MAI5027 – Empreendedorismo

Análise de Mercado

Avaliando a Oportunidade de Negócio

Profa. Ellen Francine

ICMC/USP

Avaliando Oportunidades

O que sabemos sobre TI, empresas de sucesso, mercado e relacionamento com clientes???

Nada pode parar a automação!

A experiência no ramo pode ser o diferencial!!!

Não desista diante das falhas ...

Sempre ouça o mercado!!!

O que serve pra um cliente pode não servir para o próximo ...

Atenção para as necessidades dos clientes!!!

Soluções eficientes agradam os clientes ...

Escolha atributos significativos para seu cliente !!!

Suporte! Ferramentas diferentes para situações diferentes ...

Avaliando Oportunidades

É importante avaliar se a ideia é de fato uma **oportunidade** e se existe **mercado** interessado!

Exemplo: Avaliando Oportunidades

Exemplo: Avaliando Oportunidades

Serviço de telefonia com imagens - **Picturephone** (década de 60)

Desenvolvido: AT&T, gigante americana das telecomunicações

Visão: Estimativa de valer milhões em 15 anos

Realidade: Preço alto das tarifas telefônicas da época: US$ 118 dólares a cada três minutos

Custo: US$ 500 milhões

Exemplo: Avaliando Oportunidades

Exemplo: Avaliando Oportunidades

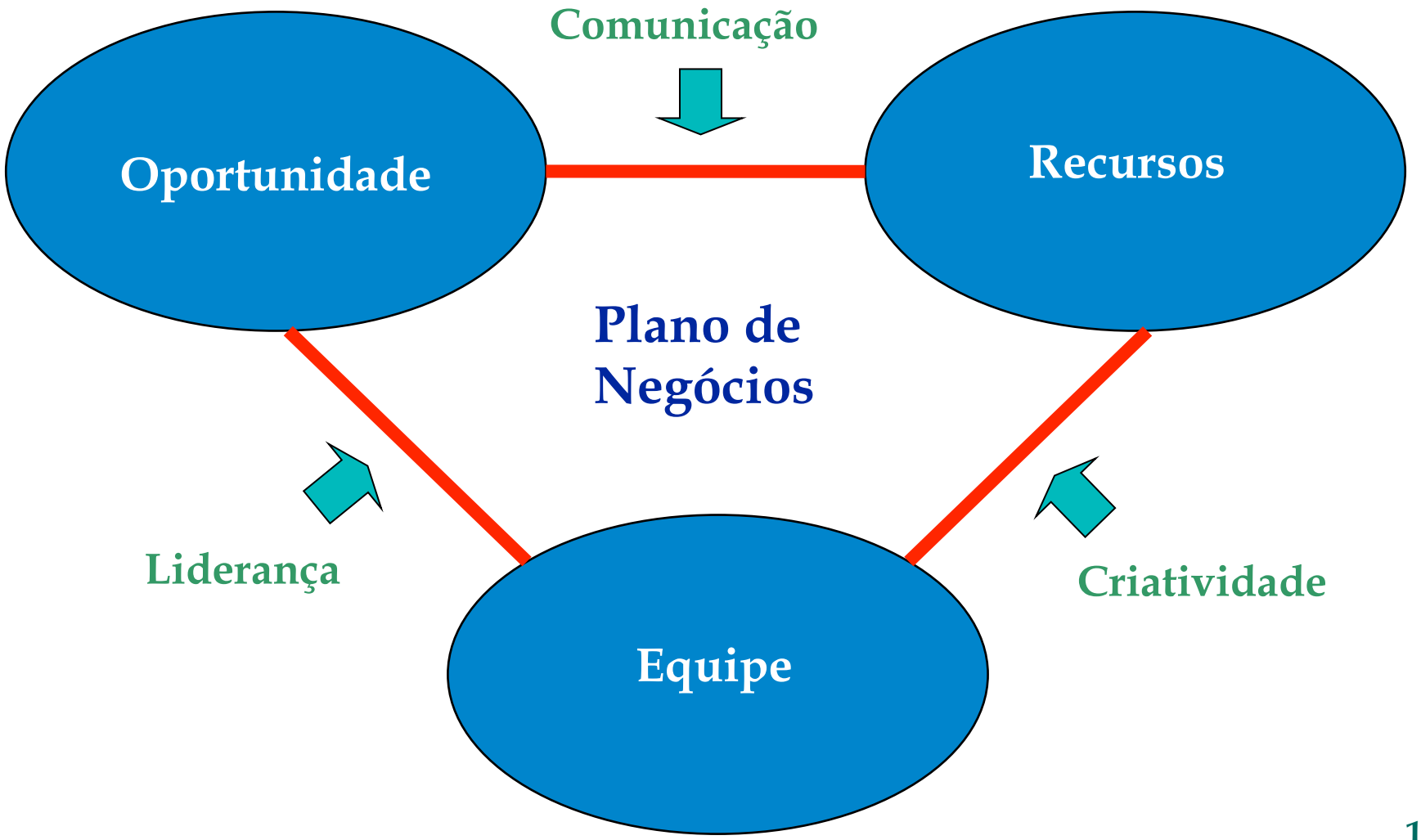
Virtual Boy (1995) - Nintendo

Visão: intenção de jogos realistas em 3D em um ambiente de realidade virtual e revolucionar toda a indústria de games.

