo judicial.

• Escalabilidade

O conceito tem tudo a ver com empreendedorismo jurídico: é a capacidade de replicar boas práticas em um curto espaço de tempo e, assim, conquistar o mercado. As lawtechs estão fazendo isso com suas soluções porque elas são reproduzíveis em diversos escritórios de advocacia ou departamentos jurídicos de empresas.

- **Razões para empreender na área**

O profissional do futuro é quem antevê tendências e se prepara para atender às demandas. Muitas carreiras serão bem-sucedidas pela capacidade da pessoa de se adaptar às novas tecnologias e utilizá-las a favor do cliente.

O empreendedorismo jurídico coloca você em contato com gente proativa, dinâmica, que tem sede de conhecimento, entende a necessidade de estudar gestão e adotar as inovações tecnológicas para otimizar a prestação de seus serviços.

▼ Texto: Conceitos e definições do Plano Operacional

▼ PDF

[14_conceitos_e_definicoes_do_plano_operacional.pdf](#)

Caminhos para facilitar a criação de um novo negócio

▼ Sebrae

Sebrae

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, pertencente ao Sistema S, que ainda engloba outras entidades como SESI, SENAI, SENAC, entre outros.

Se você é um dos empreendedores de micro ou pequeno porte, que faturam até R\$ 3 milhões e meio por ano, saiba que existe uma entidade que pode auxiliar você em diversos assuntos relacionados ao seu negócio.



Identidade empreendedora

Perfil Empreendedor
Descubra sua identidade e características empreendedoras.

QUANDO EMPREENDER VIRA
O MELHOR EM VOCÊ
EMPRETEC SEM PONTO DE VIRADA

VOCÊ ESTÁ PREPARADA(O) PARA CONSEGUIR CRÉDITO?

IDEIAS DE NEGÓCIOS

Autodiagnóstico
Saiba se está em condições de ter seu pedido de financiamento aprovado por uma instituição bancária.

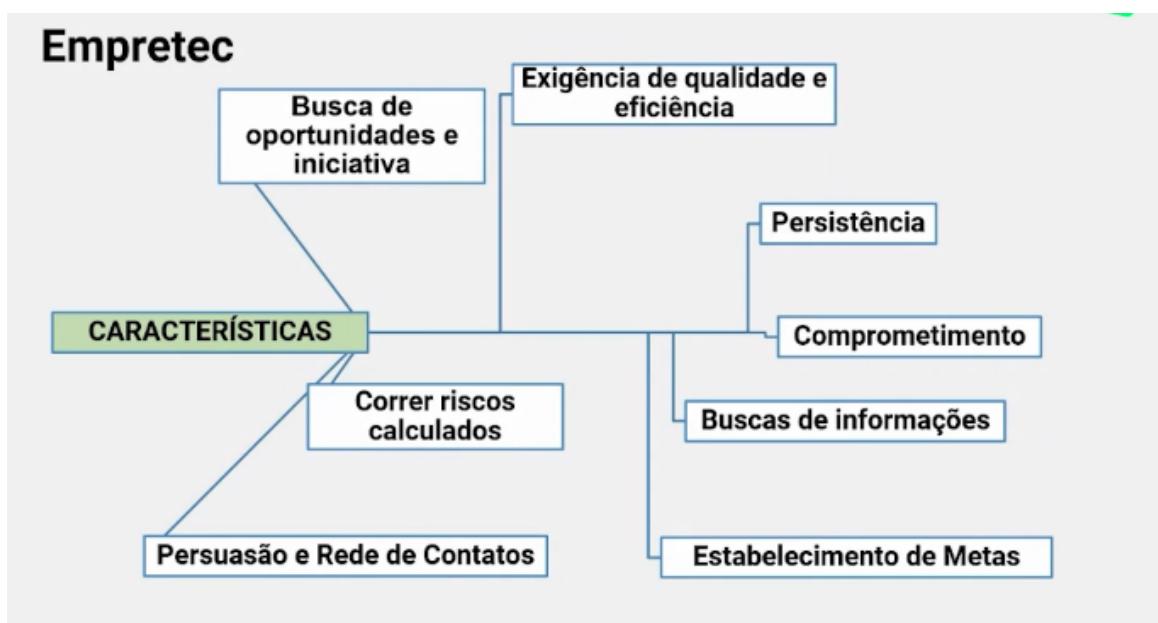
Ideias de Negócios
Não sabe que negócio ter? Veja mais de 350 sugestões.

