
Análise de Mercado

Avaliando a Oportunidade de Negócio

Profa. Simone Souza
ICMC/USP

Empreendedorismo

Avaliando Oportunidades

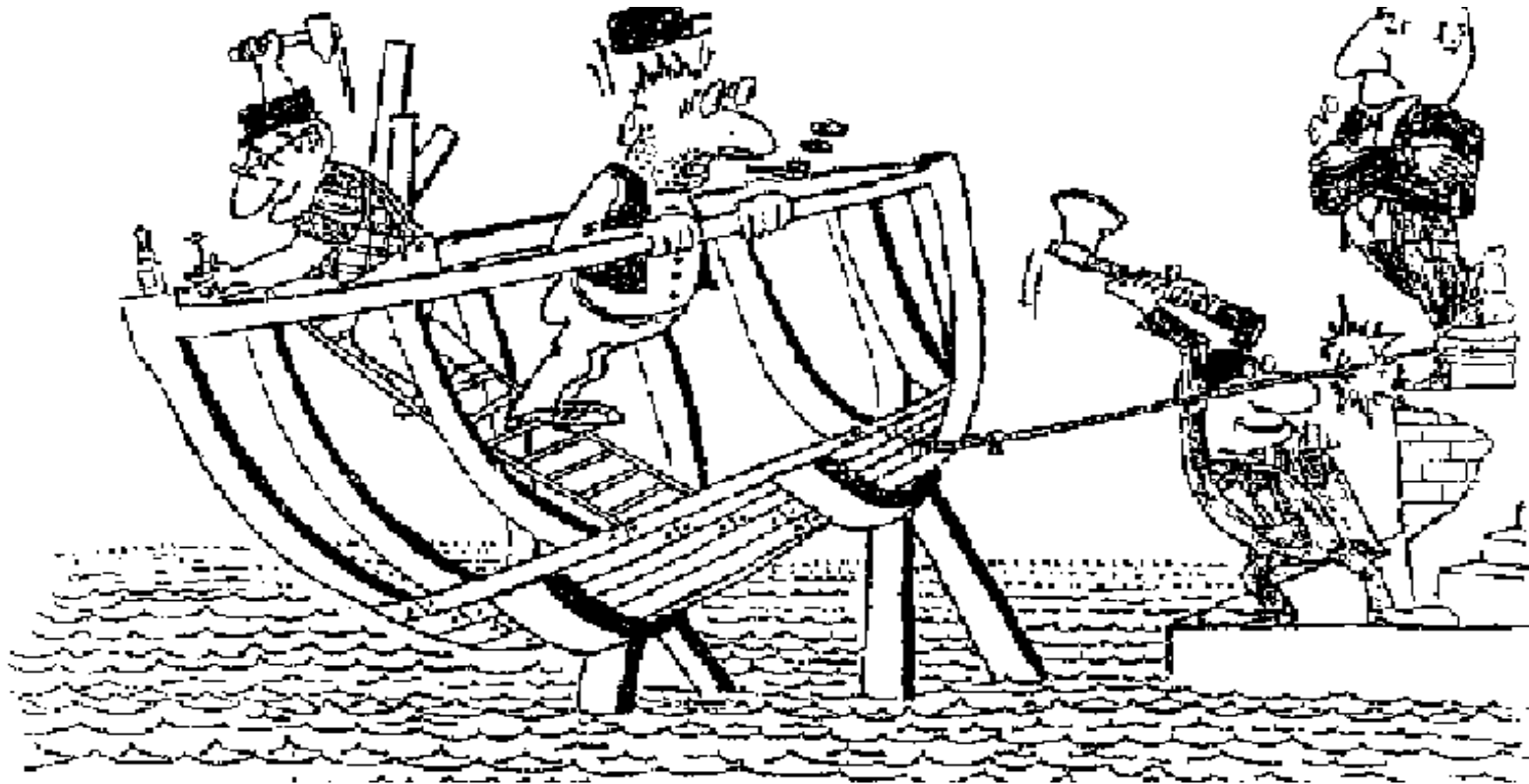
O que sabemos sobre TI, empresas de sucesso, mercado e relacionamento com clientes???



