

TRANSFORMANDO IDEIA EM OPORTUNIDADE

EMPREENDEDORISMO
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO
PROF. GABRIELA TISCOSKI

AGENDA

01

PROCESSO EMPREENDEDOR

02

COMPREENDER AS DIFERENÇAS ENTRE IDEIA E OPORTUNIDADE

03

ATIVIDADE DE ESTÍMULO À GERAÇÃO DE IDEIAS/SOLUÇÃO DE PROBLEMAS E AVALIAÇÃO DE OPORTUNIDADE

Identificação e
avaliação de
oportunidades

Desenvolvimento
do Plano de
Negócios

Determinação e
captação dos
recursos
necessários

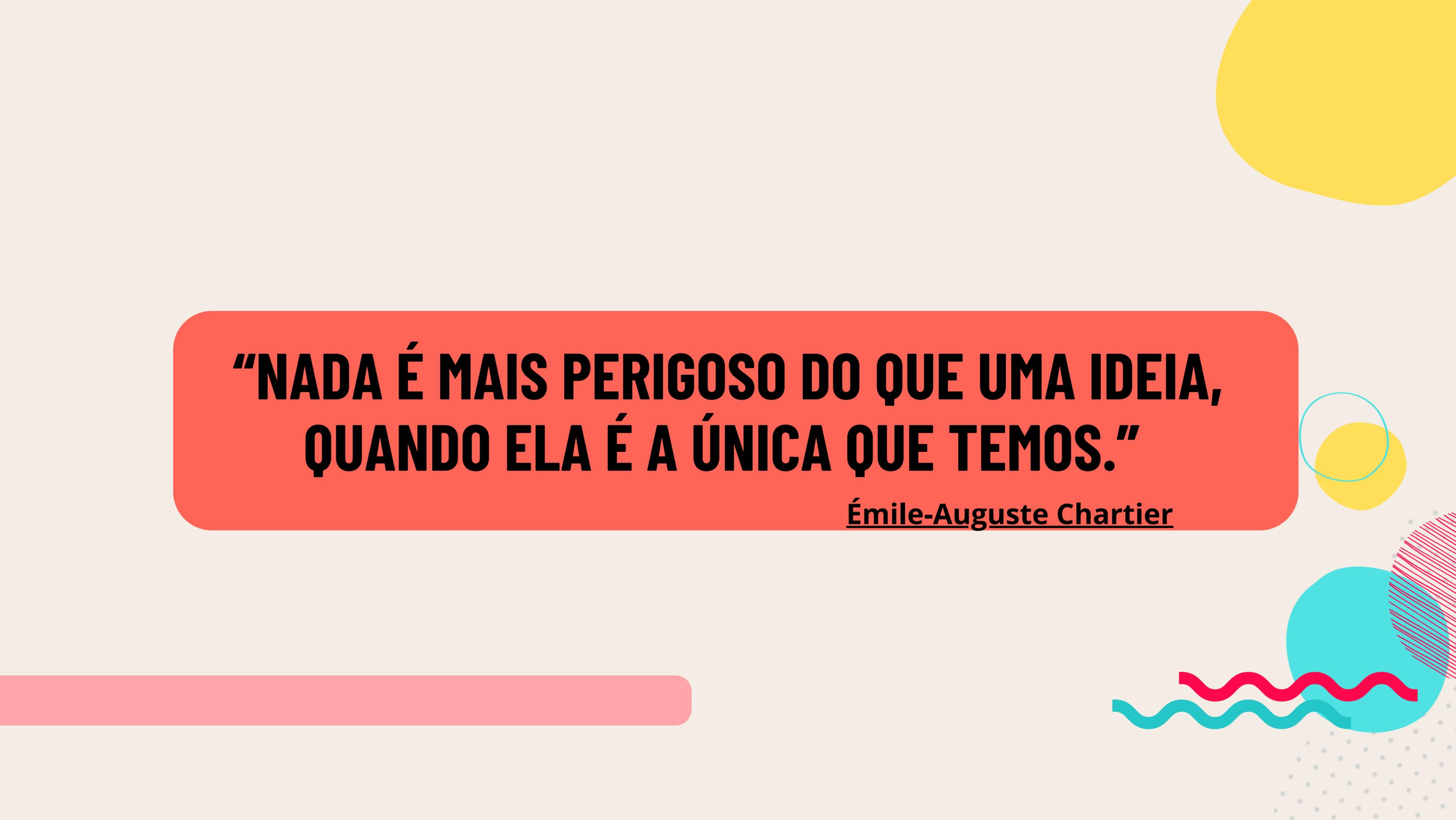
Gerenciamento
da empresa
criada

O PROCESSO EMPREENDEDOR

IDENTIFICAÇÃO E AVALIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES

Oportunidade empreendedora (ou simplesmente “oportunidade”) pode ser entendida como o próprio negócio, o “empreendimento”, ou aquilo que o sujeito idealiza e mobiliza esforços para concretizar (o algo novo, dotado de valor).

