



**SEJA PROTAGONISTA DA  
SUA VIDA E NÃO PLATEIA  
DA VIDA DOS OUTROS.**

@primeiromilhao





# Empreendedorismo

## *Análise de Mercado*

*Professor: Charles Leite*

# PLANO DE NEGÓCIOS

## Sumário Executivo

## Plano Detalhado

**Conceito do Negócio**

**Análise de Mercado**

**Plano de Marketing**

Estrutura Organizacional

Plano de Implantação

Planejamento Financeiro



## PLANO DE NEGÓCIOS

- **Análise de Mercado**

- **Tamanho do Público-Alvo;**
- **Crescimento;**
- **Concorrência;**
- **Vantagens sobre a concorrência.**

**Sumário Executivo**

**Plano Detalhado**

Conceito do Negócio

**Análise de Mercado**

Plano de Marketing

Estrutura Organizacional

Plano de Implantação

Planejamento Financeiro



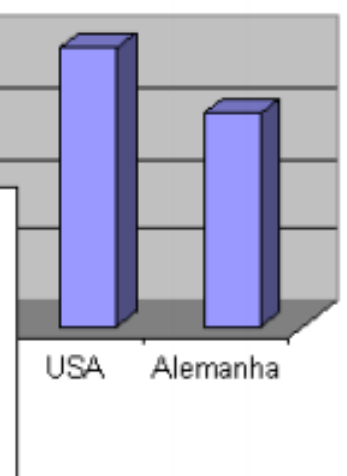
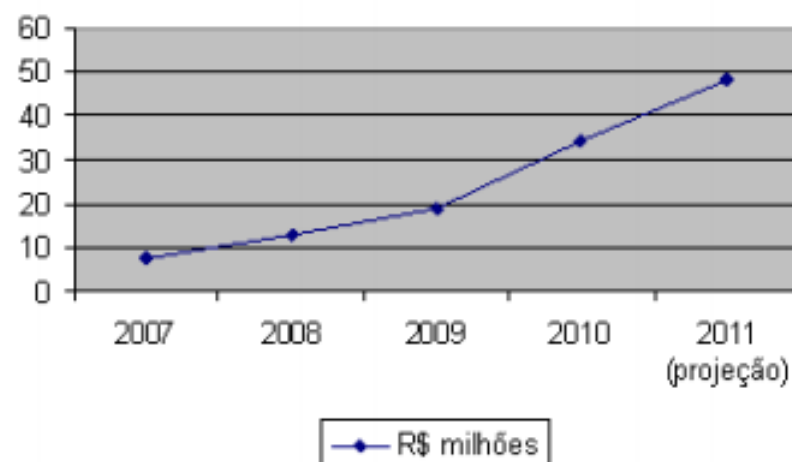
## PÚBLICO-ALVO – TAMANHO E CRESCIMENTO

- **Quantidade:** *Quantas pessoas* são filiadas e militantes em movimentos ecológicos? Em que países essas pessoas vivem?
- **Volume financeiro:** *quanto* os militantes em movimentos ecológicos *costumam gastar* anualmente em produtos que apoiem e divulguem a causa?
- **Crescimento:** *evolução* de quantidade e volume financeiro ao longo dos anos.