Nada pode parar a automação!



Só prometa aquilo que vai conseguir cumprir!!!!



Prazo é prazo !

Sempre ouça o mercado!!!



Usuários odeiam bugs ...



A experiência no ramo pode ser o diferencial!!!



Não desista diante das falhas ...



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



Atenção para as necessidades dos clientes!!!

Soluções eficientes agradam os clientes ...



Suporte! Ferramentas diferentes para situações diferentes ...



Ajuda on-line pode ser útil ...

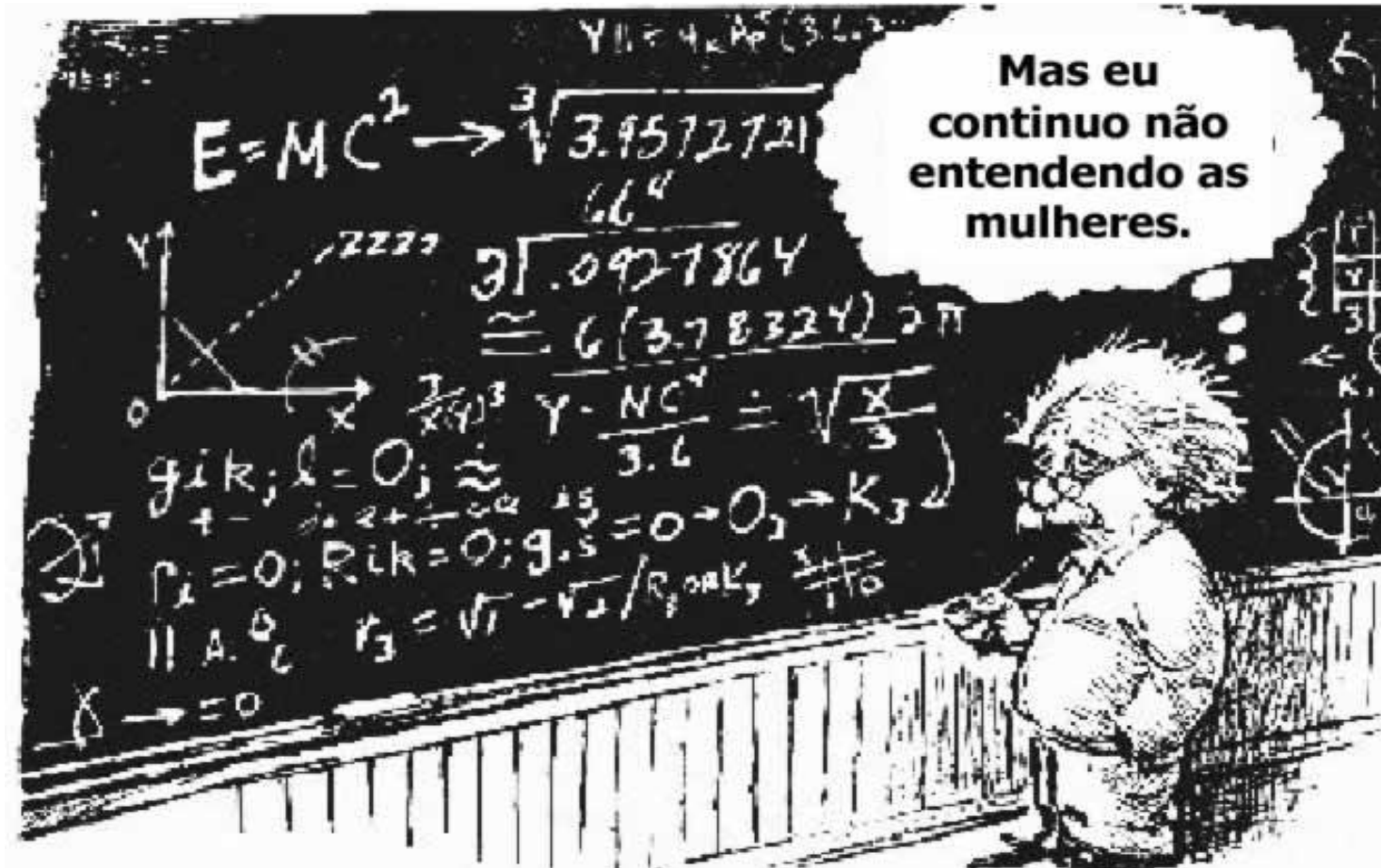


Enfermeira, acesse a internet, vá até cirurgia.com e clique no ícone 'Você está totalmente perdido'.

Escolha atributos significativos para seu cliente !!!



Matemática não é tudo!!



Previsão e otimização podem ser complexas ...



