

**FORMAÇÃO  
EMPREENDEDORISMO**



**MIGUEL GONÇALVES**

# A OPERACIONALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

MVP



**MIGUEL GONÇALVES**

# Miguel Gonçalves

## EQUIPA DE GESTÃO: COORDENADOR NACIONAL

- Sócio Fundador da GesEntrepreneur e seu Managing Director
- Coordenador Nacional do Tourism Creative Factory – Programa de Ideação
- Formador de Empreendedorismo na Escola de Turismo do Estoril;
- Coordenador do Programa Wanted Business Ideas – Programa de Ideação de Base Local;
- Formador de Empreendedorismo no Projeto Urbal com formações ministradas no México, Uruguai, Bolívia e Equador
- Coordenador Regional do Programa Educação Empreendedora, nos Açores
- Sócio Fundador do Amicis Gin – Projeto investido no Shark Tank
- Formador certificado em Business Model Canvas
- Business Angel acreditado pelo IAPMEI
- Membro do Conselho Geral do Agrupamento de Escolas IBN Mucana, em Cascais
- Presidente da Associação de Pais da Escola EBI Raul Lino, no Monte Estoril



Quando falamos de empreendedorismo, de que nos recordamos?



**FARFETCH**

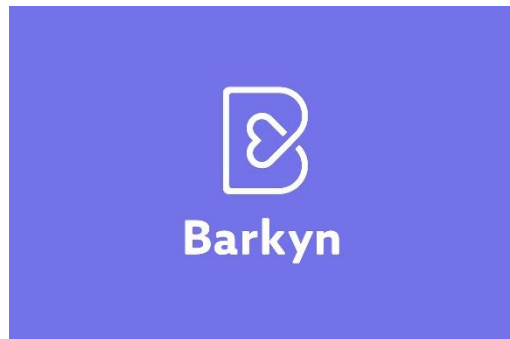
**facebook**

**amazon**



**TESLA**

Conhecem algumas destas empresas?



AMICIS  
SMOOTH & DRY  
GIN



k'encko

Regressemos a uma das imagens da última aula...

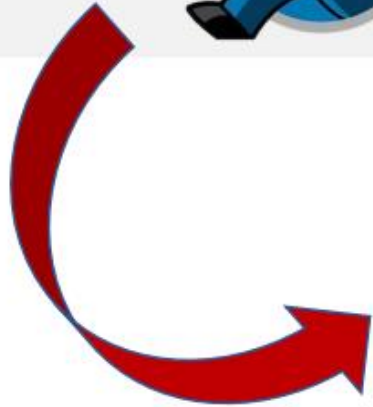


E na verdade, as pequenas empresas do Ecosistema são a sua base!



**Não há nada de errado em gerir uma empresa pequena**, com poucos recursos humanos, que sobreviva sem investimento externo até que o empresário se reforme e a entregue à próxima geração ou a venda! **Pelo contrário, é o mais normal!**

**Por exemplo, a grande maioria das pequenas empresas americanas têm menos de 20 empregados e geram receitas anuais entre os 300 mil e os 2 milhões de USD!**



Os unicórnios são a exceção, mas, caso se queira lá chegar, existem outros mecanismos diferentes daqueles que estão disponíveis para a base do Ecosistema:

**VENTURE CAPITAL – BUSINESS ANGELS – CORPORATE FINANCE**

**Ps. Em 2020 foram entregues 520 mil declarações Mod.22: 88% tinham um VN < a 500k e 8,9% entre 500 e 2,5 Meuros**

## ALGUNS CONCEITOS ASSOCIADOS AO EE - O QUE É UMA STARTUP?



Uma startup é uma empresa que se encontra num estágio inicial, que propõe ideias inovadoras e promissoras, mas que ainda não foram testadas no mercado e, por isso, têm alto índice de incerteza.

Empreendimentos desse tipo têm baixos custos iniciais e expectativa de crescimento muito grande se tudo correr bem.

“Se tudo correr bem significa” que o empreendedor conseguiu criar modelos repetíveis, que podem ser reproduzidos em outras realidades com poucos ajustes. Esse tipo de projeto costuma estar ligado à pesquisa, investigação e desenvolvimento de ideias inovadoras.

Muitas vezes, empresas com essas características surgem para suprir necessidades que antes não tínhamos.



# CONCEITOS - CARACTERÍSTICAS DE UMA STARTUP DE SUCESSO (i)

## INCERTEZA

Os Empreendedores que lançam startups não conseguem afirmar se o seu projeto vai ter sucesso, muito por força das ideias que o suportam costumarem ser extremamente inovadoras. Por isso, têm que testar e validar essas ideias, quantas vezes for necessário, antes de as tentarem implementá-las.



