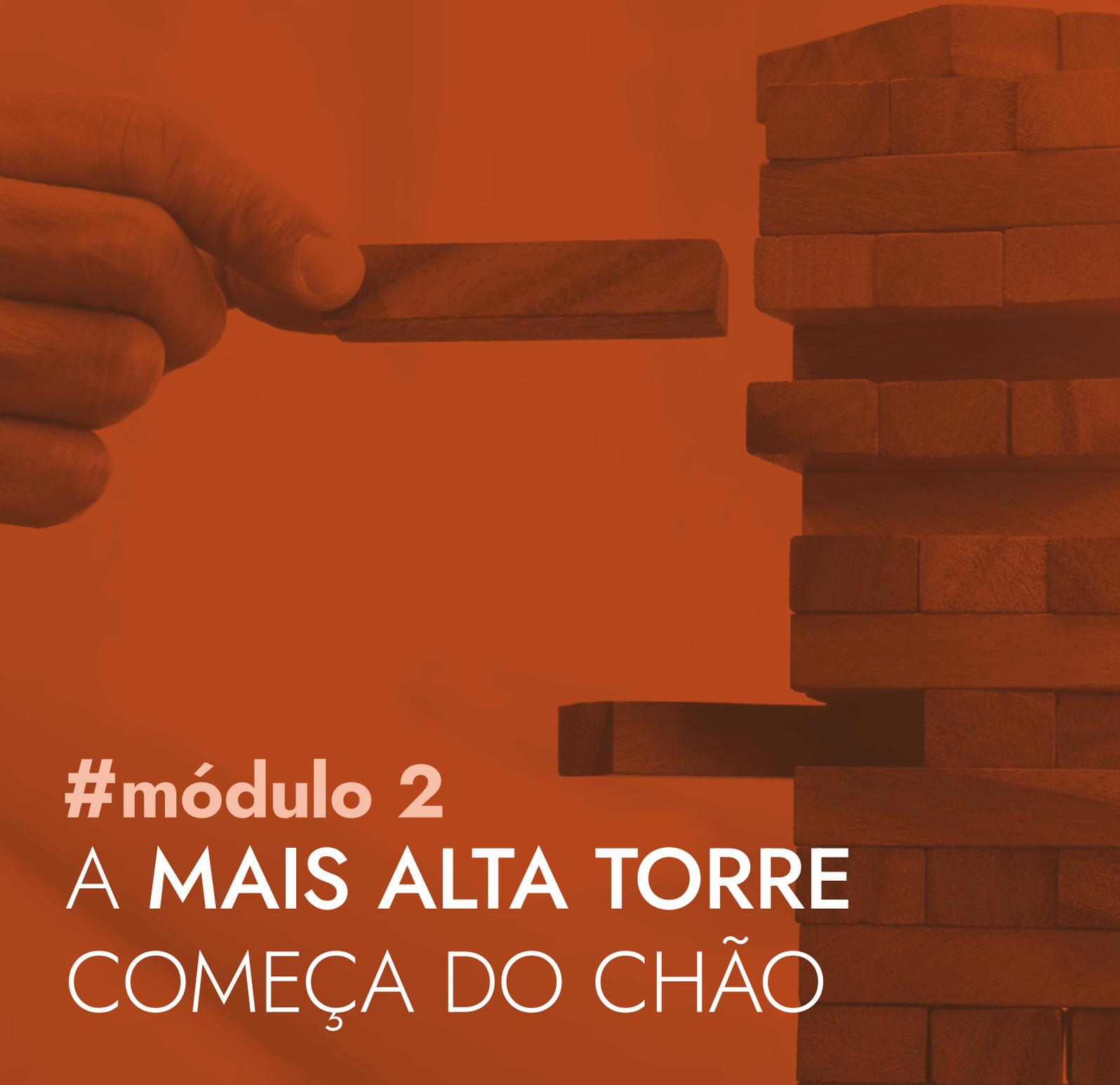


TRANSFORMAÇÃO

uma jornada no empreendedorismo social ₅



#módulo 2
A MAIS ALTA TORRE
COMEÇA DO CHÃO

₅



capítulo 4

**OPORTUNIDADE DE
MERCADO NO
EMPREENDEDORISMO
SOCIAL**

OPORTUNIDADE DE MERCADO NO EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Fala aí, empreendedora, empreendedor social... Para você que já encontrou um problema social e/ou ambiental para chamar de seu, se apaixonou pela causa e se comprometeu a gerar uma mudança positiva, podemos avançar na nossa Jornada no Empreendedorismo Social!