OPORTUNIDADE É UMA IDEIA COM POTENCIAL DE TRANSFORMAÇÃO DO CONTEXTO ONDE SERÁ MATERIALIZADA.



**“NADA É MAIS PERIGOSO DO QUE UMA IDEIA,
QUANDO ELA É A ÚNICA QUE TEMOS.”**

Émile-Auguste Chartier



Representação mental de uma coisa concreta ou abstrata.
Talento inventivo, pensamento, concepção, plano, imaginação



Ocasião favorável.
Esperar a oportunidade para fazer o negócio.

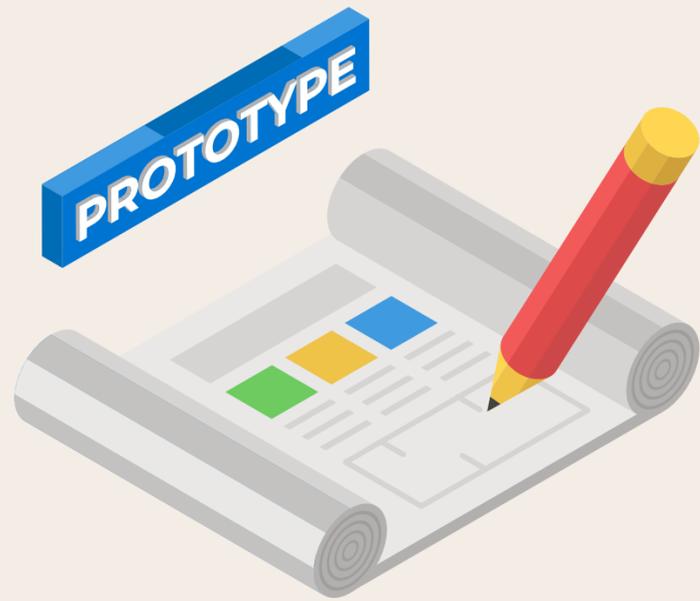


O EMPREENDEDOR DEVE SABER UTILIZAR A SUA IDEIA, TRANSFORMANDO-A EM UM PRODUTO OU SERVIÇO.

- MITO: NOVAS IDEIAS TÊM QUE SER ÚNICAS.

O FATO DE UMA IDEIA SER OU NÃO ÚNICA NÃO IMPORTA.

AS OPORTUNIDADES QUE, EM GERAL, SÃO ÚNICAS!



**MINHA IDEIA É
REVOLUCIONÁRIA, MEU
PRODUTO É ÚNICO E NÃO
POSSUI CONCORRENTES,
MAS NÃO POSSO FALAR DO
QUE SE TRATA...**

PROTOTIPAR!

Importante testar a ideia!!!