▼ Empretec

Empretec é o principal programa de formação de empreendedores no mundo, um seminário intensivo criado pela Organização das Nações Unidas (ONU), promovido em 40 países e que no Brasil é exclusivo do Sebrae.

O participante aprende mais do que técnicas de empreender. Ele descobre seu perfil empreendedor, suas habilidades, desenvolve suas capacidades e passa por uma imersão de 6 dias com desafios para despertar sua identidade empreendedora.

Empretec



▼ Fontes de Fomento

Conhecer as políticas públicas (federais, estaduais e municipais) pode facilitar o caminho a ser percorrido pelo empreendedor. Ao contrário, sem qualificação e preparo sobre o assunto, torna-se muito complexo utilizar, por exemplo, os benefícios fiscais oferecidos.

A Lei do Bem e o desenvolvimento tecnológico

É de conhecimento comum que o desenvolvimento de qualquer país está intrinsecamente ligado ao investimento que é realizado em pesquisas, inovação e desenvolvimento tecnológico. O Ministério das Ciências, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC), através da Lei 11.196/05, também conhecida como a Lei do Bem, criou incentivos fiscais às pessoas jurídicas que realizarem pesquisa e desenvolvimento de inovação tecnológica.

Pré-requisitos da Lei do Bem

Existem alguns pré-requisitos para obter os incentivos fiscais da Lei do Bem. São eles:

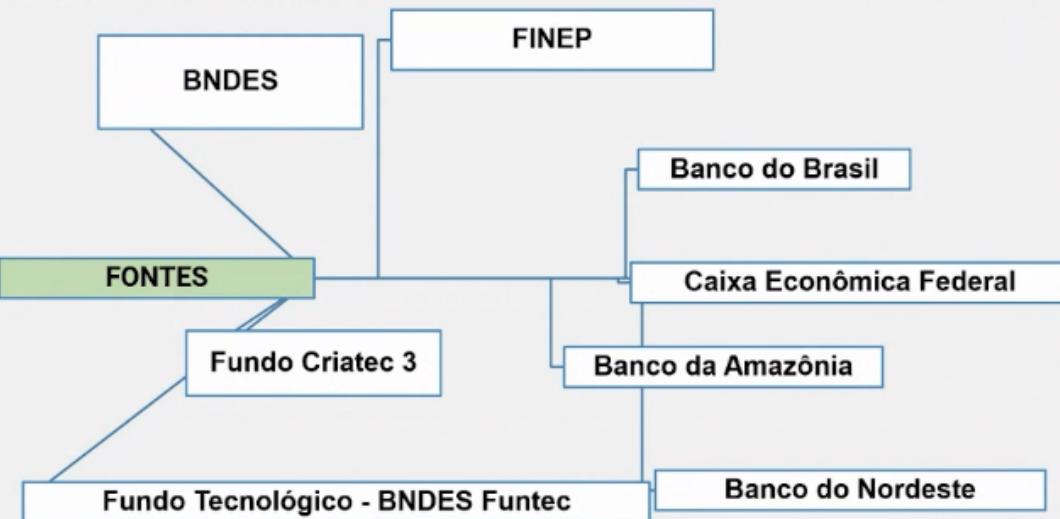
As empresas devem estar em regime de tributação do Lucro Real;

Apresentar Lucro Fiscal;

Ter regularidade fiscal comprovada;

Investir em Pesquisa e Desenvolvimento em Inovação Tecnológica no Brasil.

