

# PROJETO IV

PROFa. GERMANA ROLIM

## Aula 03 – Identificando Oportunidades de Negócio



# AGENDA



- Identificando Oportunidades de Negócio
- Plano de Negócios
- Modelo de Negócio

# Identificando Oportunidades de Negócio

“Nada é mais perigoso do que uma ideia,  
quando ela é a única que temos”  
(Alain Chartier)

# DIFERENCIANDO IDEIAS DE OPORTUNIDADES

- O empreendedor curioso e criativo sempre está à procura de novas oportunidades e atento ao que **ocorre à sua volta**;
- Apesar de existirem **muitas fonte de informação**, identificar uma nova oportunidade pode não ser fácil;
- É importante que o empreendedor **teste** sua ideia ou conceito de negócio junto a clientes em potencial e saber **capitalizar sobre a ideia**, identificando uma oportunidade de negócio;

# DIFERENCIANDO IDEIAS DE OPORTUNIDADES

- Enfim, o que o empreendedor deve fazer para estimular sua criatividade e gerar novas ideias é **observar tudo e todos, sem se preocupar, em um primeiro momento, se uma ideia é viável ou não, ou seja, se ele tem ou não uma boa oportunidade nas mãos;**
- Essa análise deve ser feita em uma segunda etapa, após a seleção natural de várias ideias (baseada no feeling do empreendedor e de quanto ele se identificou com cada ideia);

# DIFERENCIANDO IDEIAS DE OPORTUNIDADES

- **Antes** de concepção de um plano de negócios completo, o empreendedor deve avaliar a oportunidade que tem em mãos, para evitar despende tempo e recursos em uma ideia que talvez não agregue tanto valor ao negócio nascente ou já criado.

**Mas como identificar a oportunidade correta?**

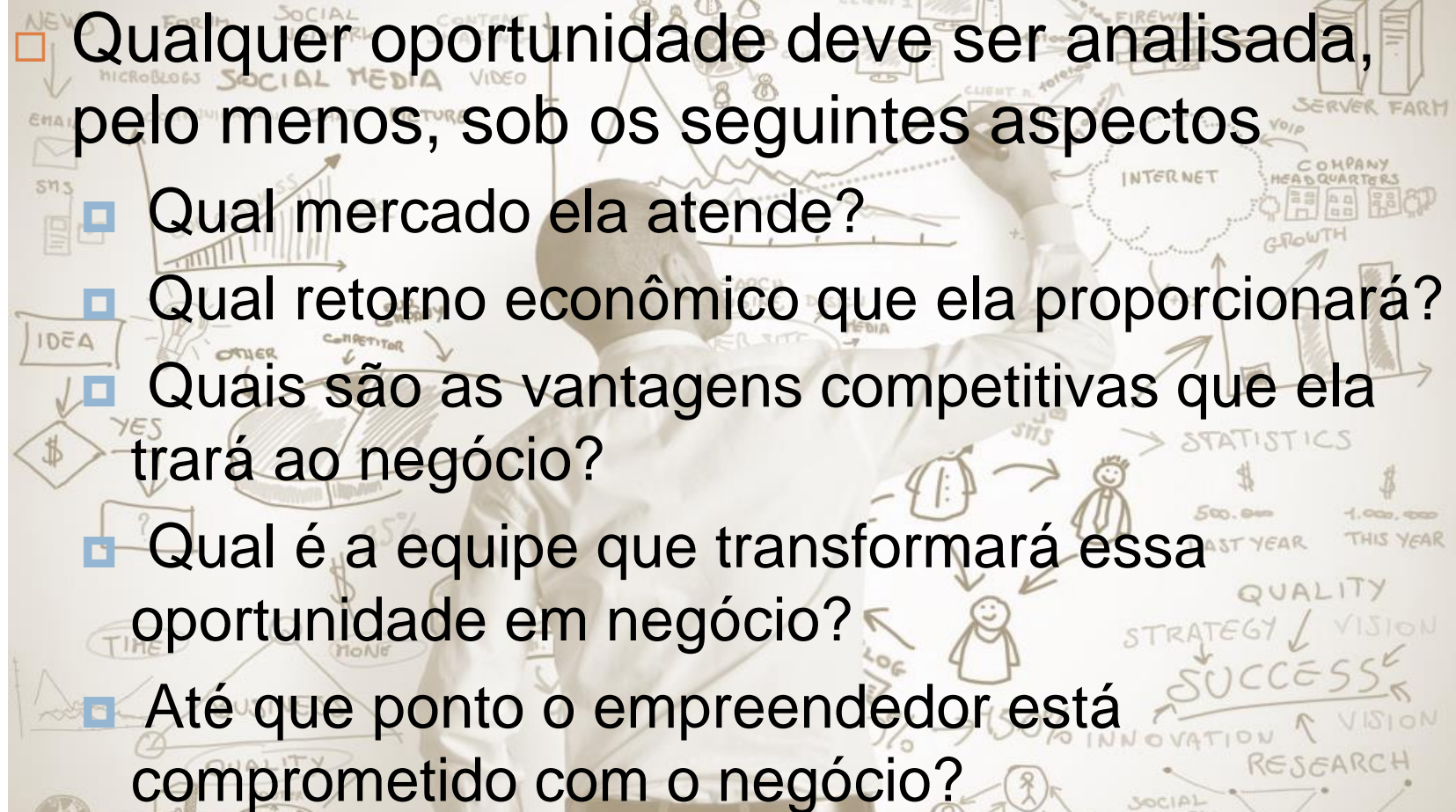
# REFLEXÃO



- Qual sua ideia de negócio?
- Quais os motivos que o fizeram considerar sua ideia como uma boa ideia de negócio?
- Ela foi sua única ideia?

# AVALIANDO UMA OPORTUNIDADE

## Modelos de Avaliação

- 
- Qualquer oportunidade deve ser analisada, pelo menos, sob os seguintes aspectos
    - ▣ Qual mercado ela atende?
    - ▣ Qual retorno econômico que ela proporcionará?
    - ▣ Quais são as vantagens competitivas que ela trará ao negócio?
    - ▣ Qual é a equipe que transformará essa oportunidade em negócio?
    - ▣ Até que ponto o empreendedor está comprometido com o negócio?



# CHECKLIST DE OPORTUNIDADE

- ❑ Existe um problema para ser resolvido?
- ❑ Existe um produto ou serviço que solucionará este problema?
- ❑ Nós podemos identificar com clareza os clientes potenciais?
- ❑ Nós podemos efetivamente implantar uma estratégia de marketing e vendas que seja exequível (custo/retorno)?
- ❑ A janela da oportunidade está aberta?



# Plano de Negócio

# O processo empreendedor

## Identificar e avaliar a oportunidade

criação e abrangência da oportunidade  
valores percebidos e reais da oportunidade  
riscos e retornos da oportunidade  
oportunidade versus habilidades e metas pessoais  
situação dos competidores

## Desenvolver o Plano de Negócios

1. Sumário Executivo
2. O Conceito do Negócio
3. Equipe de Gestão
4. Mercado e Competidores
5. Marketing e Vendas
6. Estrutura e Operação
7. Análise Estratégica
8. Plano Financeiro Anexos

## Determinar e Captar os recursos necessários

recursos pessoais  
recursos de amigos e parentes  
*angels*  
capitalistas de risco  
bancos  
governo  
incubadoras

## Gerenciar a empresa criada

estilo de gestão  
fatores críticos de sucesso  
identificar problemas atuais e potenciais  
implementar um sistema de controle  
profissionalizar a gestão  
entrar em novos mercados

# Por que escrever um Plano de Negócios?

- Para entender e estabelecer diretrizes para o seu negócio
- Testar a viabilidade de um conceito de negócio
- Para gerenciar de maneira mais eficaz a empresa e tomar decisões acertadas
- Para monitorar o dia-a-dia da empresa e Orientar o desenvolvimento das operações e estratégia
- Para conseguir FINANCIAMENTOS e recursos
- Transmitir credibilidade

# Possíveis Públicos-Alvos de um Plano de Negócios

- Mantenedores das incubadoras
- Parceiros: para estabelecimento de estratégias conjuntas
- Bancos: para outorgar financiamentos para equipamentos
- Investidores: empresas de capital de risco, pessoas jurídicas, BNDES, governo e outros interessados
- Fornecedores: para outorgar crédito para compra de mercadorias e matéria prima
- A própria empresa: para comunicação interna da Gerência com Conselho de Administração e com os empregados
- Os cliente potenciais: para vender a idéia e o produto/serviço

# Estrutura para Empresas Estabelecidas

- Capa
- Sumário Executivo
- Descrição da empresa
  - Histórico de resultados
- Oportunidades identificadas
- Análise de Mercado (nichos específicos) e Concorrência
  - Clientes atuais e potenciais
- Portfólio de produtos/serviços
  - Descrição dos produtos
  - Plano de acompanhamento e gestão dos produtos (métricas)
- Gestão de Operações
  - Processos de negócio
- Equipe (e áreas envolvidas)
  - Plano de capacitação da equipe (treinamentos/seminários/cursos)
- Estratégia de marketing e vendas
  - Políticas de comercialização
  - Responsáveis e Metas (curto, médio e longo prazo)
- Projeção de resultados
  - Premissas utilizadas
  - Horizonte de curto, médio e longo prazos

# Qual o tamanho de um Plano de Negócios?

- Plano de Negócios completo: 15 a 40 páginas mais anexos.
- Plano de Negócios resumido: 10 a 15 páginas.
- Plano de Negócios Operacional: tamanho variável; uso interno.



# Exemplos - SEBRAE

- Ideias de Negócio - Como montar?

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipococonteudo/empreendedorismo?codTema=2>

Como montar uma produtora de games?

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-produtora-de-games>



A cena que se via, era mais ou menos, assim:

- Cara, tive uma idéia fantástica e estou pensando em criar uma nova empresa! Algum conselho?
- Humm... Você já escreveu um plano de negócios?
- Ainda não. Você realmente acha que é necessário?
- Mas é claro! Não viu as estatísticas? Um plano de negócios é fundamental para o sucesso de um novo negócio!
- Sim, eu sei. Mas ele é tão longo, tão repetitivo... Essa é a minha única opção?
- A única e a melhor de todas! Você vai tirar de letra! E lembre-se que um bom plano tem cerca de 40 páginas, sem contar os anexos. Ok? Boa Sorte!
- Tá bom... Obrigado pelo conselho!

**Agora imagine se você tivesse cerca de 5 ideias diferentes?**

# Plano x Modelo

- ❑ Não estamos dizendo que você não deva analisar o seu mercado ou fazer um exercício de projeção de fluxo de caixa. Se desejar, pode até mesmo desenvolver um plano de negócios.
- ❑ Só não faça isso na fase inicial, pois ao
- ❑ contrário de um plano, um modelo permite que você prototipe diferentes versões do seu negócio até chegar a uma que faça mais sentido.
- ❑ Em seguida, o melhor é partir para testar suas hipóteses junto ao mercado.

# Plano x Modelo

- Era necessário criar algo que incentivasse a inovação, a prototipação e co-criação (criação colaborativa). Utilizando-se, assim, de conceitos de design thinking.
- Chegou-se a tela (conhecida como canvas) separada em nove blocos.