Avaliando Oportunidades

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

Exemplo: avaliando oportunidade



Exemplo: avaliando oportunidade



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 oportunidade



Exemplo: avaliando oportunidade



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 jogatina

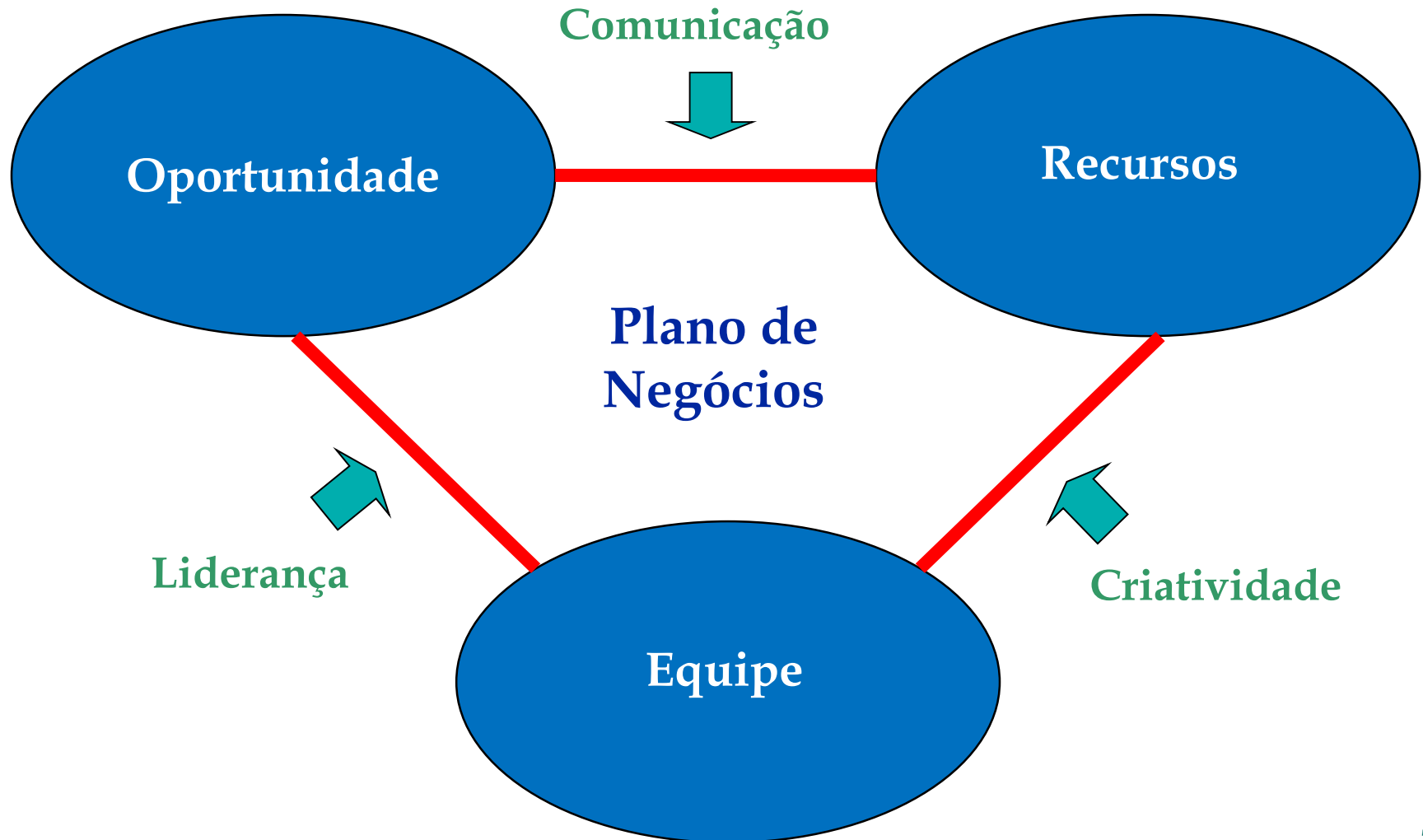
Avaliando Oportunidades

A ideia de negócio é sua praia ?



Modelo de Timmons

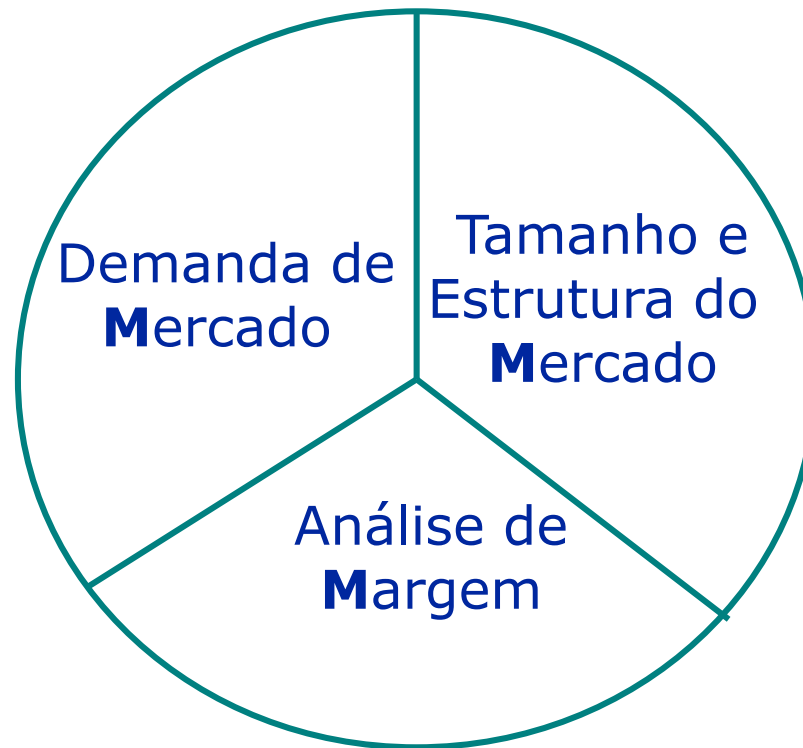
(Processo Empreendedor)