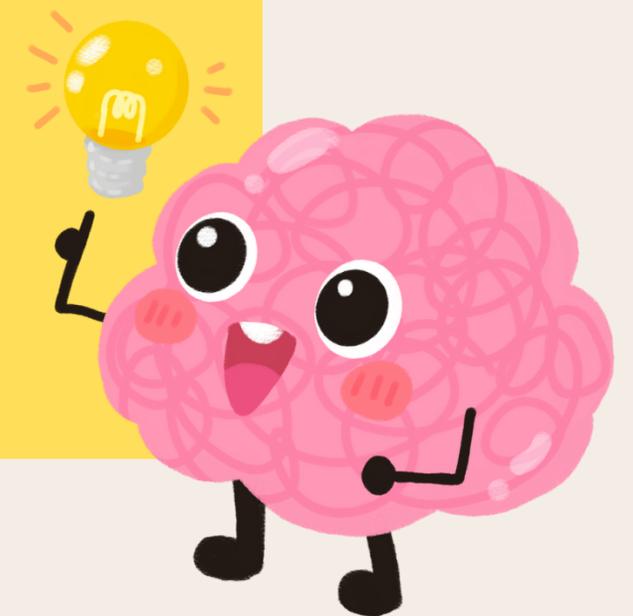
Ideias revolucionárias são raras.

Produtos únicos, em geral, não existem.

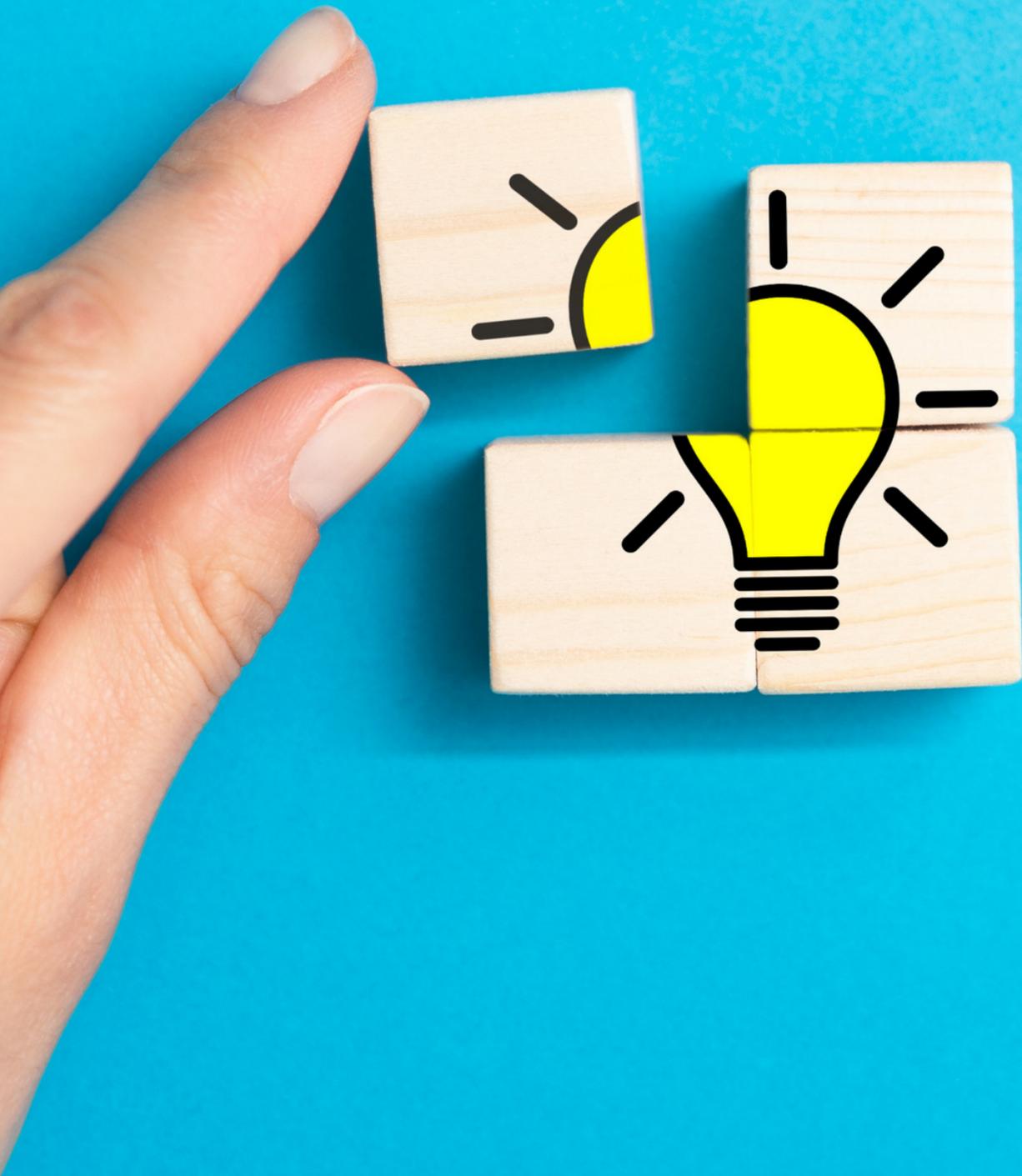
Concorrentes com certeza existirão.