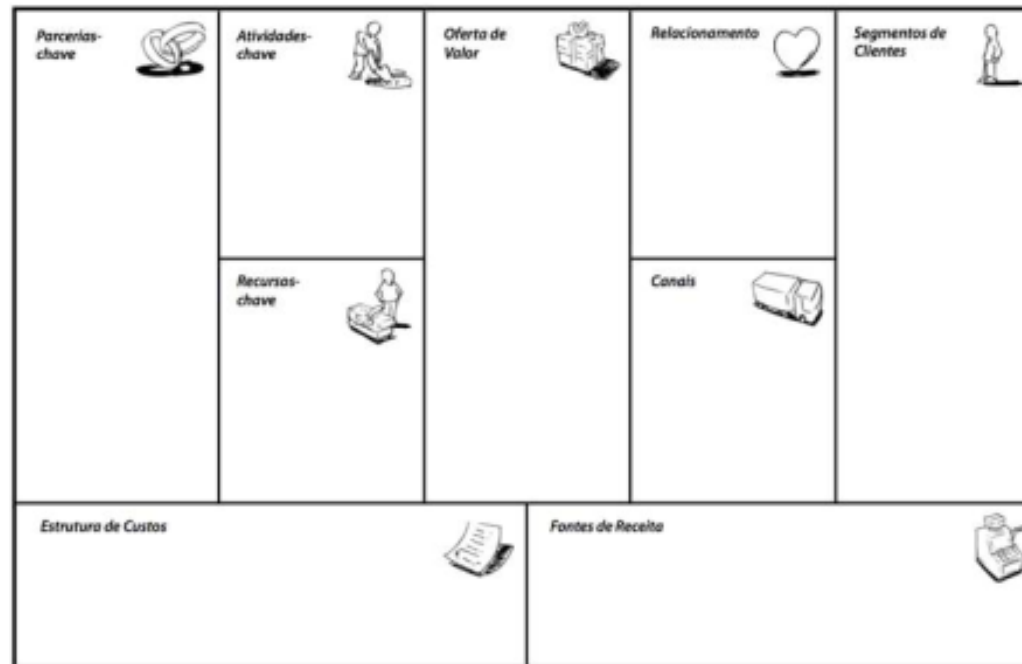


# Modelo de Negócio

CANVAS

# CANVAS

- “Business Model Generation” (Geração de Modelo de Negócios).
- ▣ BUSINESS MODEL CANVAS

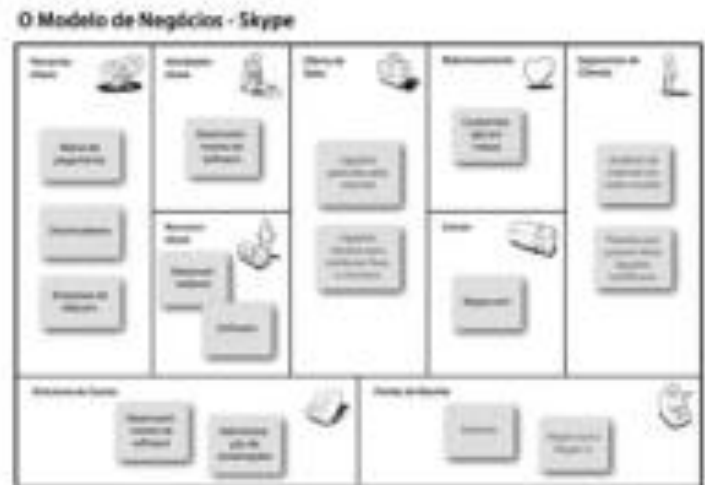


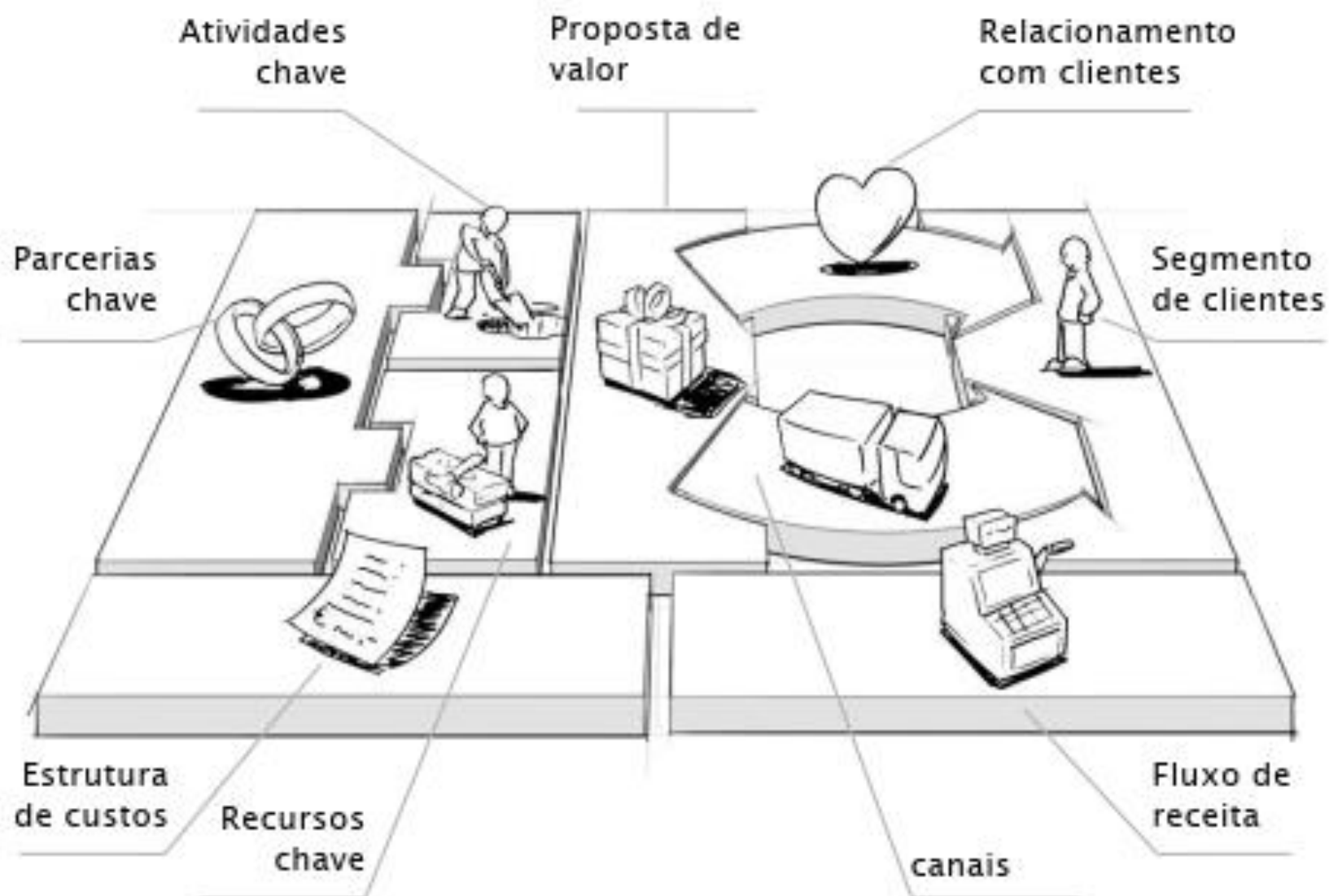
# CANVAS

- Todo o negócio seja visualizado em uma única página;
- visualize o “encaixe estratégico” que existe entre diferentes áreas;
- facilidade de prototipação que permite que novos negócios sejam analisados mais rapidamente e em várias versões diferentes.



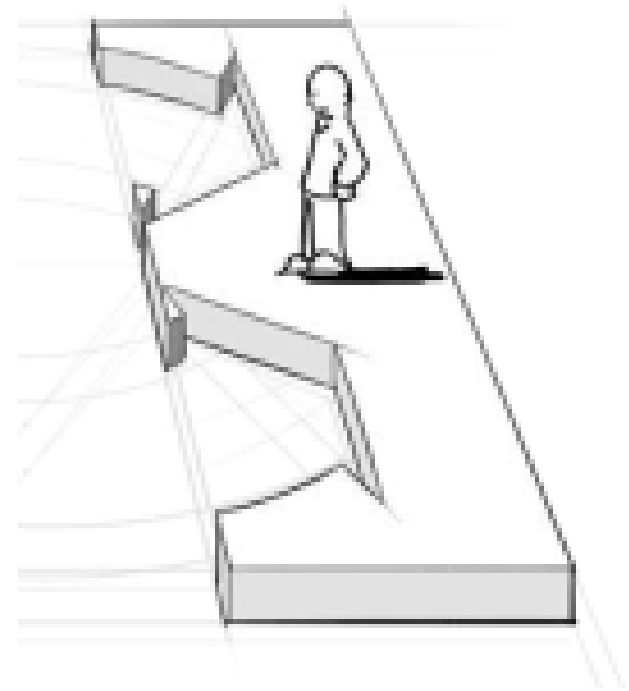
X





# SEGMENTO DE CLIENTES

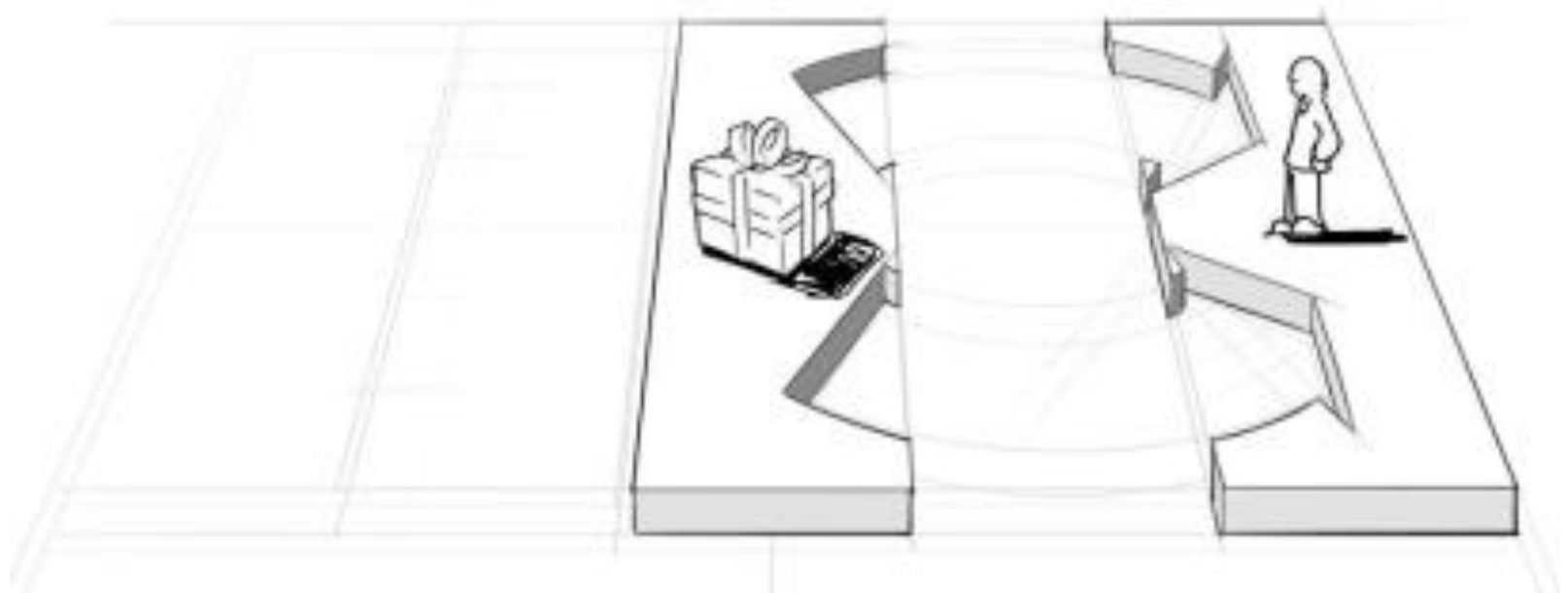
- Definição do nicho de mercado;