Sua missão agora é **reconhecer e explorar uma oportunidade no mercado** que permita gerar receitas para sustentar as ações de impacto colocadas na Teoria da Mudança, ou seja, gerar um negócio! A identificação de oportunidades e a seleção da oportunidade “certa” são habilidades muito importantes. E, para empreendedoras(es) sociais, desenvolver essas habilidades é fundamental, porque é a oportunidade que sustentará o negócio e as atividades de impacto.

Muito você já deve ter ouvido falar sobre oportunidade. Desde frases motivacionais, que afirmam que precisamos aproveitar, agarrar, criar, não desperdiçar as oportunidades, até alguns ditados populares como o dito gaúcho que afirma que “cavalo” encilhado não passa duas vezes... Vamos, então, explorar o universo das Oportunidades?

oportunidade empreendedora

Começaremos nossa conversa pelo conceito de Oportunidade. Em uma consulta rápida ao dicionário, Oportunidade é definida como qualidade do que é oportuno; uma ocasião favorável para a realização de algo. Quando falamos do mundo dos negócios, oportunidade tem a ver com ideias que podem ser realizadas e têm possibilidade de gerar retorno econômico (o tão esperado lucro), mesmo que esse retorno possa demorar um pouco para acontecer. E, como empreendedora ou empreendedor social, você precisa saber desde já que, quanto maior o potencial de mercado e de retorno da sua Oportunidade, melhor, pois é ela que viabilizará as suas ações de impacto.

Scott Shane nos ajuda a entender melhor o conceito de oportunidade. Ele afirma que as Oportunidades nada mais são do que situações em que as(os) empreendedoras(es) conseguem oferecer ao mercado um produto e/ou serviço, que gere mais dinheiro (receitas) do que se gaste para produzi-lo e/ou prestá-lo (custos de produção e/ou prestação de serviços). Essas situações decorrem de mudanças na tecnologia ou nos aspectos políticos, sociais e demográficos, sendo que essas mudanças podem ser entendidas como **fontes de oportunidades**. Perceber a mudança é o que dispara a possibilidade de se identificar a oportunidade empreendedora. Responder à mudança percebida na tecnologia, nos regulamentos, nos comportamentos e na dinâmica do setor, oportunizou muitos novos negócios.





O norte-americano Scott Shane é pesquisador e professor de Empreendedorismo, na Case Western Reserve University em Ohio, nos Estados Unidos. É uma referência importante no estudo das oportunidades, que, para ele, **são criadas pelos Empreendedores**. Tem vários livros publicados sobre o tema.



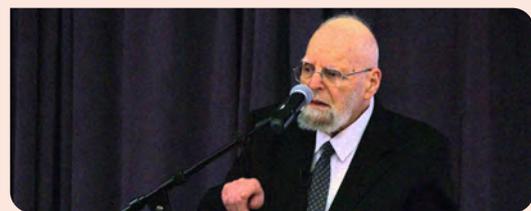
De forma bem geral, existem oportunidades quando as necessidades dos clientes não são atendidas, ou não são “bem” atendidas (dá para fazer e atender melhor, sabe?). Aqui, é importante lembrar que é justamente a percepção sobre a necessidade atendida, o desejo ou interesse satisfeito, etc. que faz com que o Cliente atribua Valor.

um parêntese importante aqui...