Realidade: jogos só exibiam imagens em duas cores (preto e vermelho) e a sensação de profundidade não impressionava. Pior, muitos compradores relatavam dores de cabeça após poucos minutos de jogo.

Avaliando Oportunidades

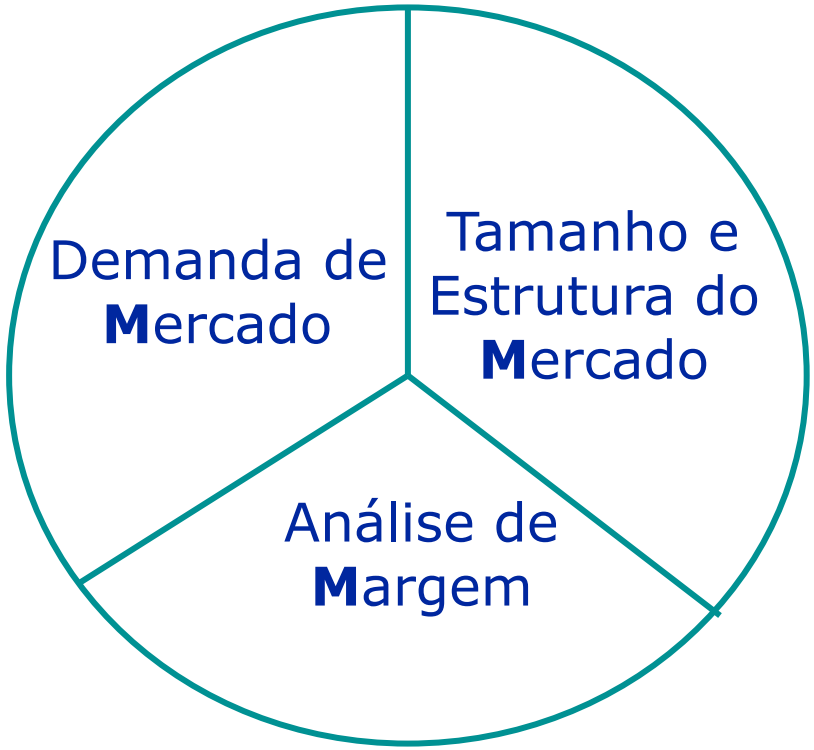
Modelo de Timmons
(Processo Empreendedor)



Avaliando Oportunidades

Oportunidade

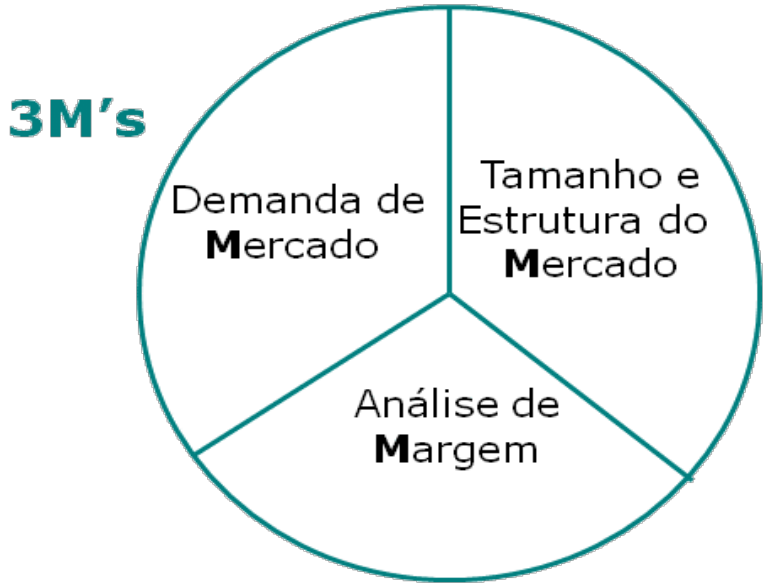
3M's



Avaliando Oportunidades

Demanda de Mercado:

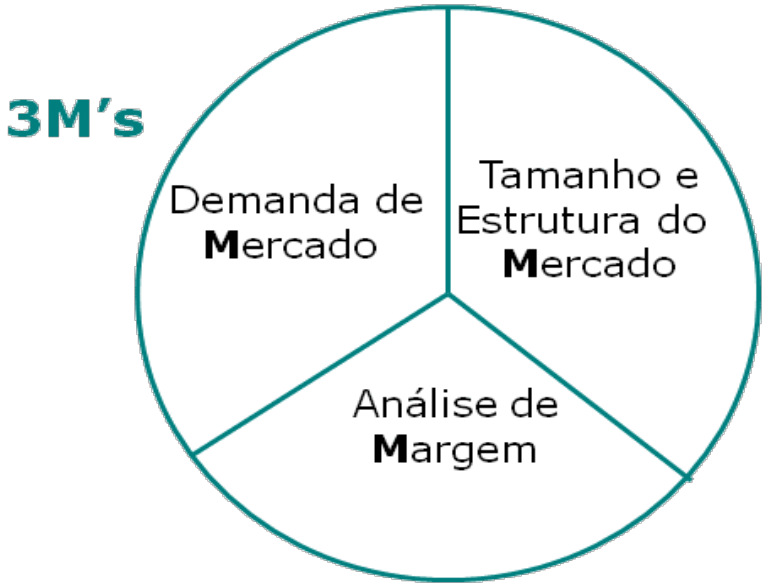
- Qual é o público-alvo?
- Qual a durabilidade do produto/serviço no mercado? (ciclo de vida)
- Os clientes estão acessíveis? (canais de acesso)
- O potencial de crescimento é alto (>10, 15, 20% anual)?
- O custo de captação do cliente é recuperável em curto prazo (< 1 ano)?



Avaliando Oportunidades

Tamanho e Estrutura do Mercado:

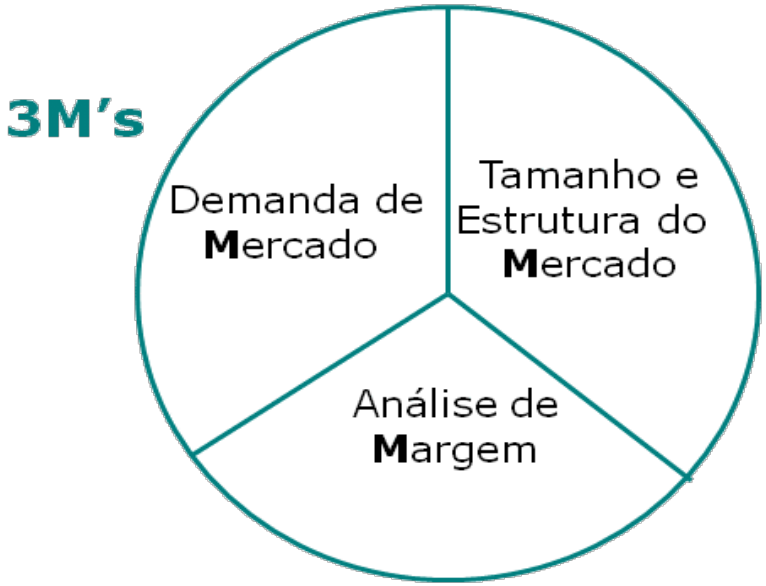
- O mercado está crescendo?
- Existem barreiras proprietárias de entrada?
- Quantos competidores/concorrentes estão no mercado?
- Qual é o tamanho do mercado em R$ e o potencial para se conseguir uma boa participação no mercado?



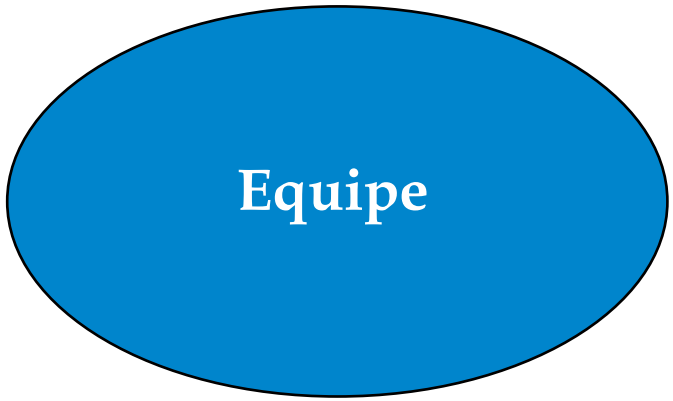
Avaliando Oportunidades

Análise de Margem:

- Identifique as possibilidades de lucros: margem bruta > 20, 30, 40% ?!
- Analise os custos (necessidades de capital), ponto de equilíbrio, retornos...
- Mapeie a **cadeia de valor** do negócio.
  - Para isso você deverá saber como seu produto/serviço chega até o cliente final.
    - Isto ajudará você a entender a sua cadeia de valor e de seus competidores.