Fontes de Fomento

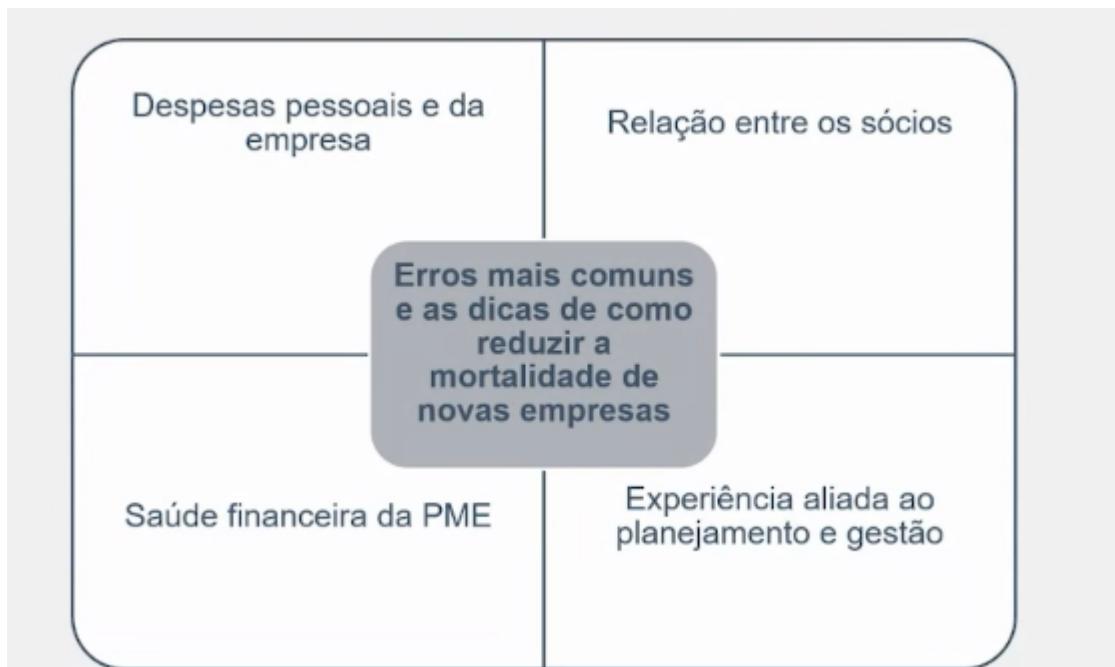


▼ Como reduzir a mortalidade de empresas

Empreendedorismo por Necessidade e Oportunidade

É verdade que muitos dos novos empreendedores o fazem por necessidade, como alternativa à crise que se instalou no país. Mas a pesquisa revela também que boa parte está abrindo seus negócios por vislumbrar uma oportunidade e não somente pela falta de opção de renda.

A pesquisa do Sebrae sobre a Sobrevivência das Empresas no Brasil, levantou que apenas 58,4% das PMEs (Pequenas e Médias Empresas) sobrevivem mais de dois anos, isso sem considerar os MEIs (Microempreendedores Individuais).



▼ **Texto: Caminhos para facilitar a criação de um novo negócio**

▼ PDF

[15_caminhos_para_facilitar_a_criacao_de_um_novo_negocio.pdf](#)