FONTES DE NOVAS IDEIAS

Novas ideias surgem quando a mente está aberta para as mesmas.
Qualquer fonte de informação pode ser um ponto de partida para novas ideias e identificação de oportunidades.
Selecionar as informações relevantes!



TÉCNICAS PARA NOVAS IDEIAS



INTERNET

BRAINSTORMING.

CONVERSAR COM PESSOAS DE DIFERENTES IDADES E NÍVEIS SOCIAIS.

PESQUISAR NOVAS PATENTES, REGISTROS E LICENCIAMENTOS NA ÁREA DE INTERESSE.

ESTAR ATENTO AOS ACONTECIMENTOS DE SUA REGIÃO, TENDÊNCIAS, PREFERÊNCIAS.

VISITAR INSTITUTOS DE PESQUISA, FEIRA DE NEGÓCIOS, EMPRESAS, ETC.

PARTICIPAR DE CONFERÊNCIAS E CONGRESSOS DA ÁREA.

IDENTIFICAÇÃO DE BOAS OPORTUNIDADES

01 QUEBRA DE PARADIGMAS

02 CRIATIVIDADE

05 EQUIPES HETEROGÊNEAS:
idade, cultura,
experiências,
multidisciplinaridade

03 INSPIRAÇÃO + TRANSPIRAÇÃO

04 UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS

FORMAS COMUNS DE IDENTIFICAR UMA OPORTUNIDADE



- **IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES (caminhonetes/serravam a parte de tras)**
- **OBSERVAÇÃO DE DEFICIÊNCIAS (terceirizar)**
- **OBSERVAÇÃO DE TENDÊNCIAS (estacionamento/segurança residencial)**
- **DERIVAÇÃO DA OCUPAÇÃO ATUAL (escola por professores, softwares por desenvolvedores)**
- **PROCURA DE OUTRAS APLICAÇÕES (terra sanitária para gatos)**
- **EXPLORAÇÃO DE HOBBIES (beachtenis)**
- **LANÇAMENTO DE MODA (beachtenis)**
- **IMITAÇÃO DO SUCESSO ALHEIO (BENCHMARKING) (uber, 99taxi)**

EM PRIMEIRO LUGAR VEM A PAIXÃO PELO NEGÓCIO. ACREDITAR NO NEGÓCIO. DINHEIRO VEM COMO CONSEQUÊNCIA.

Experiência no ramo.

Procure criar negócios em áreas que você conhece, em que já tem alguma experiência, já trabalhou, ou tem sócios que já trabalharam no ramo.

Não arrisque tudo em negócios cuja dinâmica do mercado e forma operacional de tocar a empresa você desconhece, só porque simpatiza com o assunto, ou porque é uma área na qual poderá fazer muito dinheiro.

ALGUMAS FRASES INTERESSANTES

“EU COMETO MAIS FALHAS DO QUE QUALQUER OUTRA PESSOA, PORÉM, CEDO OU TARDE, EU PATENTEIO A MAIORIA DELAS.” (THOMAS EDISON)

“TUDO QUE PODERIA SER INVENTADO JÁ FOI INVENTADO.” (HARLES DUELL, DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE REGISTROS E PATENTES DOS EUA EM 1889).

“ISSO É UMA BOBAGEM. QUEM VAI QUERER FICAR VENDENDO ATORES DENTRO DE UMA CAIXA DE MADEIRAS?” (PRESIDENTE DA WARNER NOS ANOS 50).

“PRECISAMOS DEIXAR NOSSOS PRODUTOS OBSOLETOS ANTES QUE OS CONCORRENTES O FAÇAM.” (QUEM DISSE ISSO?).

AVALIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES



VIABILIDADE DE MERCADO

O PRODUTO TEM COMPRADORES POTENCIAIS?

COM QUE FREQUENCIA O PRODUTO SERIA COMPRADO?

QUEM COMPRARIA?

QUANTOS COMPRARIAM?

QUEM SÃO OS COMPRADORES?

QUAL PREÇO ACEITARIAM?

HÁ SAZONALIDADE?

MAXIMINIANO, 2006

CONCORRÊNCIA

QUEM SÃO OS CONCORRENTES?

QUANTOS SÃO?

ONDE ESTÃO?

QUAIS SÃO SUAS VANTAGENS COMPETITIVAS?

QUAL É O ALCANCE E EFICÁCIAS DE SEUS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO?

HÁ BARREIRAS PARA NOVOS ENTRANTES/INGRESSANTES?

QUAIS SÃO OS FORNECEDORES DOS CONCORRENTES?

MAXIMINIANO, 2006

VIABILIDADE DE PRODUÇÃO

EXISTEM COMPONENTES OU MATÉRIAS PRIMAS PARA FAZER O PRODUTO OU PRESTAR O SERVIÇO?

EXISTEM MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS E/OU INSTALAÇÕES?

EXISTE MÃO DE OBRA?

QUAL INVESTIMENTO NECESSÁRIO?

EXISTE VIABILIDADE DE DESENVOLVIMENTO E EXPERIMENTAÇÃO?

MAXIMINIANO, 2006

CONTROLE GOVERNAMENTAL

HÁ CONTROLES GOVERNAMENTAIS SOBRE O TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO?

HÁ NECESSIDADE DE LICENCIAMENTO OU APROVAÇÃO?

QUAL INVESTIMENTO NECESSÁRIO PARA ATENDER À LEGISLAÇÃO?

MAXIMINIANO, 2006

INVESTIMENTO INICIAL E RETORNO

QUAL INVESTIMENTO INICIAL NECESSÁRIO?

QUAL CUSTO DE MANUTENÇÃO DO NEGÓCIO?

QUAL PERÍODO DE RETORNO DO INVESTIMENTO INICIAL?

ATRAÇÃO PESSOAL

O NEGÓCIO É ESTIMULANTE?

O NEGÓCIO ESTÁ ALINHADO ÀS CARACTERÍSTICAS PESSOAIS DO EMPREENDEDOR?

Degen, 2009

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEGEN, R. J. O EMPREENDEDOR. EMPREENDER COMO OPÇÃO DE CARREIRA. ED PEARSON PRACTICE HALL, 2009, SÃO PAULO.





The background features a light gray field with a pattern of small, light gray dots. On the left side, there are several overlapping circles in shades of pink, red, cyan, and yellow. Some of these circles are filled with a pattern of small dots of the same color. A large, bright yellow lightning bolt shape is positioned on the right side of the slide, pointing downwards and to the left.

EXERCÍCIO PRÁTICO

VAMOS PENSAR EM ALGUM PROBLEMA COTIDIANO...



DEFINA UM
PROBLEMA



ESCREVA O
PROBLEMA
EM UM PAPEL



APRESENTAR
O PROBLEMA



4

REUNIR OS
PROBLEMAS

5

ESCOLHER 4
GRANDES QUESTÕES

6

CADA EQUIPE
TRABALHA UMA
SOLUÇÃO. DESAPEGO
DE IDEIAS

7

MODERADOR.
DESAPEGO DE IDEIAS



APRESENTE A SOLUÇÃO



AVALIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES

VIABILIDADE DE MERCADO

CONCORRÊNCIA

VIABILIDADE DE PRODUÇÃO

CONTROLE GOVERNAMENTAL

INVESTIMENTO INICIAL E RETORNO

ATRAÇÃO PESSOAL



A glowing lightbulb is the central focus, surrounded by a dense cluster of scattered yellow sticky notes. The lightbulb is illuminated, casting a warm yellow glow that highlights the edges of the sticky notes. The background is solid black, making the lightbulb and sticky notes stand out prominently. The sticky notes are of various sizes and orientations, some overlapping each other, creating a sense of a cluttered workspace or a brainstorming session.

ATÉ MAIS