Você está sabendo que, quando falamos de Valor, **não estamos falando de Preço** (valor em dinheiro atribuído aos produtos e serviços), certo? Valor tem a ver com os **benefícios que geramos para os Clientes**, com os nossos produtos e/ou serviços. Alguns exemplos de benefícios que podemos gerar com as experiências que proporcionamos com os produtos e/ou serviços ofertados: conveniência, praticidade, economia de tempo, economia de dinheiro, segurança, felicidade, pertencimento e por aí vai!

Israel Kirzner é outra pessoa que contribui para o nosso entendimento sobre a Oportunidade para empreendedoras(es). Para além das necessidades dos clientes que estão fora do Negócio (no mercado), a situação oportuna também pode surgir no dia a dia dentro do Negócio: na forma como os recursos são utilizados para produzir, prestar serviços, atender os clientes, entre outras atividades.

Lembrando que recurso tem relação com tudo que você, como empreendedor(a) social, precisa para fazer o seu Negócio acontecer – tanto no lado negócio, quanto do impacto, ou seja, na Teoria da Mudança. Os recursos podem ser espaços físicos, máquinas e equipamentos de produção e de informática, móveis, utensílios, pessoas (colaboradores e parceiros), tecnologias, conhecimentos, marca, dinheiro, etc.



O britânico Israel Kirzner é economista e escreveu muitos livros de Economia. Foi pesquisador e professor da Universidade de Nova York, também nos Estados Unidos. Contribuiu com o estudo das atividades empresariais e do papel do Empreendedor, que, para ele, é quem **descobre oportunidades**.



Para que uma Ideia (mais livre, às vezes até mirabolante) seja considerada uma Oportunidade Empreendedora, ela deve atender a uma necessidade ou desejo e gerar Valor para alguém, o que mostra que ela tem **viabilidade de mercado**. Ela também precisa ser possível de ser realizada pelo Empreendimento com os recursos disponíveis, demonstrando que existe **viabilidade técnica**. Bem, havendo mercado e sendo tecnicamente possível, ela ainda deve ter potencial de gerar lucros, a busca da **viabilidade econômica**.

A essa altura da nossa conversa, você já deve estar com uma pulga atrás da orelha, pensando em como “encontrar uma oportunidade” para o seu Empreendimento Social, não é mesmo? Mas será que as oportunidades existem e estão aí para serem encontradas? Ou elas podem ser criadas? Segue com a Gente!

reconhecimento e exploração de oportunidades

Você já percebeu que a identificação de uma oportunidade é a situação que inicia o que muita gente que estuda Empreendedorismo chama de Processo Empreendedor, para criação de um novo negócio. Agora, será que é simples assim: empreendedoras(es) vão lá e “do nada” identificam, ou descobrem uma Oportunidade de Negócio? Já adiantamos que não é bem assim...

O **reconhecimento de uma oportunidade** envolve alguns fatores. Lembra do Scott Shane? Em um trabalho com Sankaran Venkataraman (carinhosamente chamado de Venkat), eles afirmam que Empreendedoras(es) precisam **ter informações prévias** para identificar uma oportunidade e **contar com propriedades cognitivas** necessárias para conseguir fazer esse reconhecimento e “ligar os pontos”. Esse ligar os pontos só acontece porque existe uma base de conhecimento prévio, e é, a partir dessa base, que empreendedoras(es) percebem o valor da nova informação. Ainda sobre a capacidade de ligar os pontos, ela pode ser atribuída à **Perspicácia**, que Israel Kirzner definiu como a habilidade para perceber uma oportunidade mesmo quando não se está procurando (isso é demais, não é?)!



Sankaran Venkataraman

Aqui, você deve estar imaginando quais seriam as tais informações prévias, certo? Lá vai então... Dentre as informações prévias necessárias para reconhecer uma oportunidade, estão as informações sobre **mercados** (conhecimento e experiência em algum setor específico), **demandas do cliente e formas de atendimento**. É importante notar que não adianta apenas identificar as necessidades não atendidas ou mal atendidas dos clientes... É preciso saber como atendê-las! Com as informações prévias e suas propriedades cognitivas, que são desenvolvidas ao longo da vida pessoal e profissional (podemos associar aqui ao **Repertório de Conhecimentos, Experiências e Aprendizados**), as(os) empreendedoras(es) conseguirão ou não identificar a oportunidade.