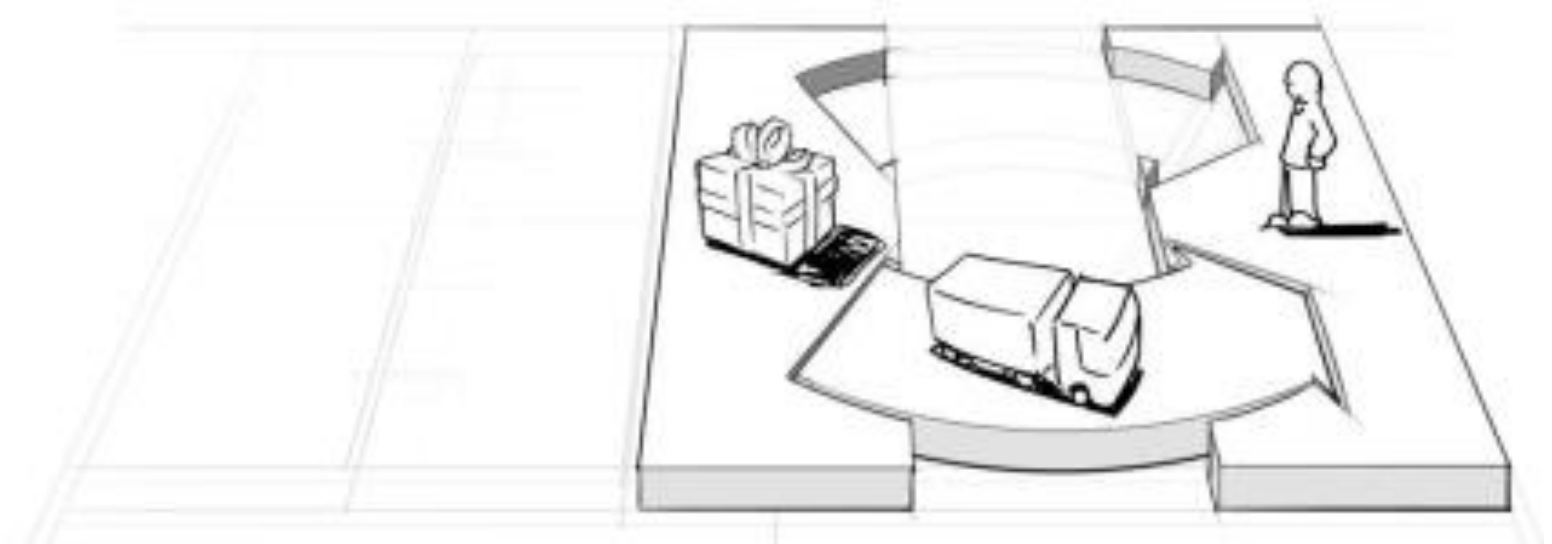
# OFERTA DE VALOR

- Valor = benefício aos clientes;
- Diferencial entre os concorrentes.



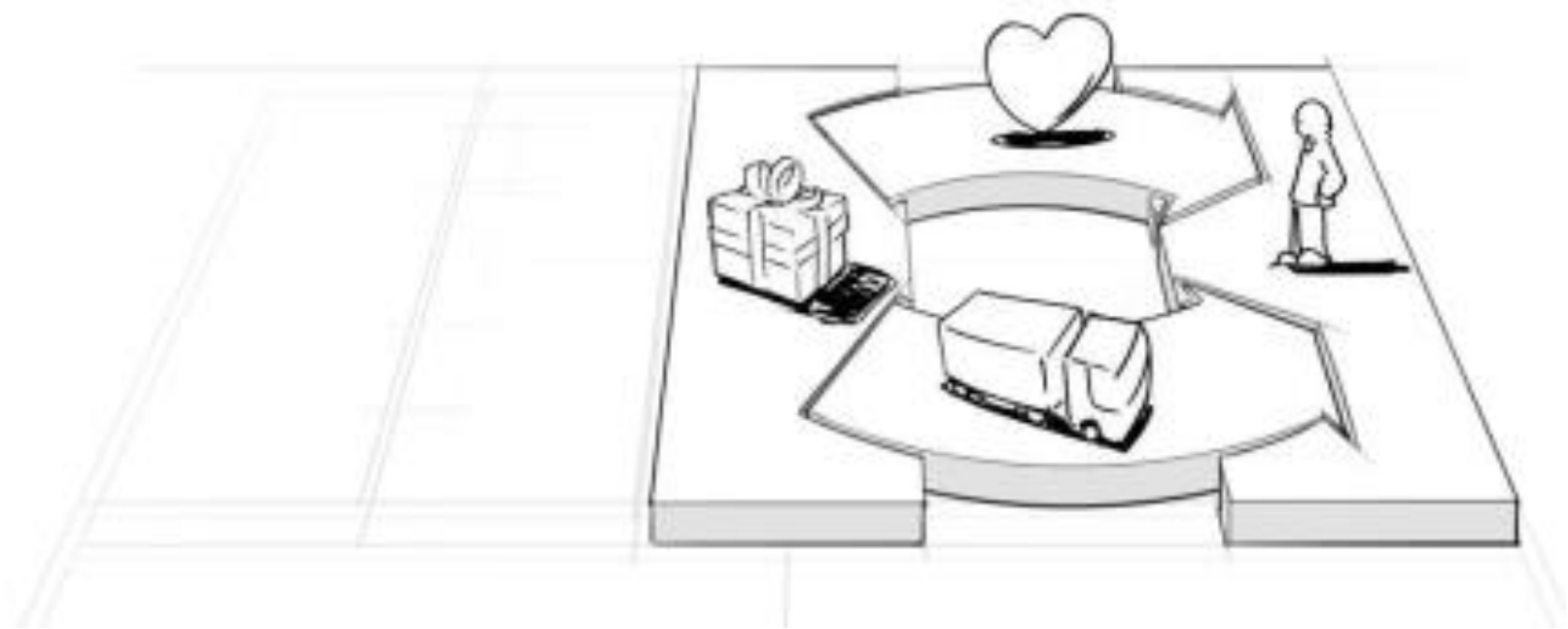
# CANAIS

- Caminhos pelos quais a empresa comunica e entrega valor para o cliente;
- os 4 Ps = “P” de Praça e o “P” de Promoção