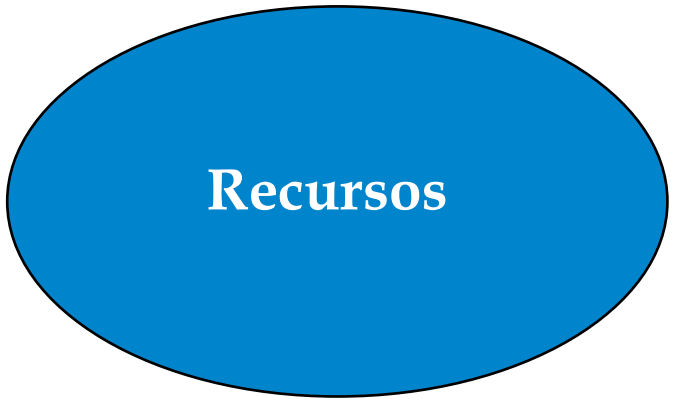


Avaliando Oportunidades



- Líder Empreendedor
  - » Proativo, íntegro, “vendedor”, “mão na massa”, carismático, ...
- O **time...**
  - » Experiente, focado, obsessão por oportunidade, perfis complementares, ...

Avaliando Oportunidades



- 3 tipos:
  - » Pessoas
  - » Equipamentos
  - » $$
- Importante:
  - » Priorizar as necessidades críticas
  - » Controlar X Possuir:
    - – *"Never buy if you can rent, never rent if you can borrow"*.

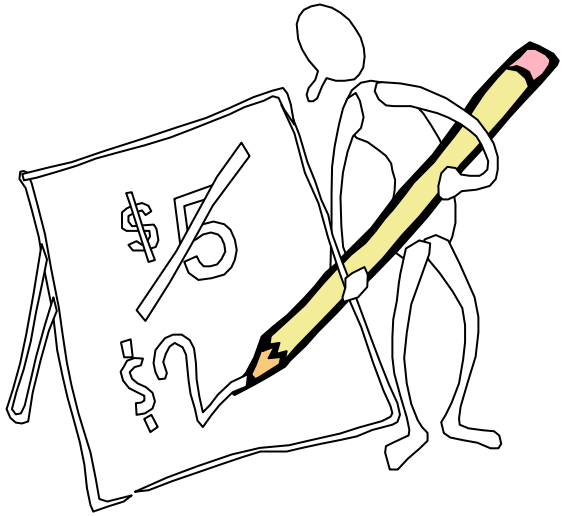
Avaliando Oportunidades

Em relação à ideia da empresa verifique:

- Por que esta empresa deve existir?
- Qual será a sua particularidade? Em que aspecto ela é única?
- Ela será competitiva?
- Quais serão seus clientes?
- Em que a sua existência modificará as coisas?
- A empresa será local, regional ou nacional?

Após a definição da sua ideia de empresa, analise o mercado.

Análise de Mercado

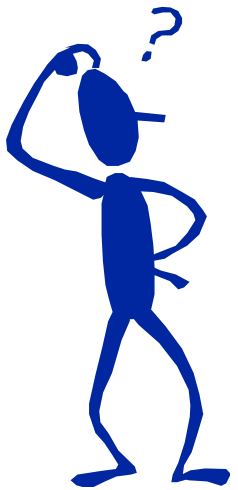


Análise de Mercado

- Coleta de dados para conhecer o **público-alvo**.
- Coleta, análise e interpretação sistemática de dados importantes sobre o cliente para o planejamento das ações de **marketing**.
- Quem faz ?
  - » Empresas especializadas.
  - » Departamentos de grandes empresas.
  - » O próprio interessado.

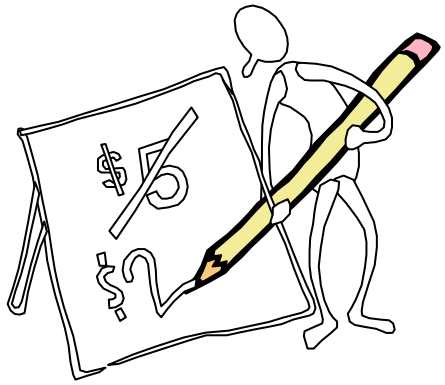
Análise de Mercado

- Você conhece o setor?
- Quem são seus concorrentes?
- Quem são seus clientes?



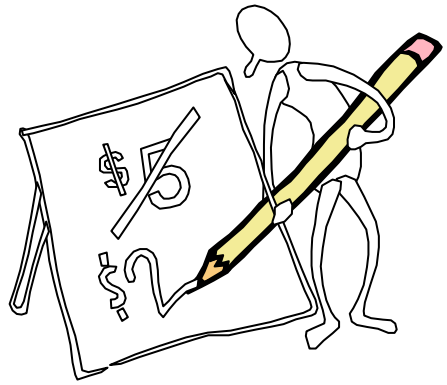
Análise de Mercado

- Análise da indústria/setor.
- Descrição da segmentação do mercado.
- Análise SWOT (FOFA) do produto/serviço.
- Análise da concorrência.