Quanto maior o seu Repertório, que você vai gerando com os conhecimentos, experiências e aprendizados acumulados ao longo da sua vida, melhor! Para aumentar o seu Repertório, aí vão algumas dicas...

Ter momentos para desligar, descansar mesmo, sabe? Fazer o que se gosta e não fazer nada, de vez em quando... Isso estimula o tal ócio criativo, já ouviu falar? Precisamos manter nossa saúde em dia, e o descanso é fundamental.



Curiosidade para explorar coisas novas e viver novas experiências... Ler um livro diferente, escutar uma música de um gênero diferente, fazer um caminho diferente num trajeto entre casa e trabalho, ir a um lugar diferente — pode ser o começo!

Aprender com os erros, porque errar faz parte! Ah como faz... Quando errar, lembre-se que não é o fim do mundo... Reflita sobre o que aconteceu, o que “fugiu” do que você esperava e fique com aquela vivência que não deu tão certo, como aprendizado!



Manter os conhecimentos organizados e os insights e aprendizados registrados... Como vivemos em um mundo onde temos acesso a muita informação, é importante manter registros para não esquecermos do que realmente importa! Organizar os materiais de temas do seu interesse em pastas e anotar pontos de destaque (no papel, num arquivo no computador ou em algum lugar no celular) pode ajudar...



A Perspicácia, como a habilidade para se perceber uma oportunidade, ocorre por causa do que Kirzner identificou como **estado de alerta empreendedor**. O estado de alerta empreendedor parte da ideia de que as oportunidades estão por aí para serem encontradas. Mas elas só serão reconhecidas por alguém que estiver mais sensível e “alerta” à informação. Essa informação tende a ser diversificada incluindo informações sobre produtos ou partes dele, serviços, padrões de comportamento e consumo, problemas que acontecem com clientes e fornecedores, necessidades e interesses não atendidos, novidades sobre as possibilidades de “juntar” recursos diferentes.

Existem ainda algumas **características de personalidade** que são muito associadas aos Empreendedores, ditos como “de sucesso”. Duas delas são bastante reconhecidas quando falamos do reconhecimento bem-sucedido de oportunidades: otimismo e criatividade. O **otimismo** está na sua capacidade de acreditar em si mesmo para realizar, fazer acontecer e atingir os objetivos estabelecidos (o que se chama de autoeficácia). Já a **criatividade** se manifesta na capacidade de imaginar, criar, inventar, produzir, colocar em prática conceitos originais e, muitas vezes, inéditos. Essas características estão presentes em empreendedoras(es) sociais. Para lembrar, você pode voltar ao capítulo 2 do e-book – Você Empreendedora ou Empreendedor Social.

Alexander Ardichvili, Richard Cardozo e Sourav Ray também trazem novidades à nossa conversa... Para eles, o reconhecimento de oportunidade inclui **três processos diferentes**: a percepção, a descoberta e a criação. A **Percepção** nada mais é do que perceber as necessidades do mercado e/ou recursos que não estão sendo bem utilizados. Note que, quando falamos de necessidades de mercado, estamos falando sobre como **Entregar Valor** a alguns Clientes com produtos e serviços; e, quando falamos sobre os recursos, falamos sobre a possibilidade de **Gerar Valor** com a “junção” desses recursos, pensando em como produzir os produtos e prestar os serviços.

Alexander Ardichvili e Richard Cardozo são professores, na **Universidade de Minnesota**, nos Estados Unidos. Sourav Ray é professor, na **Universidade de Guelph**, em Ontário no Canadá.



Um lembrete importante aqui... O reconhecimento de oportunidade, mais do que um processo, é uma **prática**. Talvez a primeira oportunidade percebida não seja a melhor, mas, vai por nós, quanto mais você praticar, **mais e melhores oportunidades você reconhecerá!** E essa prática aumentará o seu estado de alerta para novas oportunidades e o seu Repertório de Conhecimentos, Experiências e Aprendizados.