## MODELO DE NEGÓCIOS

Uma startup necessita demonstrar aos investidores como vai gerar lucro. Através do modelo de negócios os empreendedores conseguem fazê-lo, isto é, demonstrando a estratégia e a correspondente tática que irão adotar.

## CONCEITOS - CARATERÍSTICAS DE UMA STARTUP DE SUCESSO (ii)



### CAPACIDADE DE SER REPETÍVEL

Quando os empreendedores conseguem reproduzir os bons resultados alcançados sem precisarem de fazer muitas adaptações ou customizações.

### SER ESCALÁVEL

Ou seja, conseguir crescer em proveitos/receita numa velocidade maior que o aumento dos custos/despesas – e gerando mais lucro aos empreendedores e investidores.

## OUTROS CONCEITOS IMPORTANTES

### INVESTIMENTO INICIAL

Plano ou mapa de investimentos que permite calcular quanto vai custar abrir o negócio. Devem conhecer-se as necessidades iniciais de capital e para isso é necessário saber em que é que se vai utilizar esse dinheiro.

### FUNDO DE MANEIO

Depois do investimento inicial, terá de haver uma reserva de capital, para ter liquidez. É importante também ter consciência que inicialmente existirão mais custos que proveitos. Por isso, é necessário ter um fundo de maneo!

### FINANCIAMENTO PRÓPRIO

O que é suportado pelos sócios da empresa (incluindo família e amigos!). É necessário chamar que apesar de se poder recorrer a várias formas de financiamento externo à empresa, será sempre imprescindível que os empreendedores participem no financiamento do investimento inicial com algum capital próprio.

### FINANCIAMENTO ALHEIO

É o financiamento proveniente de fontes externas à empresa e que por sua vez poderá subdividir-se em dois tipos:

- Tradicionais - Empréstimos bancários, Contas Correntes Caucionadas, Descobertos bancários autorizados, Leasing, Aluguer de Longa Duração (ALD), Factoring e Renting
- Alternativas - Prémios e concursos empresariais, Microcrédito, Garantias Mútuas, Crowdfunding, Business Angels e Capital de Risco (entre outros!)

All big things come  
from *small beginnings*.

---

JAMES CLEAR

# PORQUE, NO FINAL...



***“Os decisores andam à procura de negócios com receitas e clientes e não apenas de tecnologia.”***

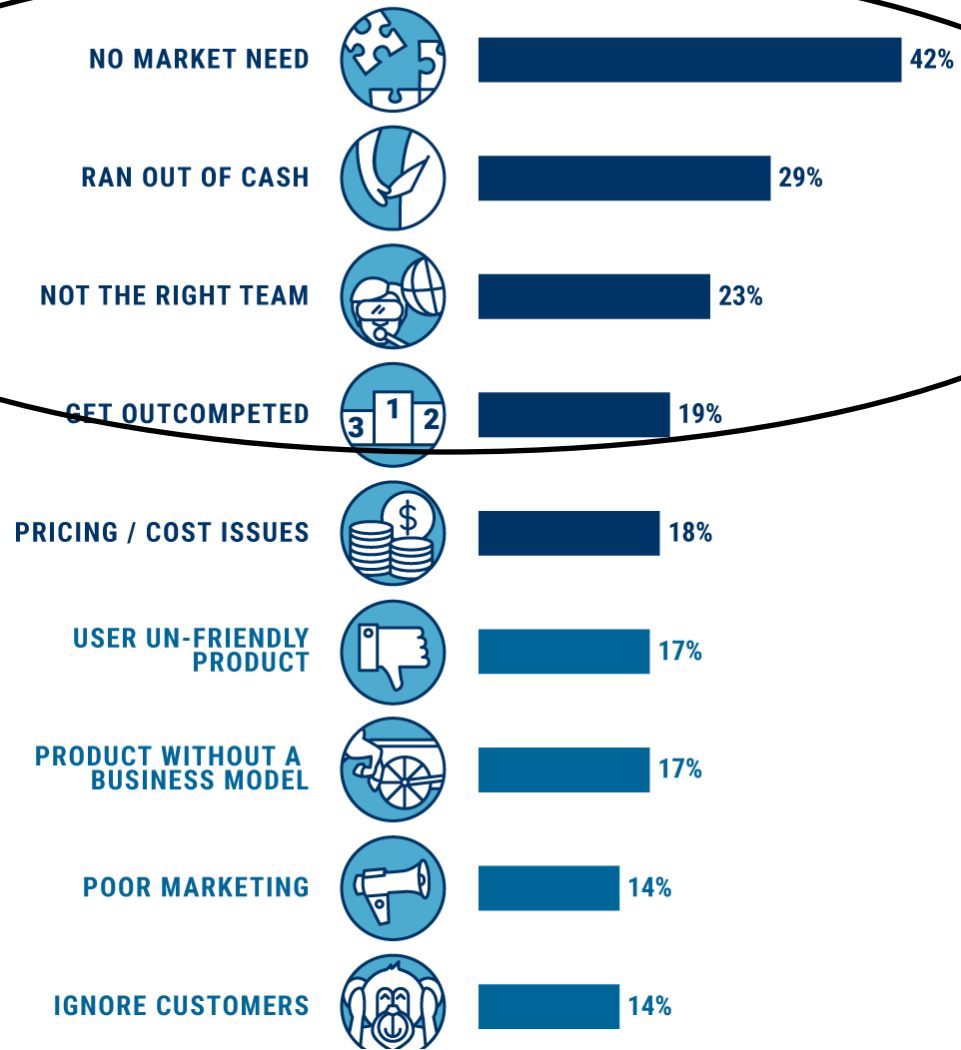
***“Os compradores estão à procura de negócios “a sério” e não de 20 engenheiros com uma ideia incrível.”***