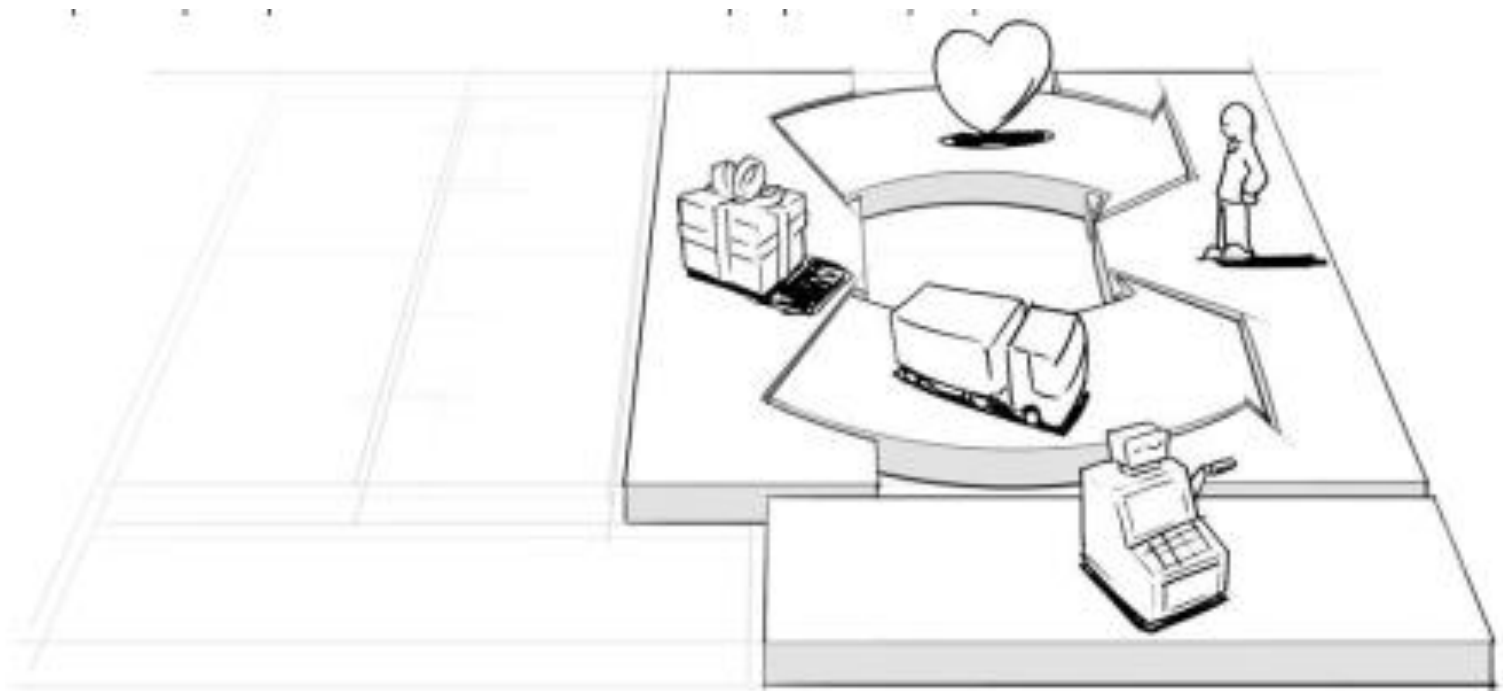
# RELACIONAMENTO

## □ Estratégias de retenção de Clientes



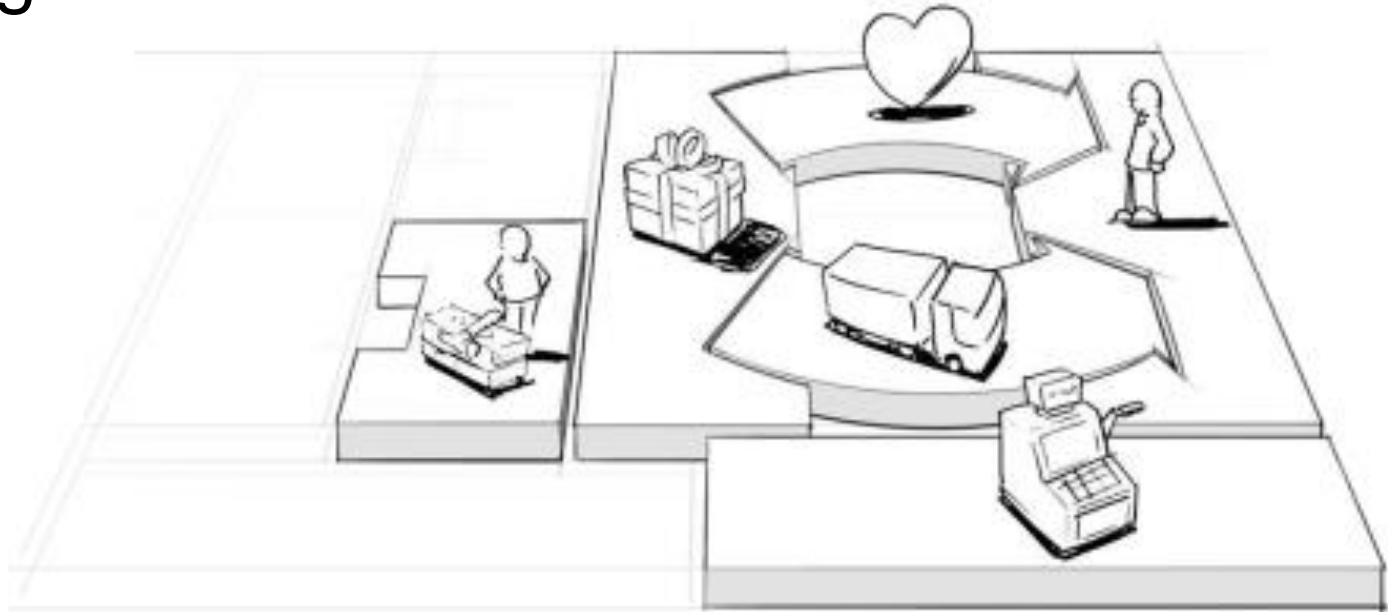
# FLUXO DE RECEITAS

- como o cliente pagará pelos benefícios recebidos;



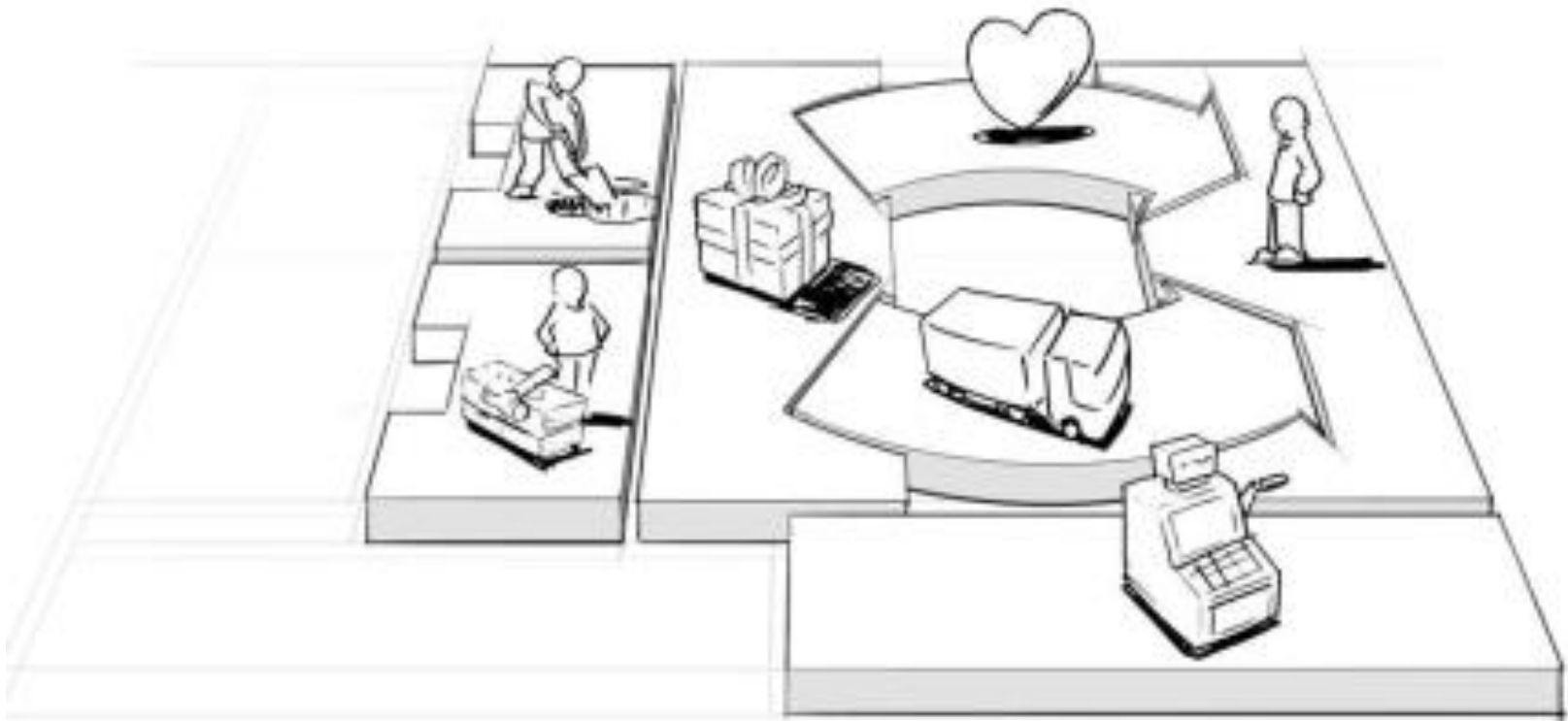
# RECURSOS-CHAVE

- o lado esquerdo está relacionado à parte operacional do negócio;
- ativos fundamentais para fazer o Modelo de Negócios funcionar.



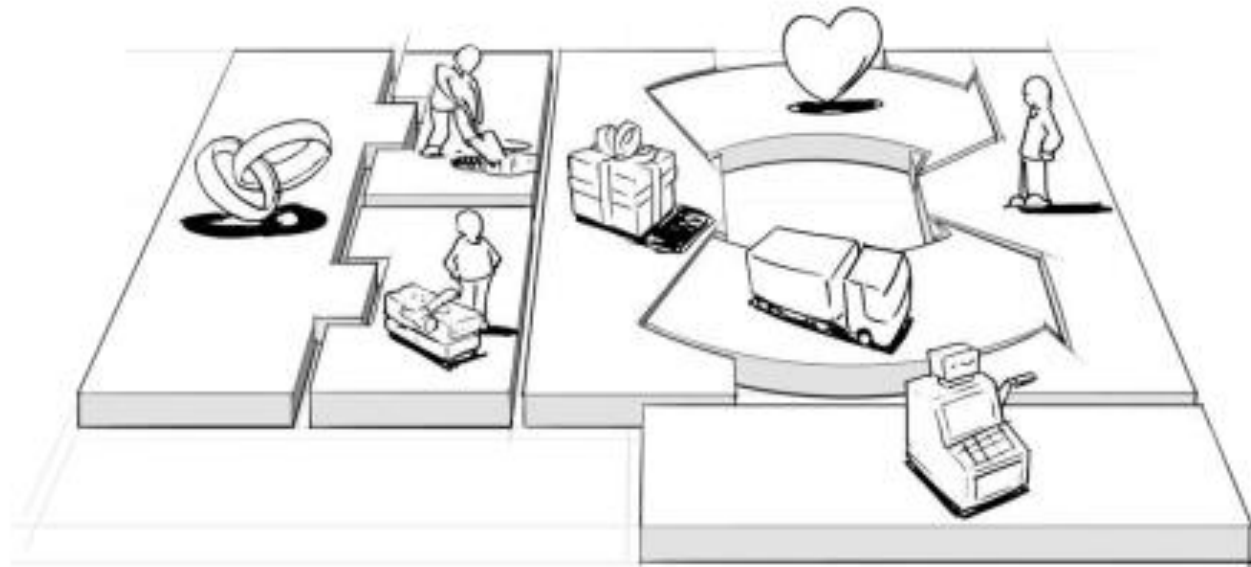
# ATIVIDADES-CHAVE

- atividades mais importantes que a empresa deve fazer de forma constante.



# PARCERIAS-CHAVE

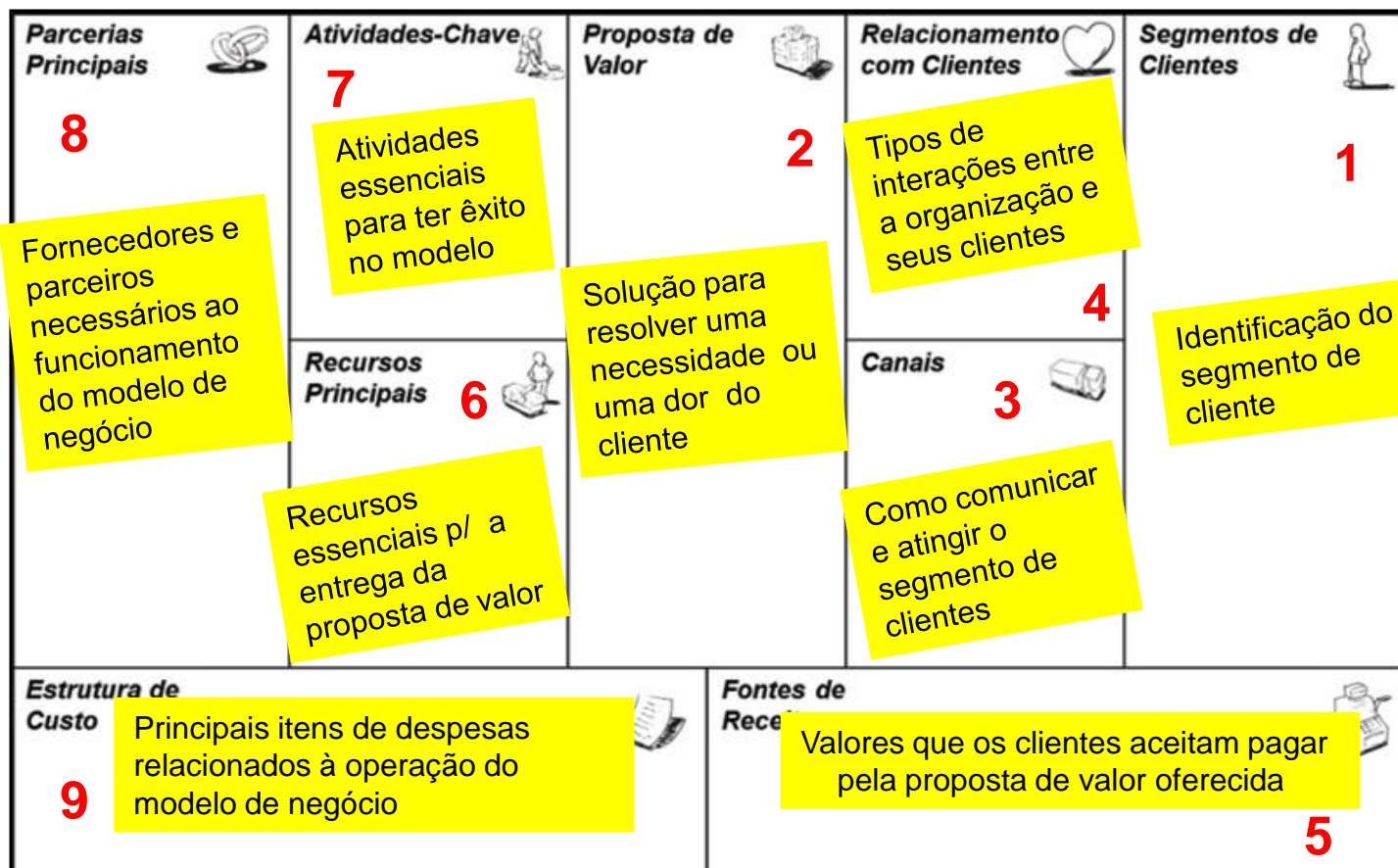
- Refere-se primordialmente a terceirizações (fornecedores);
- qualquer tipo de tarefa ou matéria-prima essencial fornecida por outra empresa que garante o funcionamento dos Negócios .