Já a **Descoberta** se refere ao descobrir um “encaixe” entre uma ou mais necessidades de mercado que podem ser atendidas com os recursos disponíveis no mercado, que não estavam sendo bem utilizados até então. Nesse momento, empreendedoras(es) percebem que já existem ofertas no mercado que aparentemente atendem às necessidades, utilizando de alguma forma os recursos disponíveis. Contudo, essas ofertas podem não atender da melhor forma, representando um desempenho abaixo do esperado. Podemos pensar aqui em novos produtos e serviços com características, especificações e funções diferentes do que já existe; ou mesmo em áreas geográficas específicas que não tenham boas ofertas no mercado.

Por fim, a **Criação** é o processo de criar um conceito de negócio que tenha Valor para o Cliente (um negócio que o Cliente perceba os benefícios, lembra?), juntando as necessidades de mercado com os recursos disponíveis nele. A criação do conceito do negócio inclui o conceito do produto e/ou serviço que será desenvolvido (**o que** iremos vender?); o conceito de mercado (**para quem** iremos vender?); e o conceito de operações e infraestrutura (**como** iremos produzir o produto e/ou prestar o serviço e entregá-lo no mercado?). Aqui, vale destacar que existem diversas ferramentas que ajudarão você nesse processo, para a organização das ideias sobre o Negócio. Para Empreendimentos Sociais, a sugestão é o Modelo C, que integra a visão de impacto socioambiental e o modelo de negócio. Você pode saber mais sobre ele no capítulo 5 – Modelagem do Negócio no Empreendedorismo Social.

Além de reconhecer elementos de uma oportunidade de negócios, empreendedoras(es) precisam tomar a decisão de aproveitá-la. Essa tomada de decisão é influenciada por diferenças individuais de percepção sobre risco e retorno. A **exploração da oportunidade** é um processo dinâmico que se dá de diversas formas – com o lançamento de um novo produto ou serviço, o começo de um novo Negócio, abertura de um novo mercado – para gerar e entregar Valor. Apoiando-se em Scott Shane e Sankaran Venkataraman, para decidir pela exploração da oportunidade, empreendedoras(es) precisam **acreditar que o lucro esperado será alto**, a ponto de poder ser distribuído para investidores de impacto, que acreditaram na proposta, e, ainda, oportunizar expandir o impacto do Negócio.

Bem, agora, você já sabe o que é uma Oportunidade Empreendedora e entendeu um pouco mais sobre o processo de reconhecimento e exploração de oportunidades. Imaginamos que está, inclusive, relembrando várias situações em que você pensou: “Olha, isso aqui poderia ser um negócio... Eu compraria!”. E, depois de um tempo praticando o seu estado de alerta empreendedor e identificando várias oportunidades, você pode ficar em dúvida sobre como selecionar uma oportunidade. Para isso, saber como avaliar uma oportunidade é fundamental.



avaliação de oportunidade

Quando falamos em avaliar, estamos falando em julgar, em verificar algo, a partir de alguns critérios que são estabelecidos inicialmente. Em geral, a **avaliação da oportunidade empreendedora** deve ser realizada antes de se “gastar” muito tempo, esforço e dinheiro em uma ideia de negócio que, talvez, não gere Valor para o mercado e Retorno para o Empreendimento, tornando inviáveis as ações de Impacto.

Ao avaliar uma oportunidade que pretende explorar com base em critérios claros (como num check-list), empreendedoras(es) sociais podem tomar algumas decisões... Pode **Seguir** com ela e avançar para transformá-la em um negócio; ou **Interromper** a exploração da oportunidade e iniciar novamente o processo para reconhecer, avaliar e explorar outra oportunidade que seja mais atrativa.