Avaliando Oportunidades



3M's

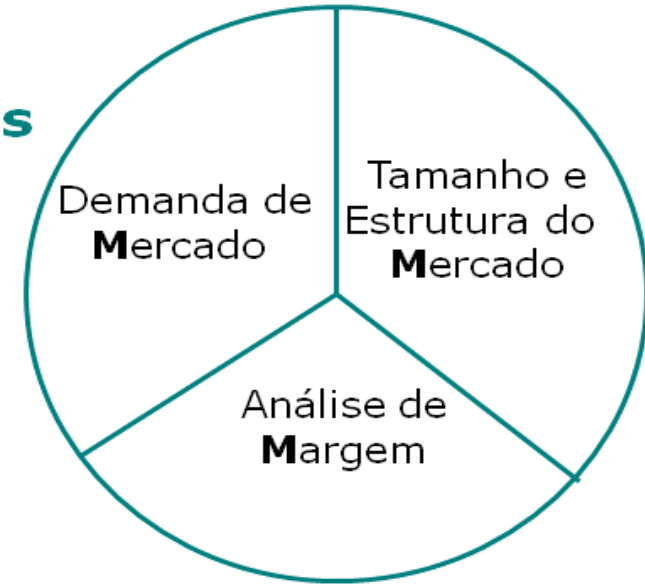


Avaliando Oportunidades

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)?

3M's

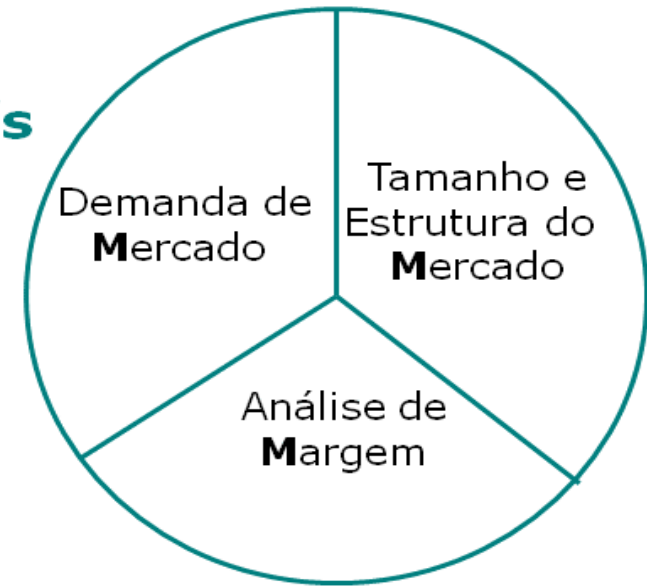


Avaliando Oportunidades

Tamanho e Estrutura do Mercado:

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

3M's

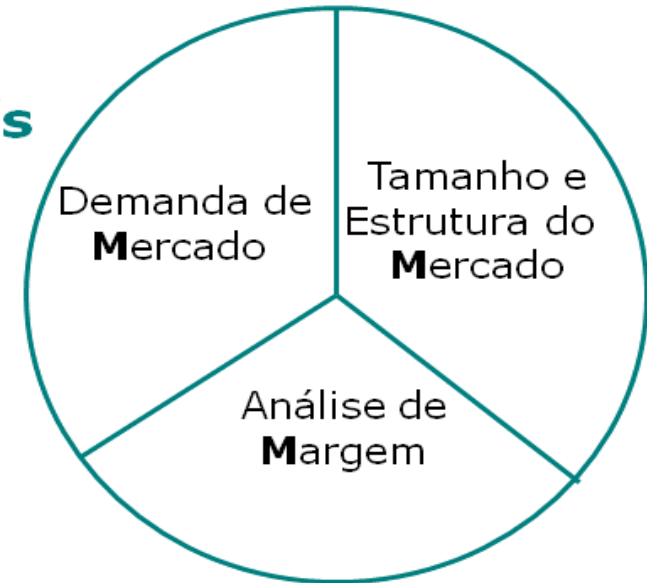


Avaliando Oportunidades

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.