# Quadro de Modelo de Negócios





# Exemplos

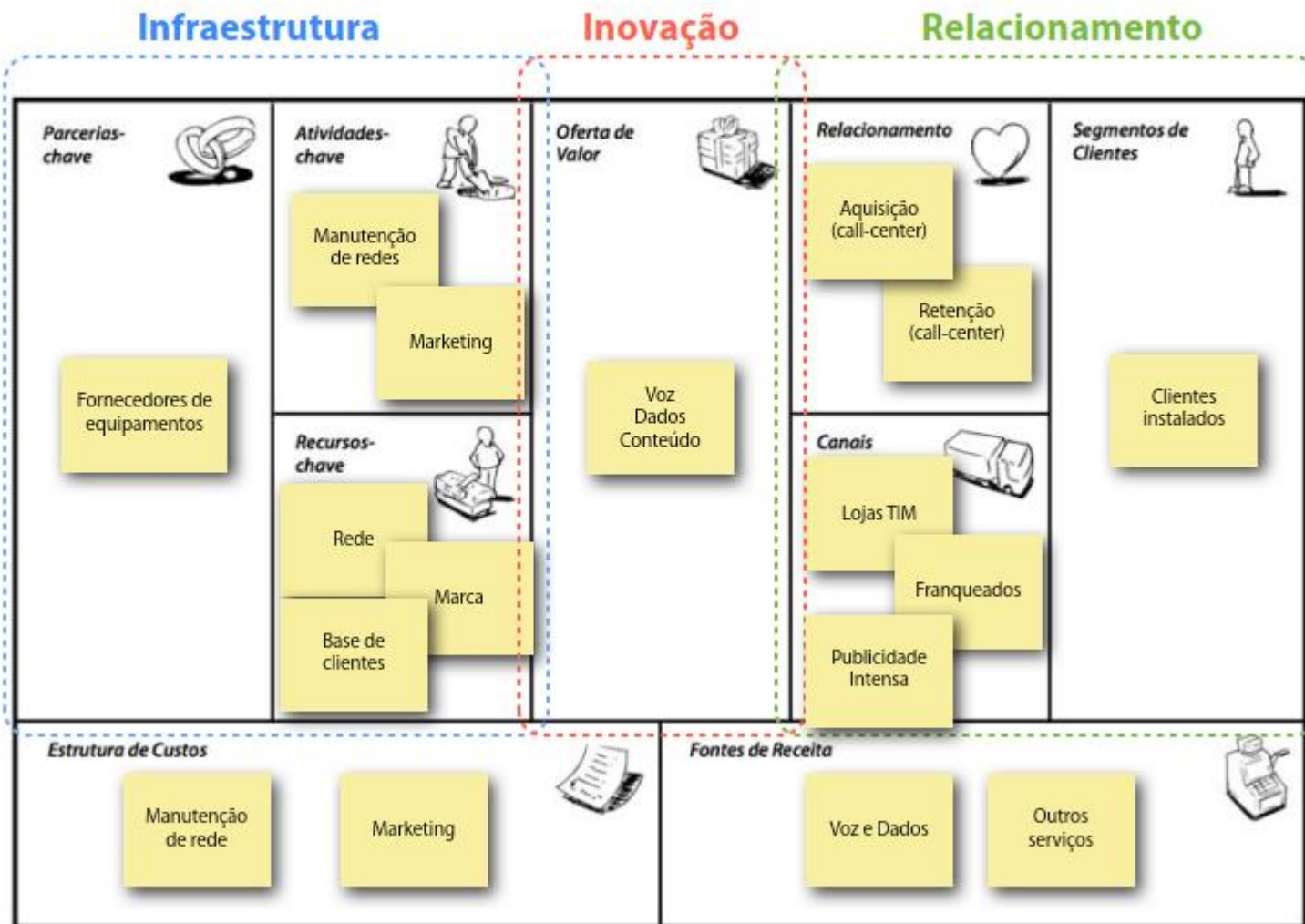


**TIM BRASIL**



Você, sem fronteiras.

[tim.com.br](http://tim.com.br)

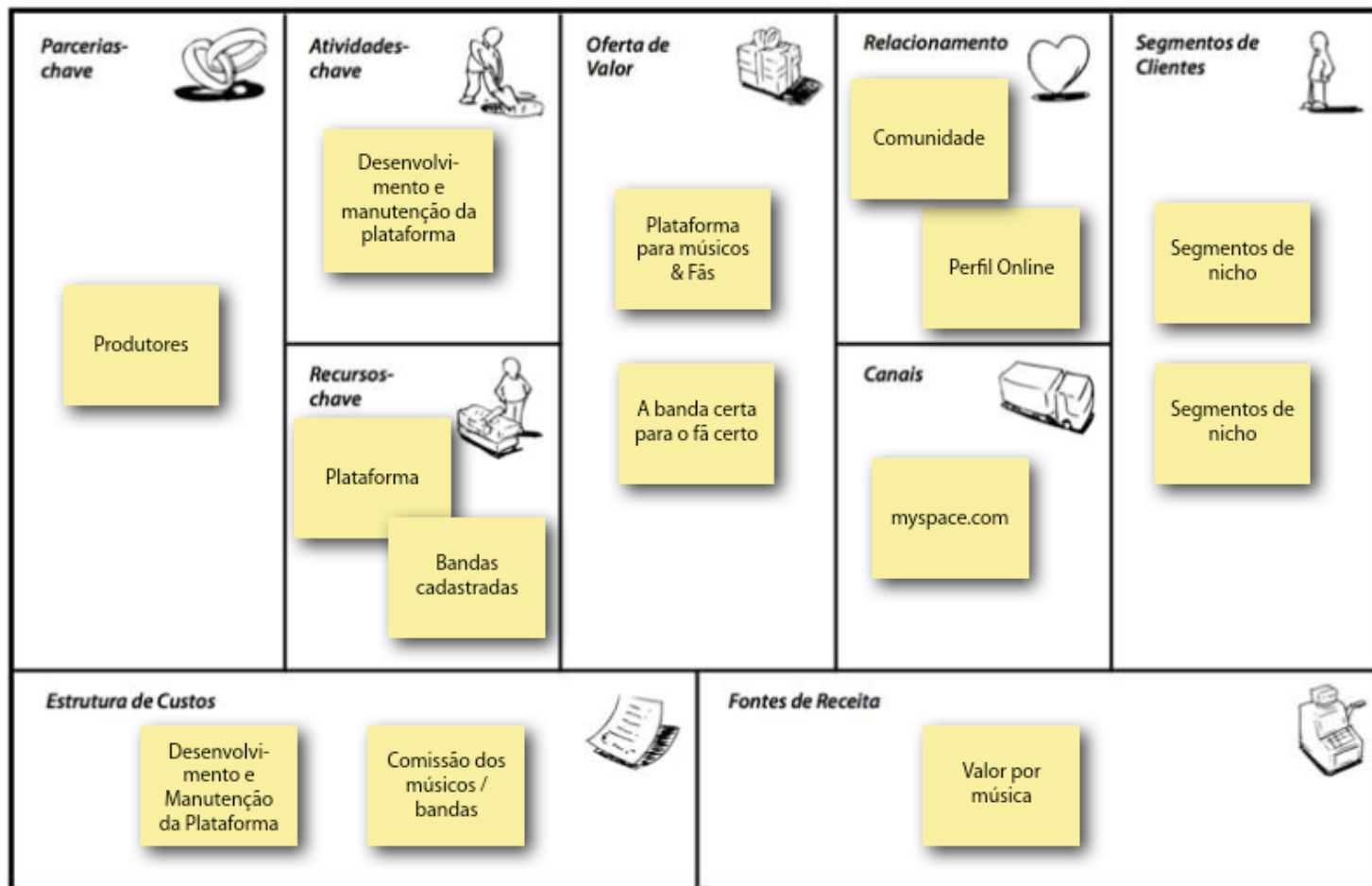




Divulgue o seu trabalho musical, sem precisar ser famoso, e coloque-o à venda online para milhares de fãs.