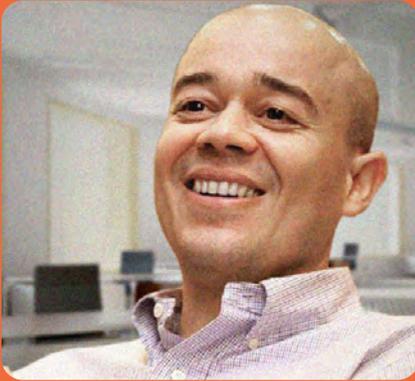
Pois bem, quais critérios podemos utilizar para avaliar se uma oportunidade é atrativa e tem maiores chances de sucesso como um novo negócio? Como já falamos no começo deste capítulo, a oportunidade empreendedora deve ter viabilidade **mercadológica, técnica e econômica**. Aqui vão algumas perguntas iniciais que podem ajudá-la(o) em uma avaliação preliminar.

Quadro 9: Perguntas para uma Avaliação Inicial da Oportunidade

Viabilidade	Perguntas Iniciais
Mercadológica	<ul style="list-style-type: none"> • O que faremos? <i>produtos e serviços</i> • Para quem faremos? <i>clientes</i> • Qual demanda, necessidade ou interesse atenderemos? <i>benefícios dos produtos e serviços</i>
Técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Como faremos? • Sabemos como fazer? • Temos os recursos necessários? <i>físicos, humanos, financeiros, tecnológicos, conhecimento</i>
Econômica	<ul style="list-style-type: none"> • Como ganharemos dinheiro com o Negócio? <i>receitas</i> • Como gastaremos dinheiro para fazer o Negócio funcionar? <i>custos e despesas</i> • Ganharemos mais dinheiro do que gastaremos com o Negócio? <i>saldo entre receitas, custos e despesas e lucro/prejuízo</i> • Quanto de dinheiro precisamos para começar o Negócio? <i>investimento inicial</i>

Bem, vamos agregar mais aspectos para avaliar oportunidades... Para isso, traremos para a conversa mais uma pessoa que pode nos ajudar, o José Dornelas! Para ele, qualquer oportunidade deve ser analisada considerando mercado, retorno, vantagens competitivas e equipe.





José Dornelas é um dos maiores especialistas brasileiros em Empreendedorismo e planejamento de negócios. É professor em cursos de MBA na USP e na FIA, além de atuar como professor convidado fora do Brasil. É empreendedor, investidor, conselheiro de empresas e palestrante. É fundador do Conselho de Empreendedores, da Empreende e do Instituto Fazendo Acontecer, organização sem fins lucrativos voltada à educação empreendedora. Para saber mais, visite o site www.josedornelas.com.br



Quanto ao mercado, em geral, os mercados mais atrativos para se começar um negócio são os **maiores** em termos de tamanho e características (quantidade de clientes e comportamento de consumo). Eles ainda contam com bom **potencial de crescimento** de vendas (faturamento), de preferência no menor tempo possível – a desejada escalabilidade. Aqui, é importante destacar que, em Negócios de Impacto Socioambiental, existem dois tipos de escala: o scale-up (verticalmente, com a mesma solução dando conta do mesmo problema social e/ou ambiental para um número crescente de beneficiários) e o scale-deep (horizontalmente, com diversas soluções complementares dando conta da complexidade do problema social e/ou ambiental). Mas esse assunto dá muito “pano pra manga” e, para saber mais sobre os desafios de escalabilidade em Empreendimentos Sociais, você pode ler o capítulo 11 do e-book – Vamos Escalar o Impacto Positivo!

Ainda sobre o mercado, você deve analisar o setor, especialmente em relação à **concorrência**. Nesse caso, as(os) empreendedoras(es) sociais podem buscar informações sobre a quantidade de concorrentes, onde eles atuam, quem são os principais, como eles vendem e por quais canais, dentre outras.