3M's



Avaliando Oportunidades



Equipe

□ Líder Empreendedor

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

Avaliando Oportunidades



Recursos

- 3 tipos:

- » Pessoas
- » Coisas
- » \$\$

- Importante:

- » Priorizar as necessidades críticas
- » Controlar X Possuir:
 - *“Never buy if you can rent, never rent if you can borrow”.*

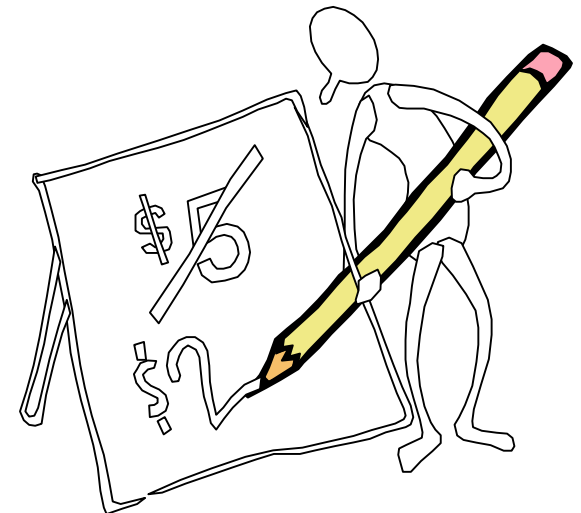
Avaliando Oportunidades

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

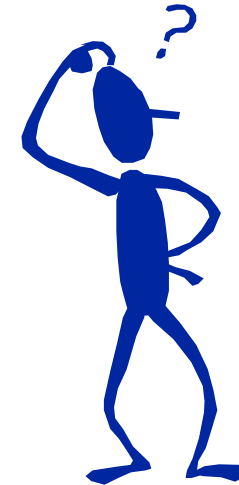


Análise de Mercado

- 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.

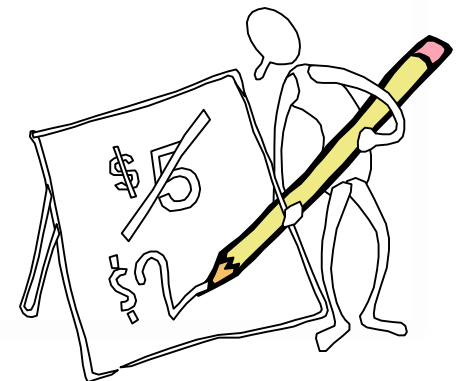
Análise de Mercado

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



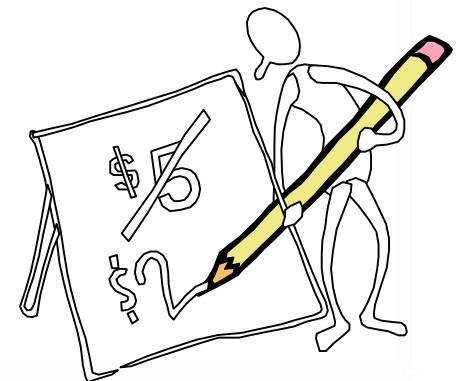
Análise de Mercado

- 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

I Exemplos:

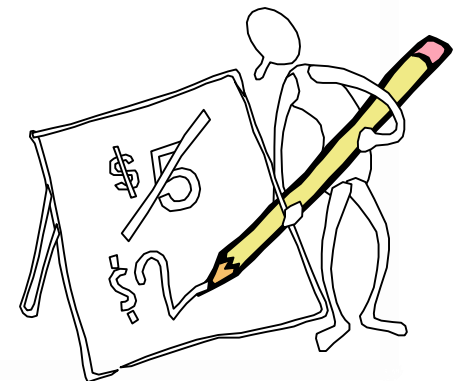
“Estima-se que o serviço X na Internet é demandado por 10% dos usuários conectados na rede.”

“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.”