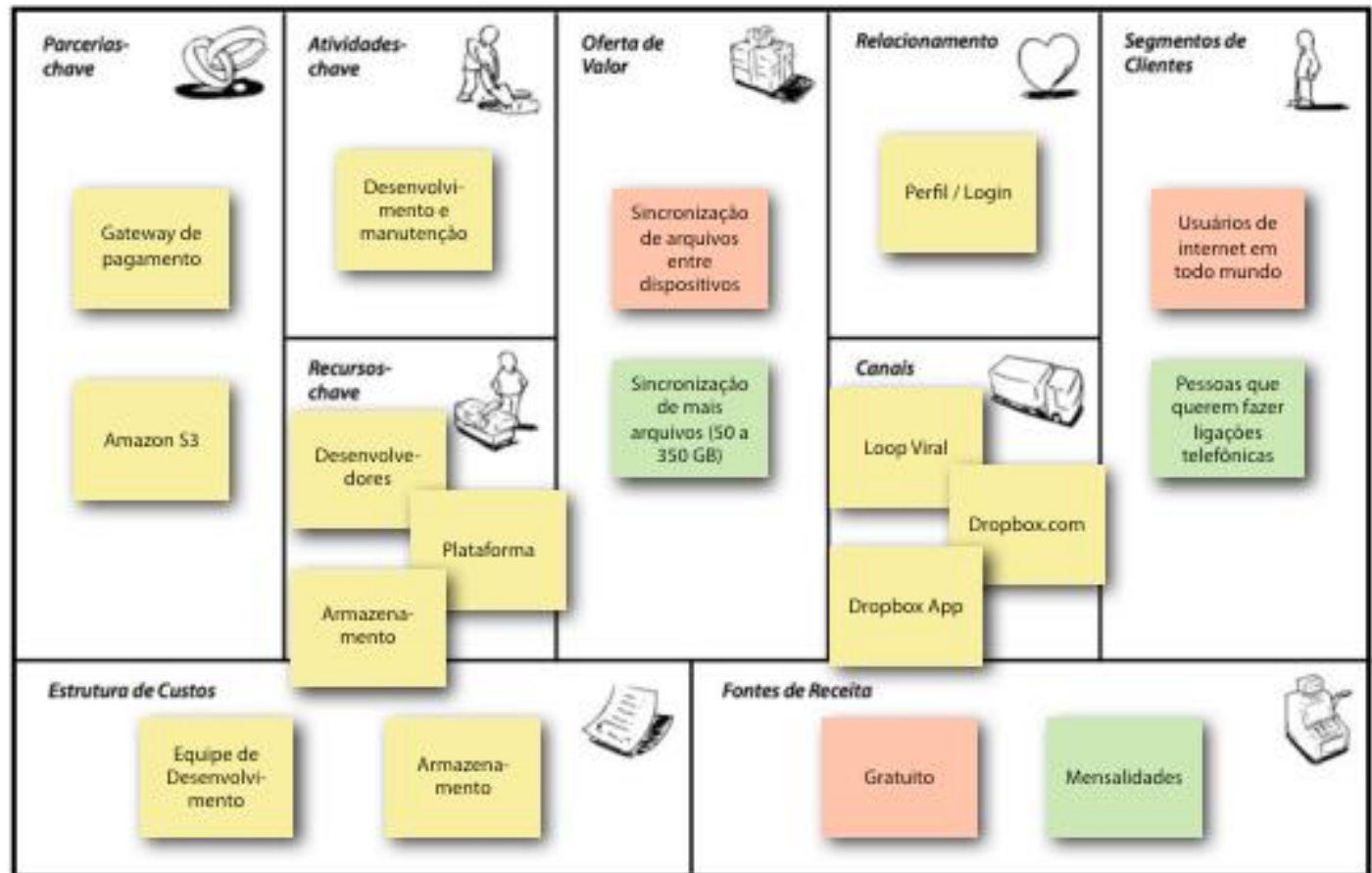


[myspace.com](http://myspace.com)



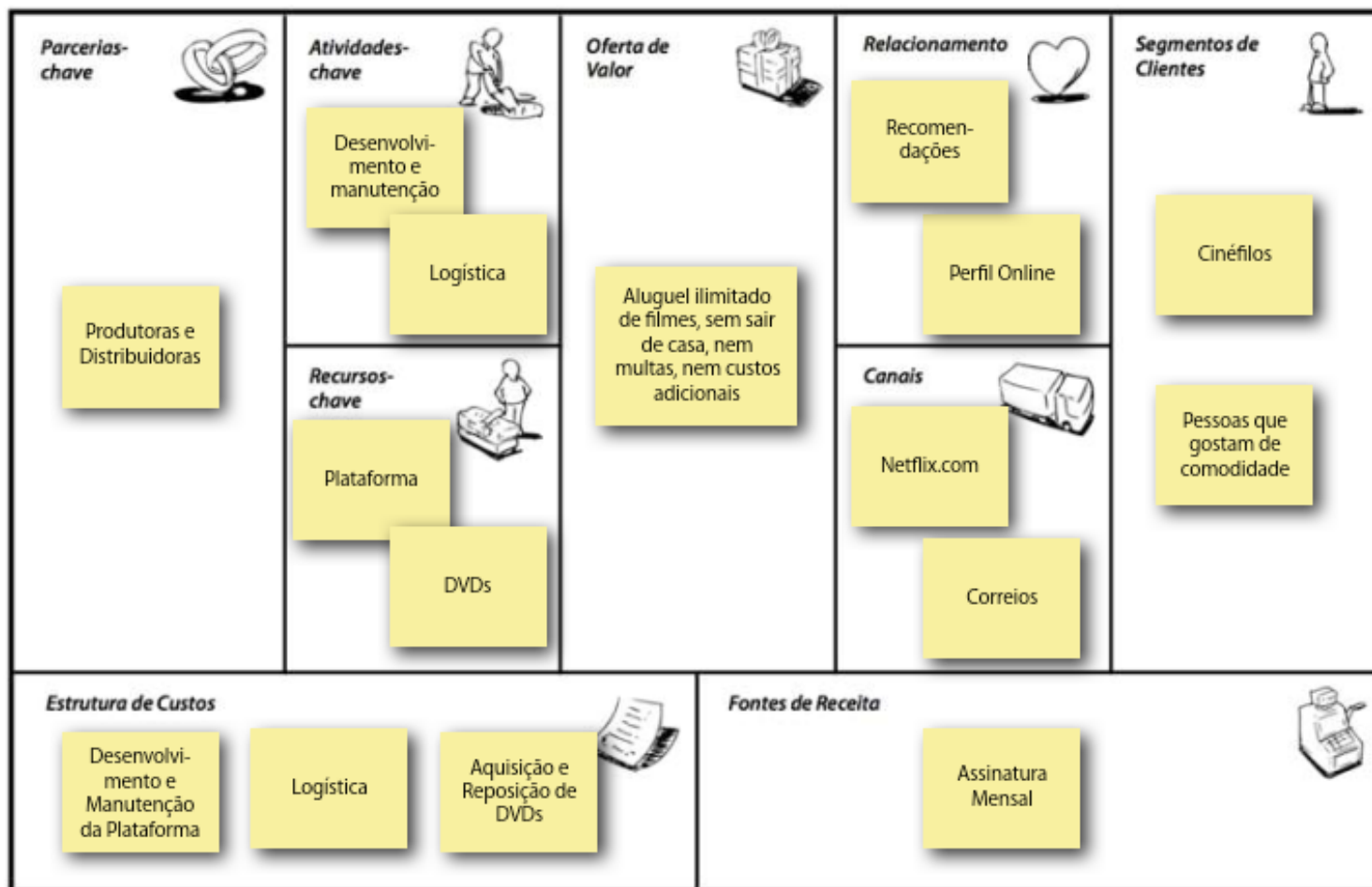


[dropbox.com](https://dropbox.com)





[netflix.com](http://netflix.com)

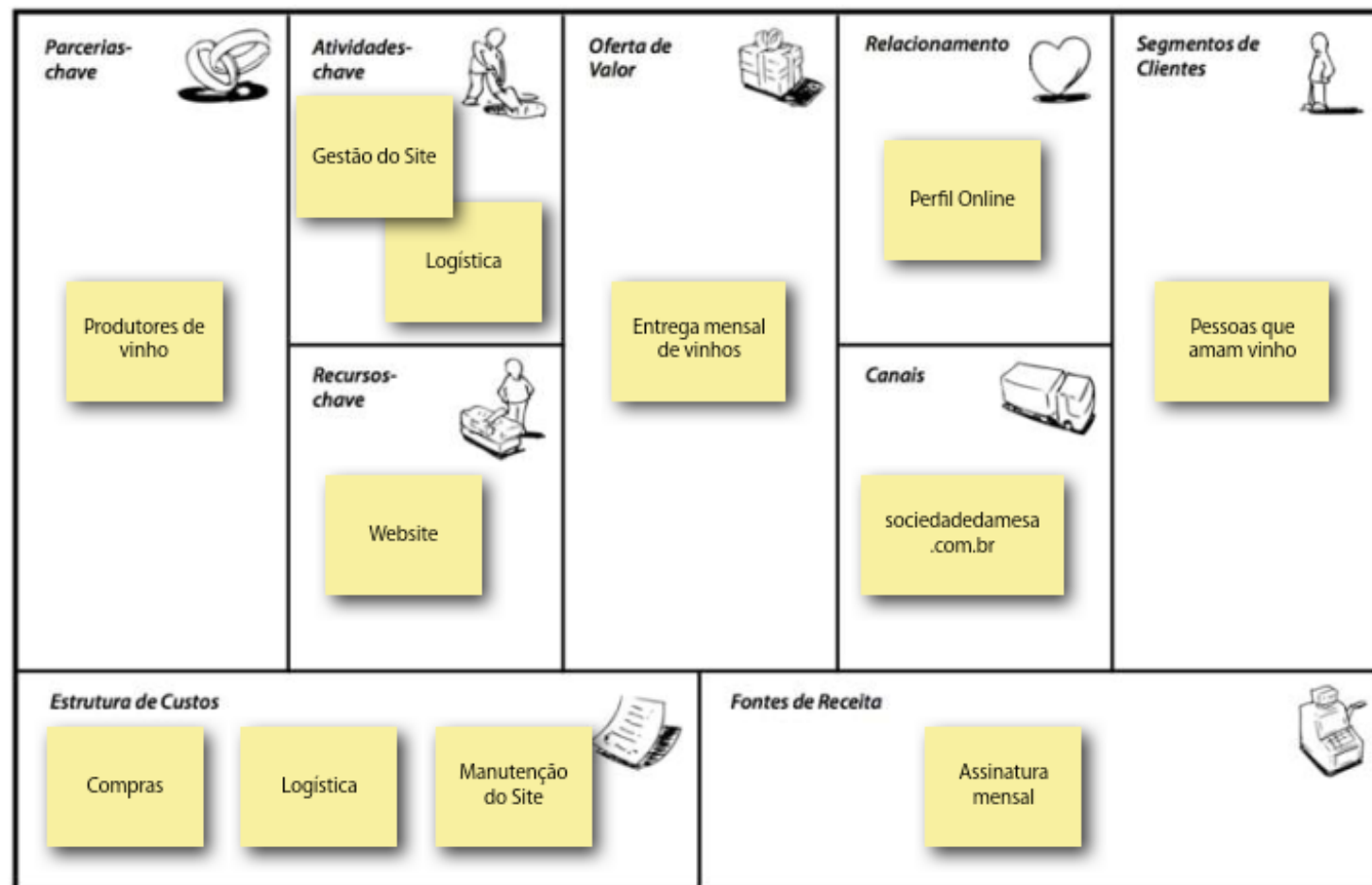




O clube da mesa lhe envia de 4 a 6 garrafas por mês de vinhos com o seu estilo para você apreciar.