Em relação ao **retorno financeiro e econômico**, é importante verificar quanto você precisará para começar o Negócio (o que se chama de **investimento inicial**), o que representa a necessidade de capital inicial. Também é preciso identificar as possibilidades de geração de **receitas** (as entradas do caixa) e os **custos e despesas** necessários para colocar o Negócio em funcionamento (as saídas do caixa). A partir desses dados, é possível analisar o **saldo desse caixa** (no fluxo de caixa), o retorno financeiro (com a taxa interna de retorno) sobre esse investimento e o retorno econômico do Negócio (margem de lucro). Identificar ainda o ponto de equilíbrio (quando as receitas se igualam aos custos e despesas) e o prazo de retorno do investimento (tempo para recuperar o investimento inicial) são etapas recomendáveis, para uma análise mais completa do retorno econômico do novo Negócio.



Para realizar tais análises, empreendedoras(es) sociais devem ter algumas **bases de referência para comparar**. Por exemplo: os retornos anuais de alguma aplicação do mercado financeiro, a margem de lucro do setor de atuação, etc. Você pode adentrar nesse universo financeiro no capítulo 8 do e-book – Finanças Sociais e Captação de Recursos para o Empreendimento Social.

Sobre **vantagens competitivas**, elas estão ligadas a diferenciais que geram ganhos para o cliente, diferenciando o Empreendimento da concorrência. No mercado competitivo em que vivemos, é fundamental pensar em como se diferenciar dos concorrentes. Para fazer essa análise, empreendedoras(es) sociais têm que buscar entender como funciona a **dinâmica do setor** onde opera o Negócio. Pense aí... É fácil ou difícil começar um Negócio nesse setor? A **facilidade ou a dificuldade** para iniciar em um setor se relaciona a vários aspectos, como:

- a existência de leis, regulamentos e regras específicas que o Empreendimento deve seguir;
- a necessidade de capital para começar o Negócio (**é alta, é baixa**);
- as condições de acesso ao que você precisa para produzir ou prestar os serviços, como matérias-primas e insumos, tecnologias de produção e prestação de serviços, canais de venda, etc.

Um ponto importante sobre as condições de acesso é entender as **relações** que se estabelecem na cadeia do setor. Vamos de novo, pense aí... Você tem várias opções de Fornecedores? E de Distribuidores? Existe algum Fornecedor que “domina” o mercado? E algum Distribuidor “domina” o mercado? Com esse Fornecedor ou Distribuidor que tem esse domínio de mercado, você consegue negociar preço, prazo e outras condições de fornecimento de matérias-primas e comercialização dos seus produtos e serviços? Para entender um pouco mais sobre as possíveis relações na cadeia, confira o capítulo 9 do e-book – Relações de Parceria no Empreendimento Social.

Michael Porter foi quem desenvolveu essa teoria no seu livro Vantagem Competitiva, apresentando dois tipos de vantagens competitivas: menor custo e diferenciação. Quando falamos em **menor custo**, falamos em produzir o produto, prestar o serviço e entregar aos Clientes com um custo menor, o que possibilita praticar preços menores. Essa pode ser uma boa estratégia aos Negócios que têm Beneficiários que também são os Clientes Pagantes e que não dispõem de muita renda para o consumo. Já, quando falamos de **diferenciação**, falamos em entregar Valor superior aos Clientes – características diferentes nos produtos e serviços, aquela experiência “uau” com o Empreendimento, novidades e por aí vai.



Finalmente, quanto à **equipe empreendedora** que irá explorar a oportunidade, a experiência anterior (de preferência no setor de atuação do novo Negócio) dos integrantes e a formação multidisciplinar da equipe são essenciais, para que consigam transformar a oportunidade em um negócio sustentável. Também é desejável que os integrantes da equipe se identifiquem com a oportunidade e se comprometam com o Negócio. E aqui está um desafio, pois é importante que as(os) Empreendedoras(es) Sociais também possam se apaixonar pela oportunidade e se comprometer com o lado negócio, pois este vai possibilitar que se ponha em prática a Visão de Impacto.



Michael Porter é economista, professor e pesquisador da Escola de Negócios de Harvard. Foi consultor de diversas empresas no mundo todo. É autor de diversos livros sobre Estratégia e Competitividade e uma referência nesses temas.