Análise de Mercado

- Análise da indústria/setor.
- Descrição da segmentação do mercado.
- Análise SWOT (FOFA) do produto/serviço.
- Análise da concorrência.



Análise do Setor

- Informações sobre o tamanho, crescimento e estrutura do setor em que sua empresa está (ou estará) inserida.
  - » Breve **histórico** do setor nos últimos anos.
  - » Análise das **tendências** do setor para os próximos anos.

Análise do Setor

- Por que o mercado se mostra promissor?
- Qual o tamanho do mercado em número de clientes e competidores?
- Como será o mercado nos próximos anos?
- Quais são as oportunidades e riscos desse mercado?

Análise do Setor

- Exemplos:

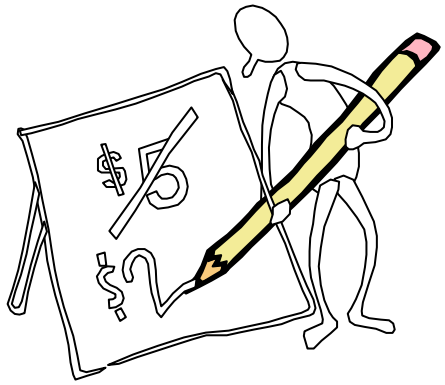
"Estima-se que o serviço X na Internet é demandado por 10% dos usuários conectados na rede."

"Uma primeira estimativa para o mercado desse produto seria de 380 mil usuários, crescendo anualmente a uma taxa de 10%."

"As pesquisas realizadas indicam um crescimento de 30% no setor de telefonia móvel nos próximos 3 anos."

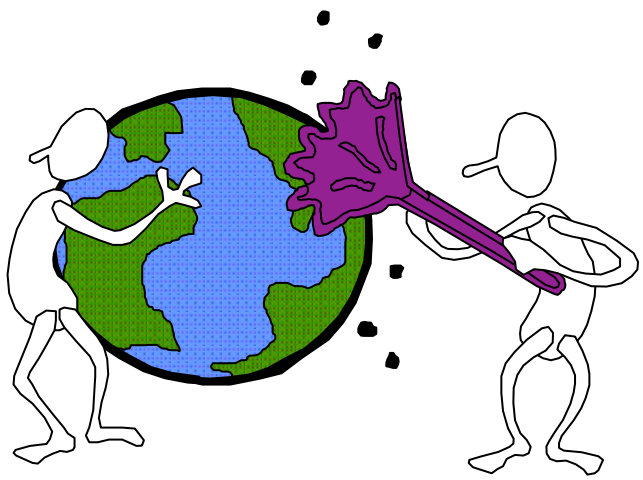
Análise de Mercado

- Análise da indústria/setor.
- Descrição da segmentação do mercado.
- Análise SWOT (FOFA) do produto/serviço.
- Análise da concorrência.



Segmentação do Mercado

- Divisão do mercado em grandes grupos de forma a definir o público-alvo.
- Direciona as ações de marketing.
- Foco no mercado-alvo.



Exemplo de Segmentação

- Comprador de carro esporte:

Exemplo de Segmentação

- Comprador de carro esporte:
  - » Sexo masculino.
  - » Idade de 30 a 45 anos.
  - » Classe AA.
  - » Moradores da região sudeste.
  - » Possui hábito de viajar no final de semana.