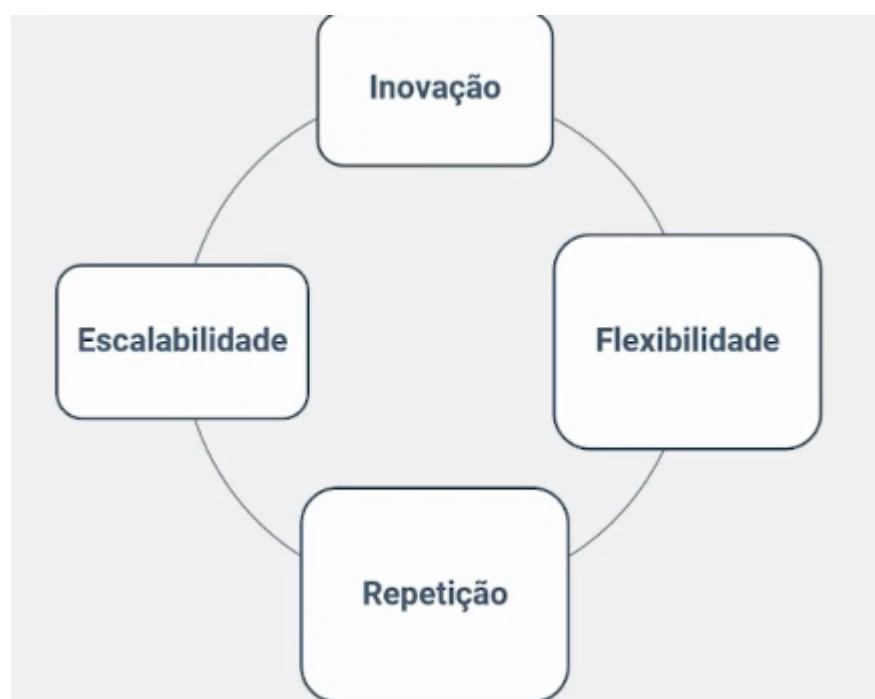
Novos tipos de empreendedores

▼ Startups

O termo Startup ainda é muito novo e, apesar de conhecido, poucos sabem dizer o que ele realmente significa. Alguns acreditam que é uma empresa em seu período inicial. Outros dizem que é uma empresa com custos baixos, mas com grande potencial de crescimento. Ou há os que dizem que Startups são apenas empreendimentos online.

Mas, afinal, o que é Startup? Apesar das várias definições, existe uma que é a mais atual e adequada. Segundo essa ideia, **uma Startup é uma empresa que possui um modelo de negócios repetível e escalável**. Além de ser constituída por um grupo de pessoas com perfil empreendedor, que sempre buscam por inovação.

Características de uma startup



Exemplos de startup



Como criar uma startup

Como criar uma Startup?

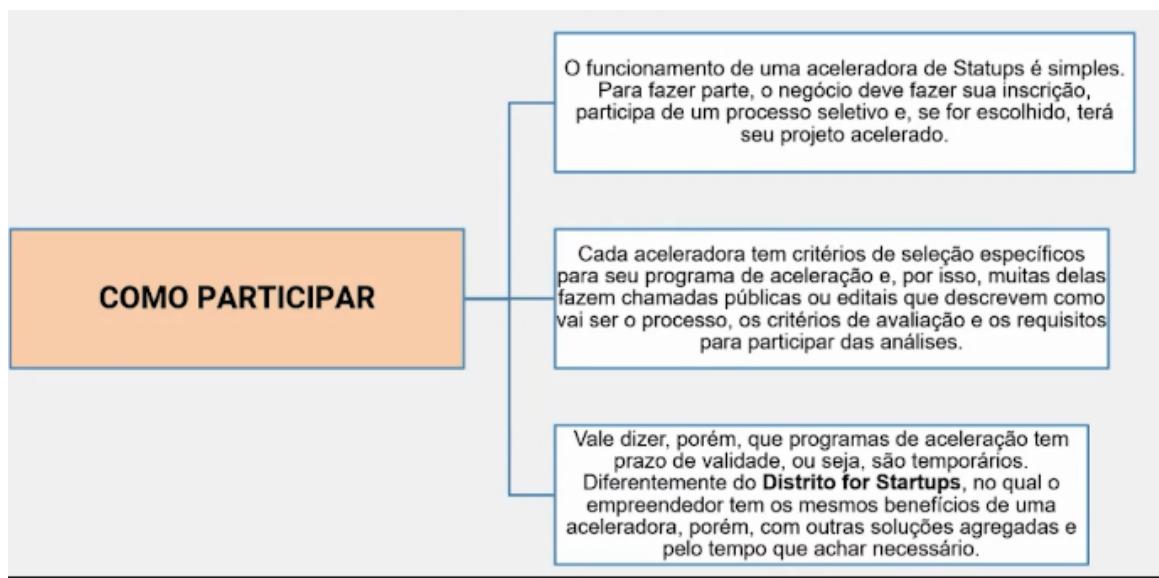
1. Visão do produto/Validação
2. Definição do Modelo de Negócios
3. Validação da Solução/MVP Concierge
4. Definição das Personas
5. Construção do MVP

▼ Aceleradoras

Aceleradoras são empresas cujo objetivo principal é apoiar e investir no desenvolvimento e rápido crescimento de startups, ajudando-as a obter novas rodadas de investimento ou a atingir seu ponto de equilíbrio (*break even*), fase em que elas conseguem pagar suas próprias contas com as receitas do negócio.

"Além dos serviços de apoio e benefícios oferecidos, a aceleradora investe também um pequeno valor financeiro, o chamado *survival money* e, em contrapartida, torna-se sócia da startup até o desinvestimento, que é quando sua participação é vendida para investidores ou empresas".