Chegando ao final do nosso capítulo, agora que você já sabe alguns critérios para avaliar a oportunidade, vamos combinar uma coisa: se a sua ideia de negócio não for uma oportunidade, desapegue! Siga “firme” com a sua causa e tente de novo, pois uma hora você terá uma oportunidade empreendedora (com mercado e possibilidade de retorno) para chamar de sua...

retomada

○ Agora que você já sabe mais sobre oportunidades...

...e a sua importância para o Empreendimento Social, que tal **relembrar** o que aprendemos nesse capítulo?

- Uma **oportunidade empreendedora** é uma ideia de um produto, serviço ou negócio que pode ser realizado e tem possibilidade de gerar retorno (lucro), mesmo que possa demorar um pouco. Em geral, oportunidades podem ser percebidas nas **necessidades dos clientes** não atendidas ou mal atendidas (no mercado); ou na **forma como os recursos são utilizados** para produzir, prestar serviços, atender os clientes, etc. (no negócio);
- Para **identificar uma oportunidade**, é necessário contar com algumas **informações prévias** – sobre mercados (conhecimento e experiência em algum setor específico), demandas do cliente e formas de atendimento – e um **repertório** de conhecimento, experiências e aprendizados. Esse repertório é que acenderá o seu **alerta empreendedor** para a situação. Por isso, algumas pessoas identificam a oportunidade e outras não;



- **Reconhecer uma oportunidade** inclui a **percepção**, a **descoberta** e a **criação**. Percepção das necessidades do mercado e/ou recursos que não estão sendo bem utilizados. Descoberta de um “encaixe” entre uma ou mais necessidades de mercado que podem ser atendidas com os recursos disponíveis no mercado. Criação de um conceito de negócio que tenha Valor para o Cliente, juntando as necessidades de mercado com os recursos disponíveis nele;
- Além de reconhecer a oportunidade, é preciso tomar a decisão de **explorar a oportunidade**. A **exploração da oportunidade** pode acontecer de diversas formas, com o lançamento de um novo produto ou serviço, o começo de um novo Negócio, a abertura de um novo mercado, etc;
- Por fim, a **avaliação da oportunidade** deve ser realizada antes de se “gastar” muito tempo, esforço e dinheiro em uma ideia de negócio. Ela abre algumas possibilidades: **Seguir** ou **Interromper** a exploração da oportunidade e iniciar novamente o processo. Para avaliar uma oportunidade, devem ser utilizados critérios de **mercado**, **técnicos** e **econômicos**.

Para saber mais sobre Oportunidades, dá uma olhada nas nossas indicações:

Para adentrar na **necessidade que você atende** dos clientes com o seu negócio, sugerimos a leitura do texto **“Validação | Passo 1 – Qual problema o seu negócio resolve?”** no Blog da Quintessa

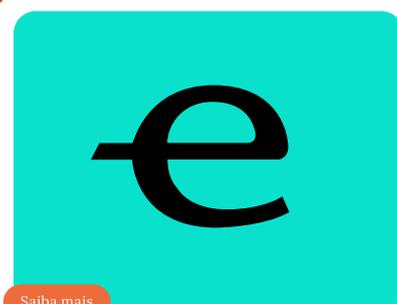


Saiba mais

Também compartilhamos o vídeo **“Transformando Ideias em Inovação”** em que o Professor Eduardo Moreira da Costa, da Universidade Federal de Santa Catarina, explica o que é necessário para **transformar essa ideia em uma inovação** no mercado aos participantes do Programa Centelha



Saiba mais



Saiba mais

Você ainda pode conferir a ferramenta **análise 360° da oportunidade de negócio** do Movimento Empreenda, disponível nos conteúdos da Endeavor



Oportunidade devidamente reconhecida e avaliada? Agora, você já pode começar a organizar as ideias de como explorá-la com os seus produtos e/ou serviços, em um negócio. No próximo passo, você irá modelar o Empreendimento Social.



TRANSFORMAÇÃO

uma jornada no empreendedorismo social

UM PROJETO DO  INSTITUTO **sabin**

ISBN 978-85-67209-08-1