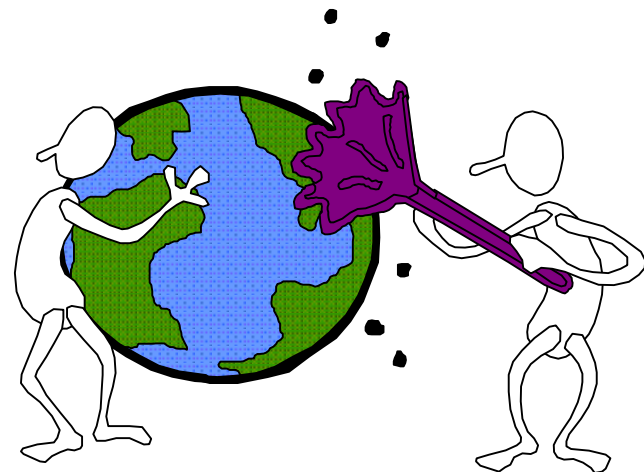
Análise de Mercado

- 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 viagem 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



Análise de Mercado

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



Análise FOFA

Strengths (Pontos **F**ortes)

Weaknesses (Pontos **F**racos)

Opportunities (**O**portunidades)

Threats (**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
<ul style="list-style-type: none">• 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?	<ul style="list-style-type: none">• 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
<ul style="list-style-type: none">• Quais são as oportunidades externas que você pode identificar?• Que tendências e "modas" você pode aproveitar em seu favor?	<ul style="list-style-type: none">• 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).

<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Marca conhecida.▪ Ampla distribuição.▪ Rapidez no atendimento.▪ Qualidade dos produtos.	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Preços elevados.▪ Maior parte dos produtos ofertados não são saudáveis.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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.	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Pessoas buscam alimentação mais saudável.▪ Crise econômica reduz alimentação fora de casa.▪ Novos concorrentes oferecem produtos saudáveis.

Análise SWOT

FORÇAS

- tradição da marca
- inovação em seus produtos
- vasto número de franquias

FRAQUEZAS

- ausência de vendas indiretas/externas

OPORTUNIDADES

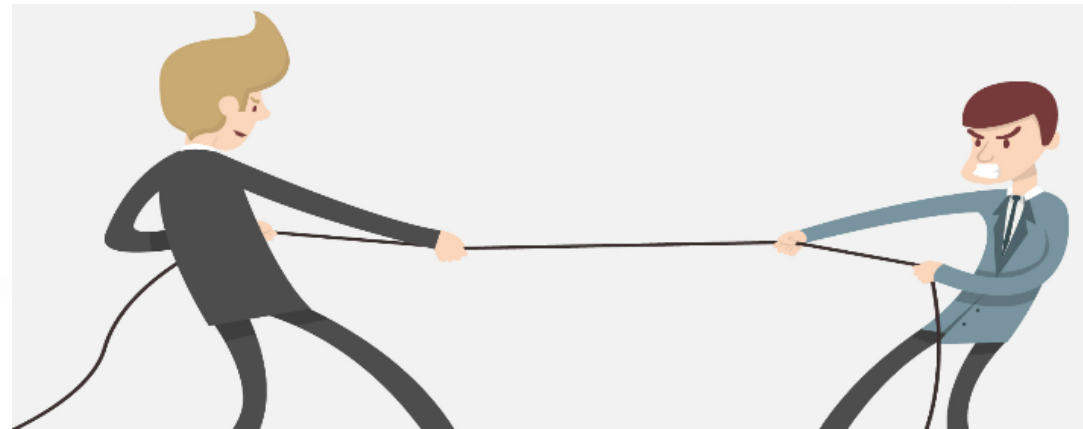
- reformulação da linha de produtos
- lançamento da linha Nativa SPA (atrelada à nova decoração e layout das lojas)

AMEAÇAS

- 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.

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

□ Modelo sugerido:

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, publicidade; 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

- Fornece subsídios para a definição do **Plano de Marketing**.
- Deve ser planejada, aplicada e analisada.
- Dados podem ser levantados pelo próprio pesquisador ou de outras fontes.
 - » Uso combinado de ambas as fontes.

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 esqueça: Loja de sapatos na Índia!

Não desanime, procure outra ideia



Exercício

- Escolha um dos temas abaixo e realize uma análise FOFA que considera todos os elementos envolvidos na ideia:
 - » Vender alimentos saudáveis na praia.
 - » Pet shop móvel.
 - » Restaurante brasileiro em Londres