# CREDIBILIDADE FUNDAMENTADA EM DADOS



**Volume de Vendas - Brasil**



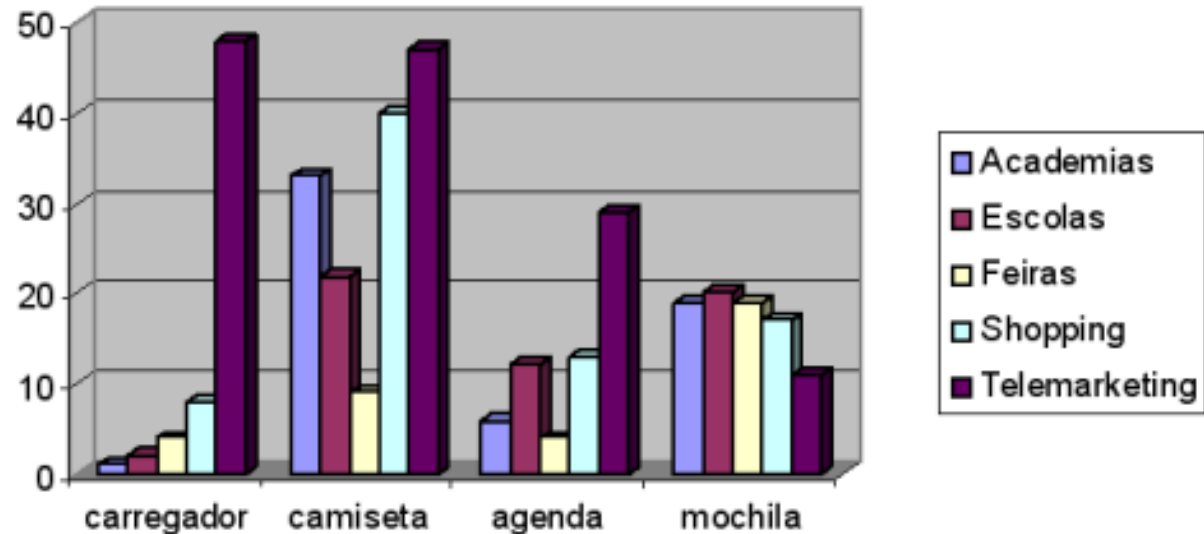
Produto	Preço médio (R\$)	Fabricante	Consumo (milhões unidades/ano)	
			Brasil	USA
Camisetas com mensagens	19	Eco T-Srts	4,5	~10
Mochila com logotipo	35	Eco T-Srts	0,9	~1.5



# PESQUISA E TESTE DE MERCADO

**Pesquisa de Mercado: consultar uma amostra, para estimar o comportamento de todo o do público-alvo.**

Teste de Mercado - Ribeirão Preto



Teste de Mercado

\$

Start Up  
(Crescimento)

**Teste de Mercado: Venda efetiva, para validar e eventualmente ajustar premissas do negócio.**

## PLANO DE NEGÓCIOS

### ○ **Análise de Mercado**

- Tamanho do Público-Alvo;
- Crescimento;
- **Concorrência;**
- **Vantagens sobre a concorrência.**

Sumário Executivo

#### Plano Detalhado

Conceito do Negócio

**Análise de Mercado**

Plano de Marketing

Estrutura Organizacional

Plano de Implantação

Planejamento Financeiro





# CONCORRÊNCIA



*“O produto é novo; só nós produzimos e vendemos; não temos concorrentes!”*



**Concorrência:** empresas que comercializam, ou venham a comercializar, **benefícios equivalentes**, ou satisfação de necessidades similares.

➤ direta // indireta

# DADOS + ANÁLISE

Empresa Concorrente	Principais Produtos	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Segmentos Afetados
Eco T-Srts	Camisetas mochilas			
BrasPaper	Agendas			
Nuscom	Embalagem			

Encontre os segmentos em que seu produto é imbatível. Esses são seus *'monstros vermelhos'* (público-alvo mais valioso).





## VANTAGENS SOBRE A CONCORRÊNCIA



**Vantagem Competitiva:** razão pela qual seu produto vai vencer a concorrência, em um segmento específico do mercado.

- deve ser a mais duradoura possível;
- Idealmente, deve ser uma barreira à entrada da concorrência (exemplo de barreira: patente).

# ANÁLISE DE MERCADO – PERGUNTAS

- Qual é o tamanho do mercado? Quantos clientes potenciais? Qual o volume financeiro?
- Qual o mercado atual? E o futuro? Crescendo?
- Que mercado você já detém e que mercado pretende deter no futuro?
- Qual a concorrência (direta e indireta)? Pontos fortes e fracos? Quais segmentos são bem atendidos? Quais não são?
- Quais suas vantagens competitivas, ou barreiras à entrada da concorrência? Podem ser mantidas por quanto tempo?

# DÚVIDAS ...



atitud

ne

Ideias

ambição

criatividade

risco

# Referências

- FERRARI, Roberto. **Empreendedorismo para Computação – Criando Negócios de Tecnologia.** *Capítulo 5, páginas 69-76.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.