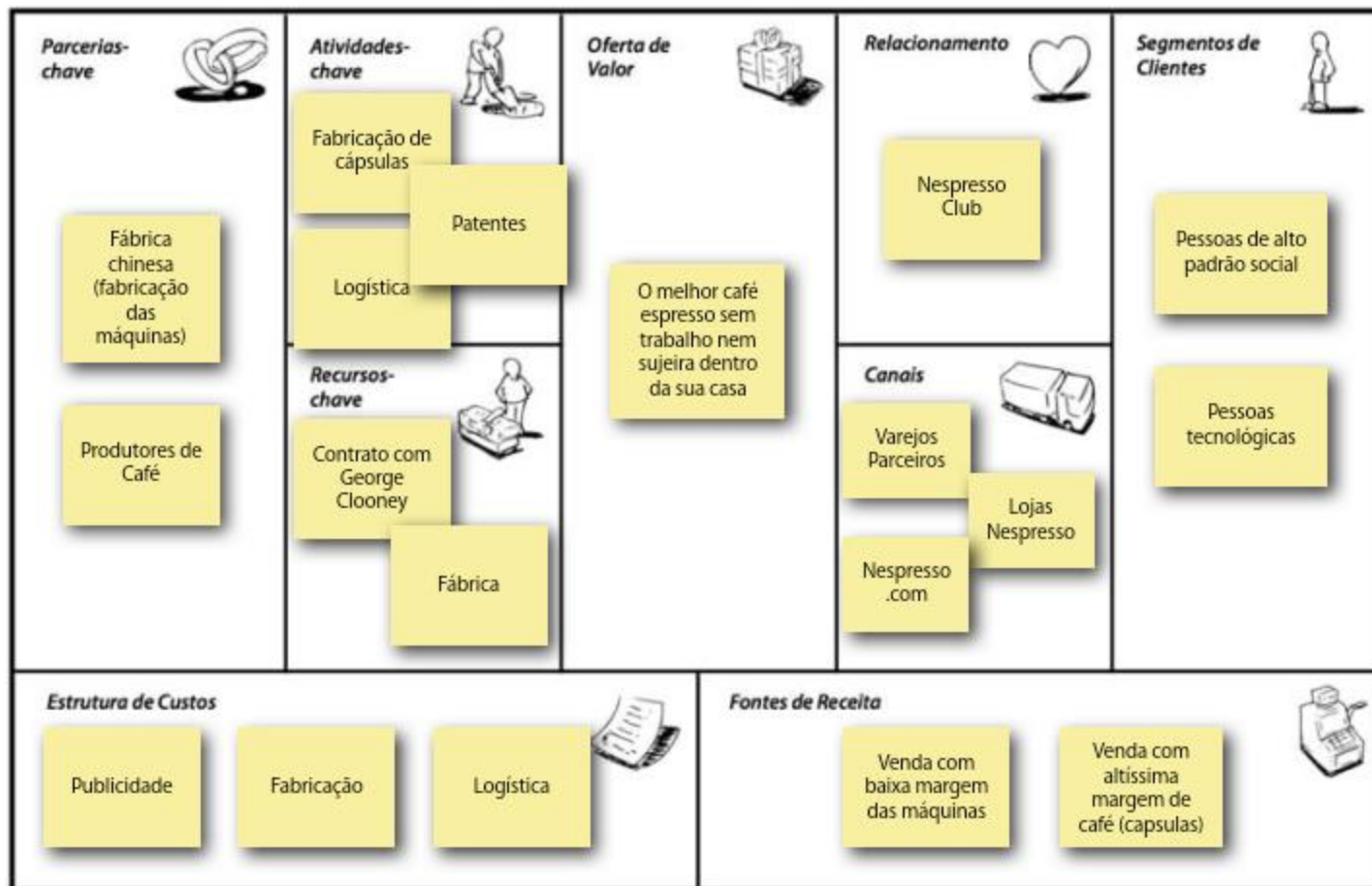
**Sociedade da Mesa**  
clube de vinhos

[societadedamesa.com.br](http://societadedamesa.com.br)





[nespresso.com](http://nespresso.com)

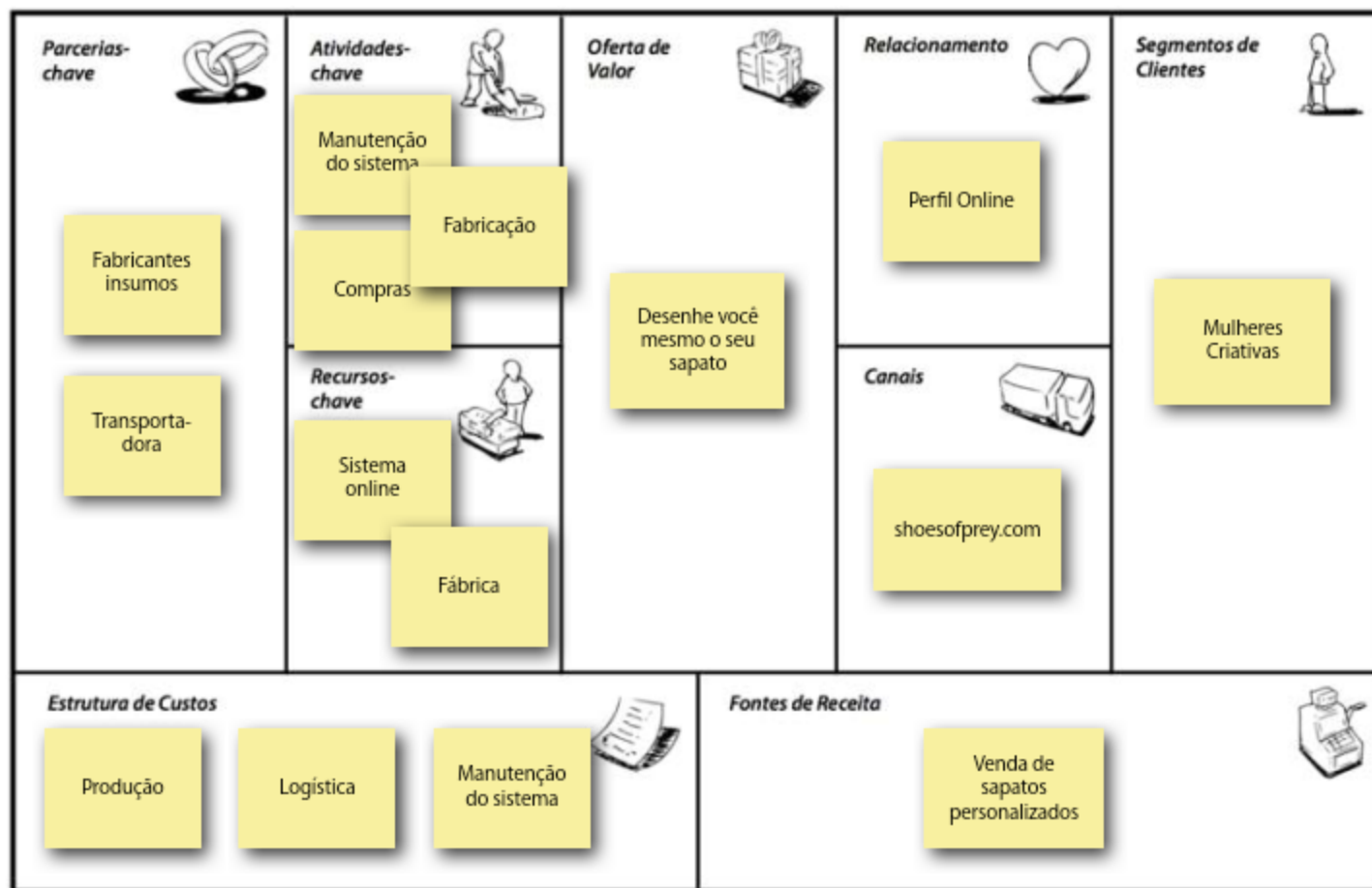




Desenhe você mesmo seu próximo sapato online.



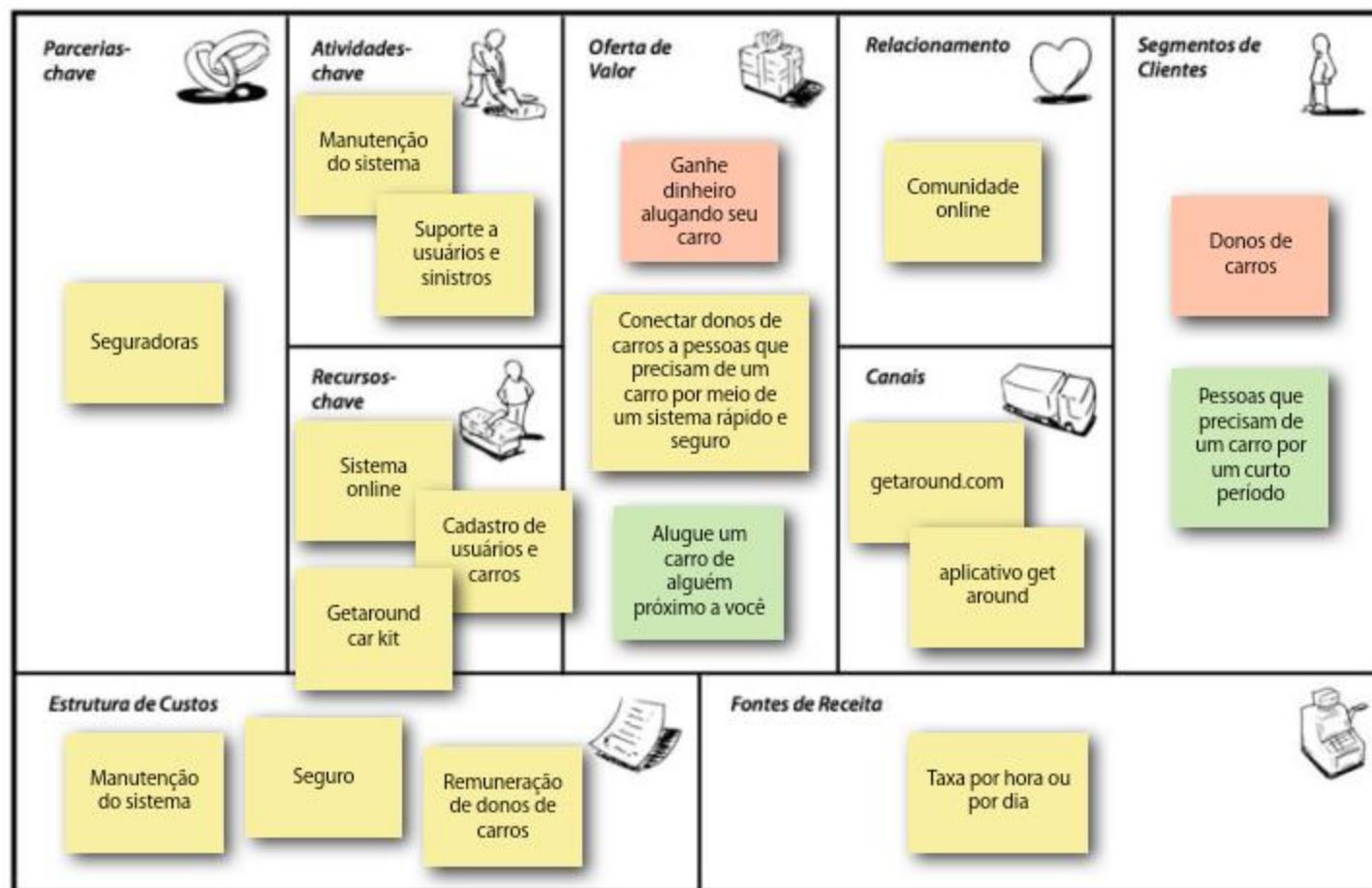
[shoesofprey.com](http://shoesofprey.com)