Exemplo de Segmentação

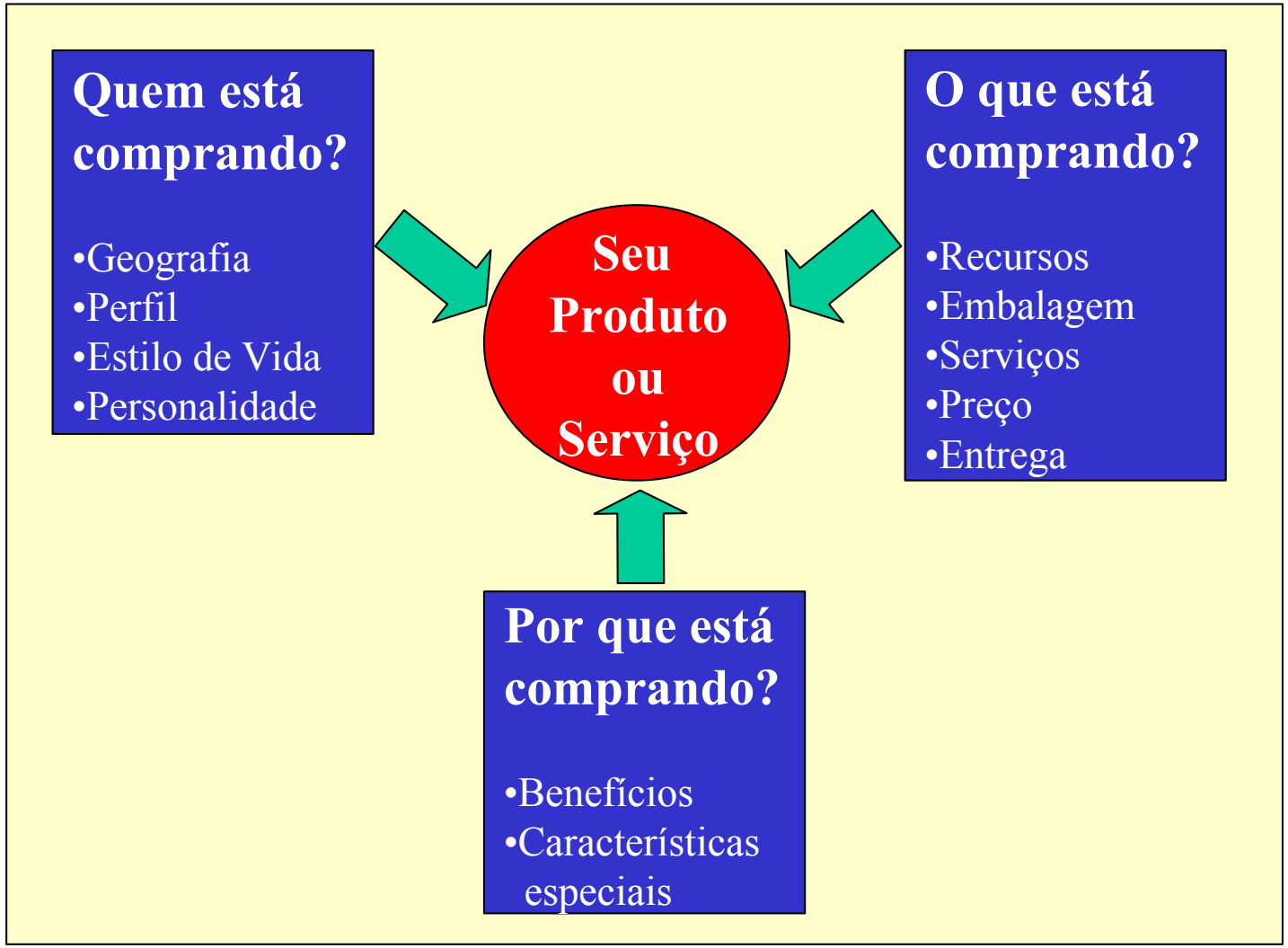
- Estudantes universitários:

Exemplo de Segmentação

- Estudantes universitários
  - » São consumidores, em geral, críticos.
  - » Reconhecem marcas e são fiéis a elas.
  - » Têm interesse em tecnologia.
  - » Estão concentrados - fácil abordá-los.

➡ Segmento de mercado extremamente atraente para diversos produtos e serviços!!

Segmentação do Mercado



Segmentação do Mercado

- Pesquisas de mercado primárias:
  - » Pesquisas abrangentes (grandes empresas).
  - » Rede já estabelecida para testar novos produtos e serviços (empresas maduras).
  - » Pesquisas-piloto (empresas nascentes).
    - – Clientes-alvo, fornecedores, familiares.
    - – Criatividade.

Segmentação do Mercado

- Fontes secundárias.
  - » Associações comerciais e industriais.
  - » Prefeituras municipais.
  - » Entidades de classe.
  - » SEBRAE.
  - » Internet.
  - » Órgãos do governo (IBGE, ministérios e secretarias, fundações).
  - » Universidades.
  - » Institutos de pesquisa.
  - » Revistas, jornais, livros, documentários.

Análise de Mercado

- Análise da indústria/setor.
- Descrição da segmentação do mercado.
- Análise SWOT (FOFA) do produto/serviço.
- Análise da concorrência.

Análise FOFA

S trengths (Pontos **F**ortes)

W eaknesses (Pontos **F**racos)

O pportunities (**O**portunidades)

T hreats (**A**meaças)

Análise FOFA

- Pontos Fortes
  - » Ligados ao empreendedor (questões internas).
- Oportunidades
  - » Ligados ao mercado (questões externas).
- Pontos Fracos
  - » Ligados ao empreendedor (questões internas).
- Ameaças
  - » Ligados ao mercado (questões externas).