- **Aceleração é a mesma coisa que incubação de um negócio?**
- A resposta, como adiantamos, é não. Aceleradoras e incubadoras têm propostas de atuação diferentes. Entre elas, podemos citar:
- incubadoras trabalham com pequenas empresas de [níchos específicos](#), enquanto as aceleradoras recebem startups escaláveis e sem restrição em suas áreas de atuação;
- as aceleradoras, na maioria das vezes, são gerenciadas por outros empreendedores e investidores experientes, enquanto no caso das incubadoras a gestão fica por conta de executivos experientes e bem relacionados com o poder público, universidades e empresas do trade;
- a incubadora usa um processo de consultoria no seu relacionamento com a pequena empresa enquanto a aceleradora organiza-se com mentorias, treinamentos, conexão com hubs de inovação etc.



▼ Incubadora

O que é uma incubadora de empresas?

A incubadora de empresas é uma forma de estimular o empreendedorismo. Ela fortalece e prepara as pequenas empresas com o intuito de fazê-las sobreviver no mercado.

É um local que abriga esses negócios, oferecendo estrutura capaz de estimular, fornecer e agilizar a transferência de resultados de pesquisa para atividades voltadas à produção.

- **Para que serve?**

- A incubadora de empresas é um ambiente planejado e protegido que serve para desenvolver os empreendimentos que desejam investir em novos projetos.
- Por isso, a incubadora oferece apoios **gerencial** e técnico com serviços de recepção, internet, telefone, secretaria, salas de reunião, ou seja, a estrutura necessária para que se possa desenvolver o negócio.

Além disso, a incubadora possibilita parcerias e oportunidades para que você, como empreendedor, realize seu sonhado projetoempresa.

Por meio da incubadora, o empresário tem um serviço de assessoria voltado às áreas de gerência, contabilidade, jurídica, gestão financeira, apuração, controle de custo e exportação.

Por meio desse incentivo, o empreendedor também tem acesso a treinamentos, cursos e assinaturas de revistas e jornais para que possa estar sempre bem informado em relação ao mercado.

Quais os benefícios da empresa ser incubada?

Uma empresa incubada é um negócio com grande chance de expansão e crescimento, pois o empreendimento se desenvolve em um ambiente voltado à inovação e ao empreendedorismo.

De acordo com as informações do [Portal do Brasil](#), tanto no Brasil quanto no mundo, a taxa de mortalidade de uma empresa que faz parte de uma incubadora é reduzida em 20% com relação àquelas que não fazem.

Portanto, ter seu empreendimento em uma incubadora é uma excelente alternativa!

Viu como estar em uma incubadora de empresas é importante para o seu negócio? Agora que você já sabe o que é esse processo e quais as vantagens que ele oferece para seu empreendimento, que tal contar com um grupo de profissionais que poderá lhe ajudar a ser um empreendedor de sucesso?

▼ Dicas ao "jovem" empreendedor

Chegamos ao final da nossa jornada !!

- Não importa se você é dono de uma pequena empresa ou de uma **startup**, o sucesso de um negócio é o que todo **empreendedor** almeja. O reconhecimento varia de negócio para negócio, mas todo empresário sabe que é preciso dedicar-se e aprender com os próprios erros para ter sucesso.



Chegamos ao final da nossa jornada !!

- **PREPARE-SE PARA ERRAR;**
- **FALHE RÁPIDO;**
- **NÃO DEPENDA SOMENTE DE PARCERIAS;**
- **JUNTE-SE COM EMPRESAS SIMILARES;**
- **NÃO EXISTE FOLGA;**
- **SEJA REALISTA NAS FINANÇAS;**
- **ALIMENTE SEU ESPÍRITO EMPREENDEDOR**



▼ Texto: Novos tipos de empreendedores

▼ PDF

[16_novos_tipos_de_empreendedores.pdf](#)

▼ Materiais de apoio e referências

▼ Ementa do curso

[Ementa - Empreendedorismo e Criação de Novos Negócios.pdf](#)

▼ VIDEO: Como montar um plano de negócio em 8 passos simples

<https://www.youtube.com/watch?v=Vo58KINaPaA>

▼ ARTIGO: Marketing de serviços: uma visão baseada nos 8 Ps

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/marketing-de-servicos-uma-visao-baseada-nos-8-ps,a799a442d2e5a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

▼ VIDEO: 4Ps de marketing: o que são e como fazer

<https://www.youtube.com/watch?v=sRXdjPDFhpE>