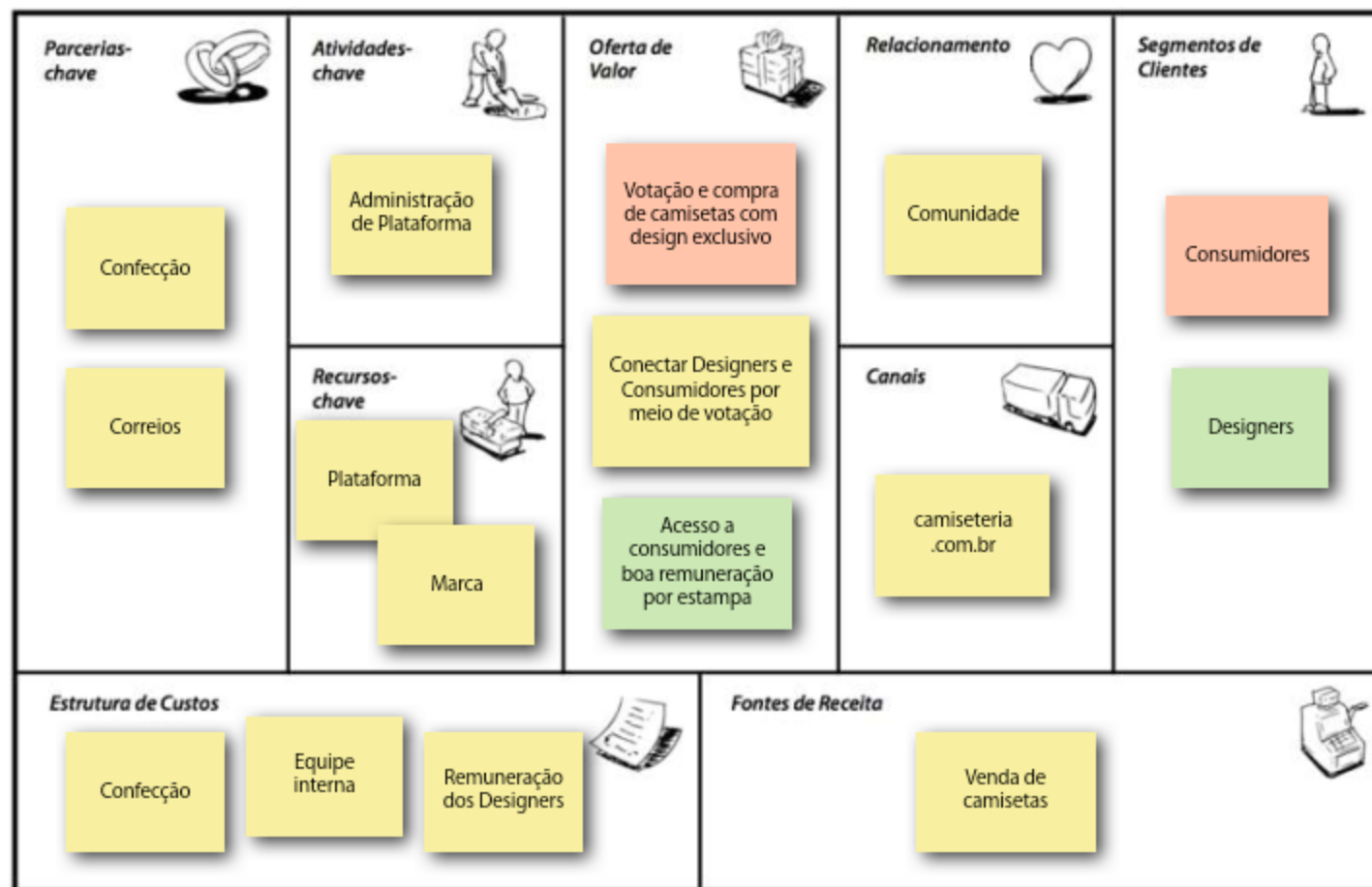
Facilitando o compartilhamento de carros entre pessoas de uma mesma cidade.



[getaround.com](http://getaround.com)

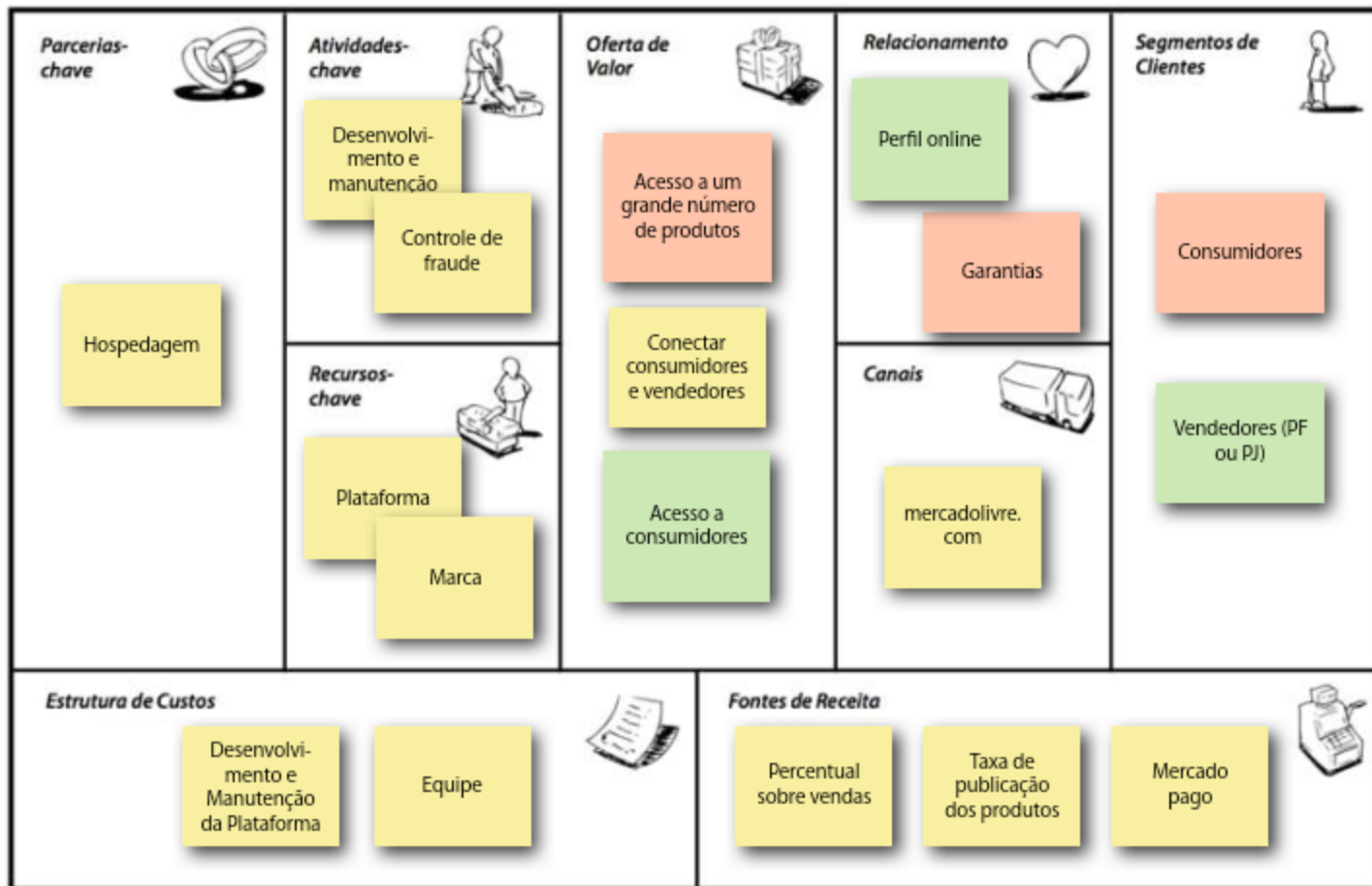


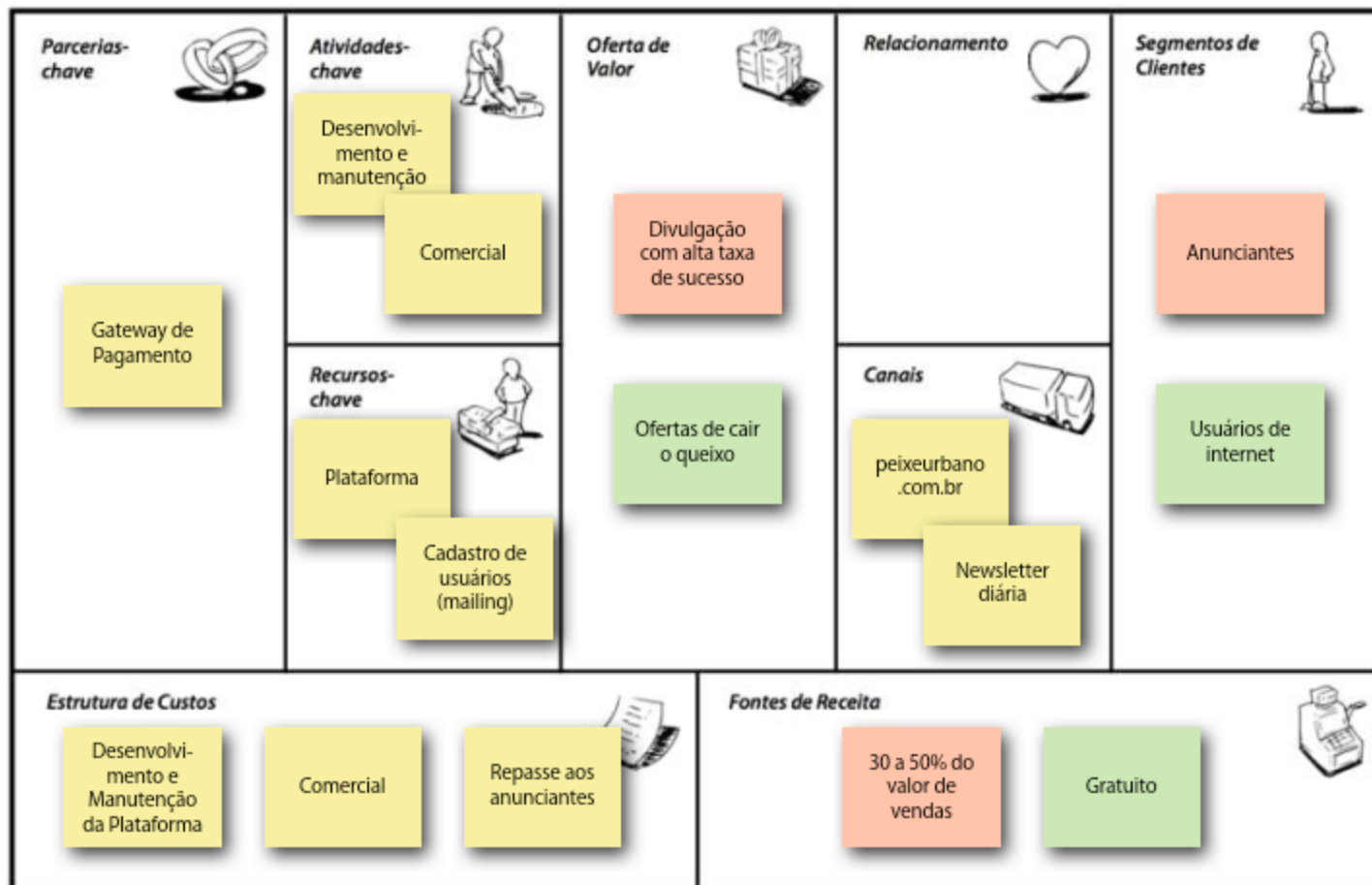
Camisetas com estampas exclusivas escolhidas por meio de votação.





[mercadolivre.com.br](http://mercadolivre.com.br)





# Bora trabalhar?

- Canvas
- Pitch

# Referências

47

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios, 3 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2008.

SALIM, C.S; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo:** construindo uma atitude empreendedora. Rio de Janeiro: 2010.