Análise FOFA

Análise Interna	
Forças	**Fraquezas**
• O que você (empresa/equipe/pessoa) faz bem? • Que recursos especiais você possui e pode aproveitar? • O que outros (empresas/equipes/pessoas) acham que você faz bem?	• Em que você pode melhorar? • Onde você tem menos recursos que os outros? • O que outros acham que são suas fraquezas?
Análise Externa	
Oportunidades	**Ameaças**
• Quais são as oportunidades externas que você pode identificar? • Que tendências e "modas" você pode aproveitar em seu favor?	• Que ameaças (leis, regulamentos, concorrentes) podem lhe prejudicar ? • O que seu concorrente anda fazendo?

Análise FOFA

Análise SWOT

Exemplo: McDonald´s.

- De maneira simplificada, a análise SWOT é apresentada em um quadro. Pode ser ainda apenas um texto em tópicos (sem utilizar quadros).

Forças	Fraquezas
▪ Marca conhecida. ▪ Ampla distribuição. ▪ Rapidez no atendimento. ▪ Qualidade dos produtos.	▪ Preços elevados. ▪ Maior parte dos produtos ofertados não são saudáveis.
Oportunidades	**Ameaças**
▪ Falta de tempo exige alimentação rápida no dia-a-dia, algo tradicionalmente oferecido. ▪ O aumento da preocupação com questões sociais traz a oportunidade de parcerias com instituições de caridade.	▪ Pessoas buscam alimentação mais saudável. ▪ Crise econômica reduz alimentação fora de casa. ▪ Novos concorrentes oferecem produtos saudáveis.

Fonte: WESTWOOD, J. O plano de marketing. São Paulo: Makron, 1996.

WESTWOOD (1996:95)

oBoticário

Análise SWOT

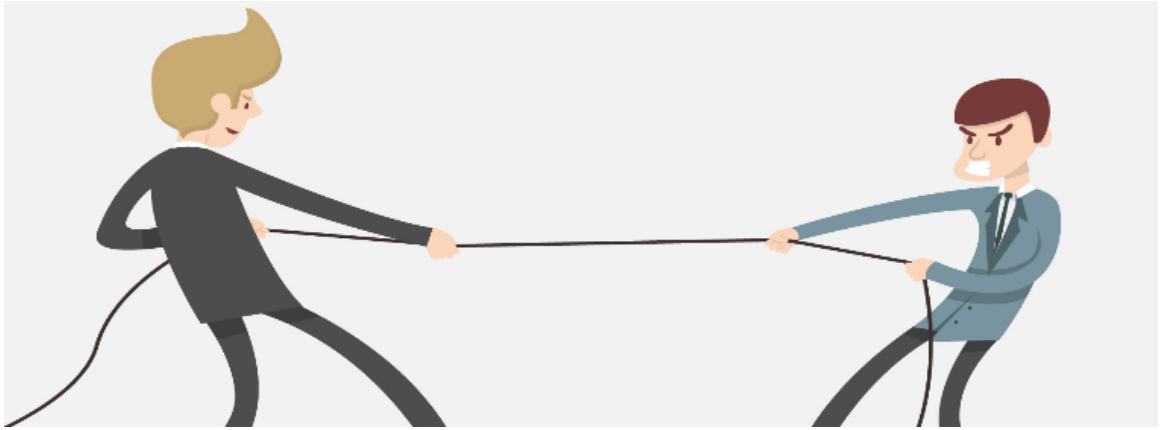
FORÇAS	FRAQUEZAS
▪ tradição da marca ▪ inovação em seus produtos ▪ vasto número de franquias	▪ ausência de vendas indiretas/externas
OPORTUNIDADES	**AMEAÇAS**
▪ reformulação da linha de produtos ▪ lançamento da linha Nativa SPA (atrelada à nova decoração e layout das lojas)	▪ volume das vendas e a rentabilidade do negócio são afetados diretamente pelas vendas indiretas/externas, bem como o acesso a linhas de produtos/cosméticos importados.

Exercício

- Aplicar a análise FOFA no seu projeto.

Análise de Mercado

- Análise da indústria/setor.
- Descrição da segmentação do mercado.
- Análise SWOT (FOFA) do produto/serviço.
- Análise da concorrência.



Análise da Concorrência

- Conhecer a concorrência!!
  - » Dever de qualquer empreendedor que quer competir e vencer no mercado!!
  - » A análise dever ser comparativa em relação à sua empresa.
  - » Considerar a possibilidade de surgirem novos e bem estruturados competidores.
    - – Estratégia alternativa.

"Uma pessoa inteligente aprende com os seus erros, uma pessoa sábia aprende com os erros dos outros!"

Análise da Concorrência

- Sugestão:

Atributos	Seus diferenciais	Diferenciais de A	Diferenciais de B	Diferenciais de C

- Atributos:
  - » Produto/serviço, participação no mercado, canais de venda utilizados, qualidade, preço, localização, tempo de entrega, métodos de distribuição, garantias, funcionários, métodos gerenciais, vantagens competitivas, pontes fortes, pontos fracos, ...

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

ATRIBUTOS	PESO (%)	NATURA	AVON	O BOTICÁRIO	JEQUITI
Aromas	30%	Variedade pequena de aromas, em sua maioria, naturais e suaves **NOTA: 7**	Variedade de aromas. Em sua maioria, aromas sintéticos **NOTA: 6**	Variedade de aromas. Mistura de sintéticos e naturais **NOTA: 8**	Variedade de aromas, em sua maioria voltados para aromas naturais **NOTA: 6**
Fixação	20%	Excelente Fixação **NOTA: 9**	Fraca Fixação **NOTA: 6**	Excelente Fixação **NOTA: 9**	Boa Fixação **NOTA: 8**
Preço	25%	Razoável (R$ 68.80) **NOTA: 5**	Barato (R$ 31,00) **NOTA: 7**	Alto (R$ 75,00) **NOTA: 4**	Razoável (R$ 57,00) **NOTA: 5**
Embalagem	15%	Embalagem ecologicamente correta, bonitas e com um formato original **NOTA: 6**	Grande investimento no design das embalagens. **NOTA: 9**	Grande investimento no design das embalagens **NOTA: 9**	Embalagem convencional **NOTA: 5**
Dedicação Socioambiental	10%	Origem vegetal renovável, certificação de origem, embalagem reciclável **NOTA: 9**	Pouca ênfase **NOTA: 3**	Embalagem refil, reaproveitável **NOTA: 5**	Pouca ênfase **NOTA: 3**
TOTAL					

Análise de Mercado

A partir da análise de mercado, três **conclusões** são possíveis:

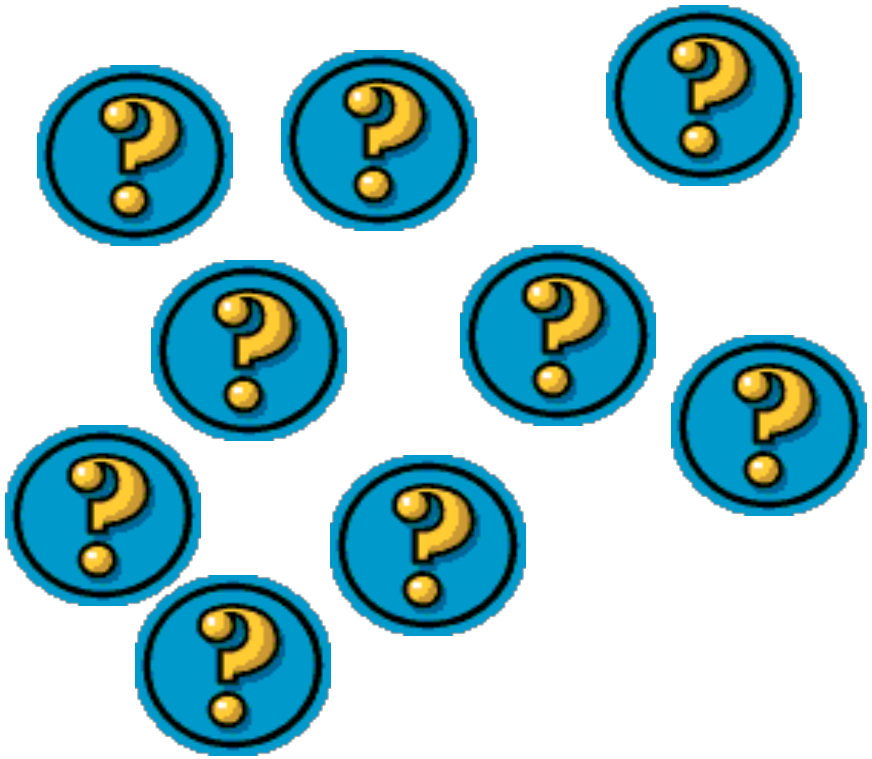
- O mercado oferece procura para o seu produto ou serviço, apesar da concorrência existente.

- Tem mercado, mas a pesquisa feita levou-o a reconsiderar o projeto e são necessárias algumas alterações.

- O mercado não oferece procura para o seu produto/ serviço. Não desanime e procure outra ideia!

Não desanime, procure outra ideia

Plano de Negócios

Capa
Sumário
1 – Sumário Executivo
2 – O Conceito do Negócio
3 – Equipe de Gestão
4 – Análise do Setor
5 – Segmentação do Mercado
6 – Análise da Concorrência
7 – Análise FOFA
8 – Marketing e Vendas
9 – Plano Financeiro
10 – Cronograma de Implantação
Anexos

Análise de Mercado