***Michael Elias, Kennet Venture Partners***



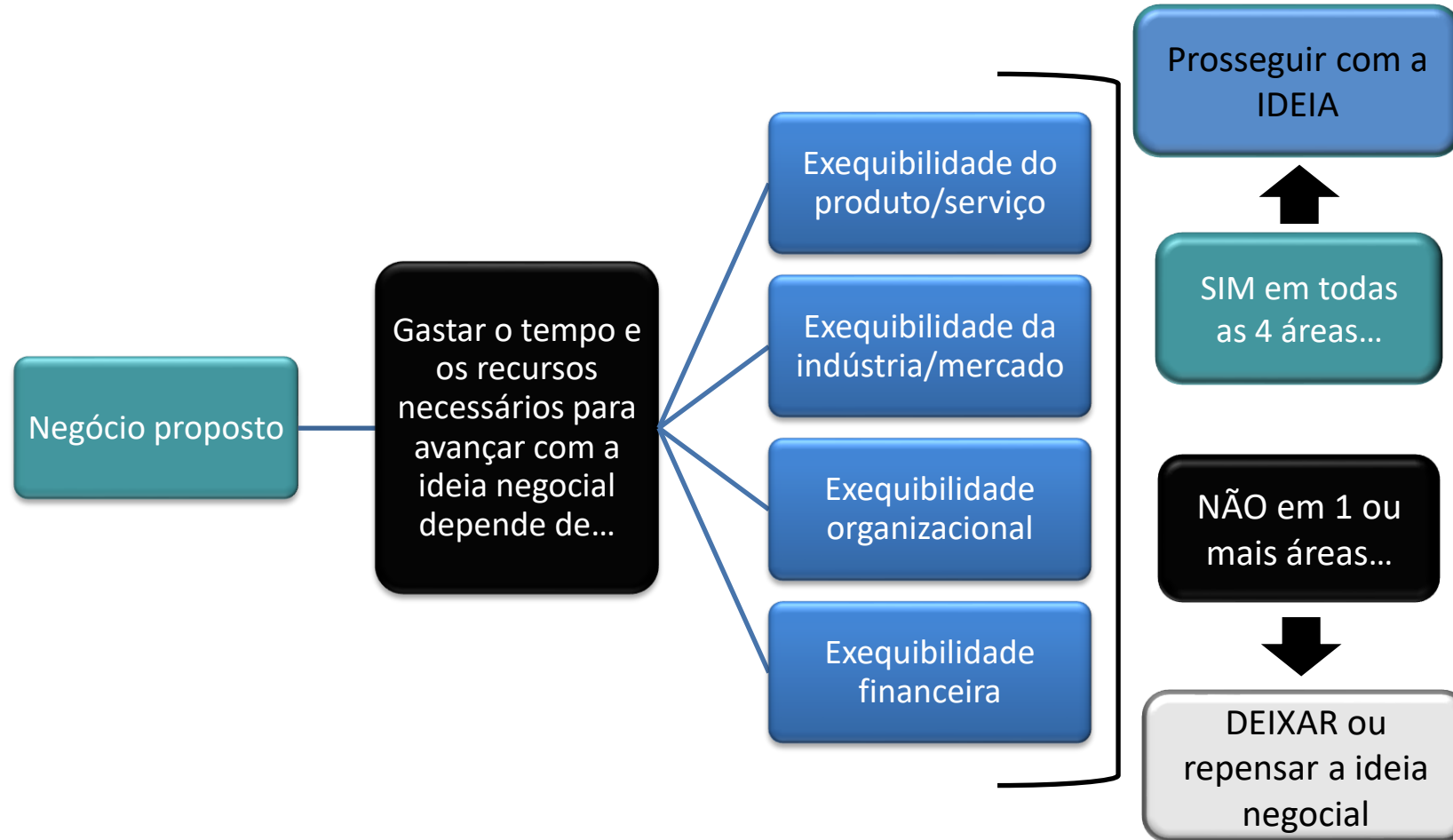
BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEMS

## Top 20 Reasons Startups Fail



Fonte: CBInsights (2019)

# UMA IDEIA VENCEDORA PRECISA DE DEMONSTRAR QUE É EXEQUÍVEL !



# COMO OS EMPREENDEDORES PENSAM?

Ideia



Criação da empresa

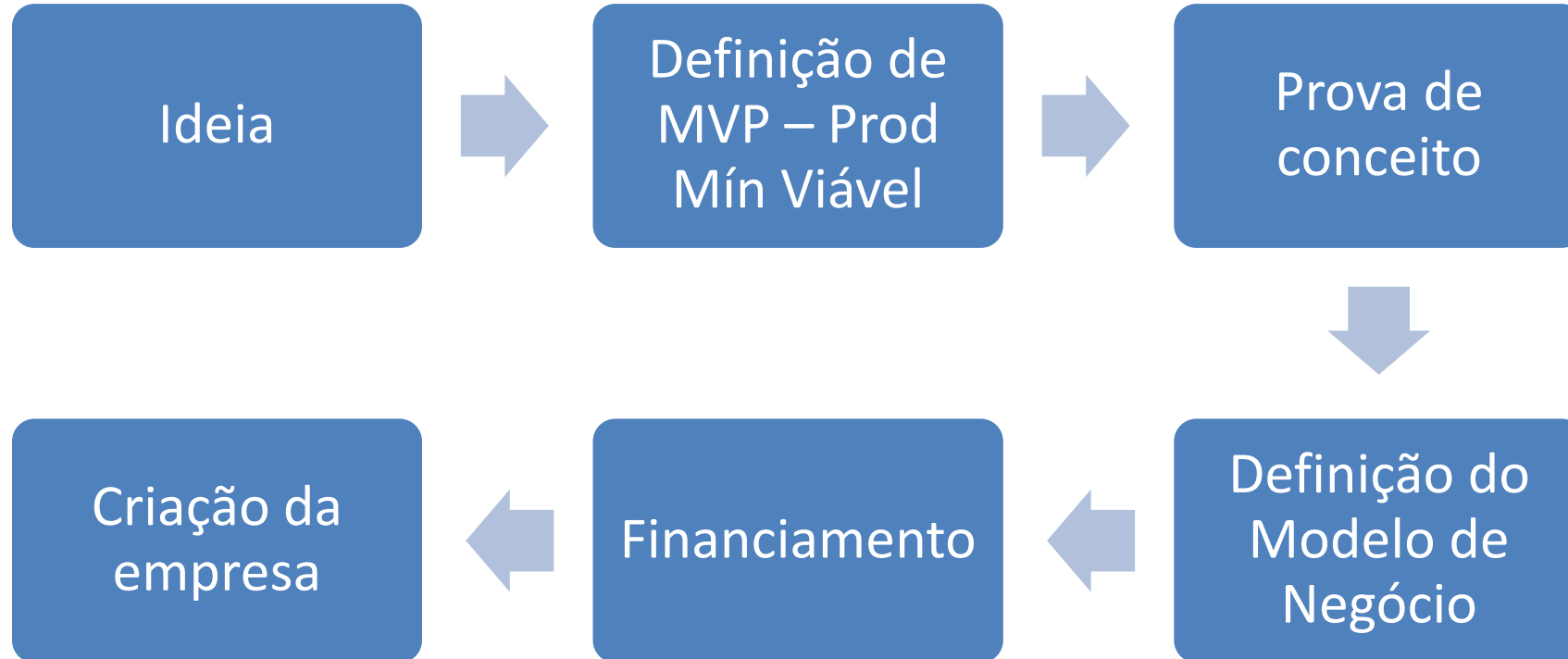


Financiamento

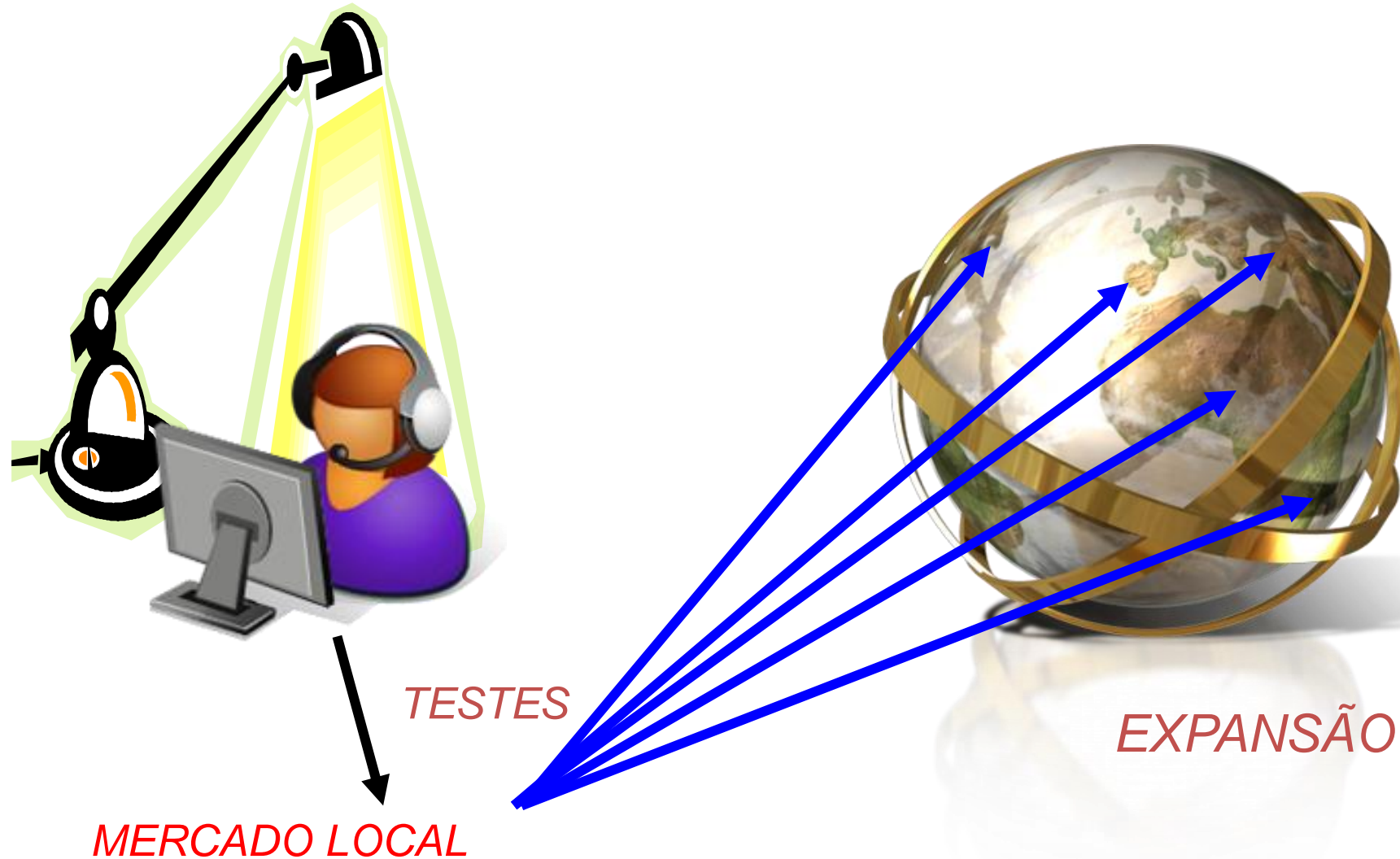




# UM CICLO POSSÍVEL DO DESENVOLVIMENTO DA IDEIA...



# NEGÓCIO DE BASE REGIONAL PARA O MERCADO GLOBAL!



# O QUE É OS PROJETOS DEVEM TER (4M'S)?



SERÁ ESTA A EQUIPA PERFEITA?

me .

myself .

& I .

CASO DE ESTUDO

AMICIS

SMOOTH & DRY

GIN

# O CASO DO PAULO PEREIRA COM O SEU

**AMICIS**  
SMOOTH & DRY  
GIN



# O CASO DO PAULO PEREIRA COM O SEU

**AMICIS**  
SMOOTH & DRY  
**GIN**

- ✓ INVESTIMENTO DE 100.000 EUROS
- DESTILARIA ARTESANAL
- CRIAÇÃO DA MARCA
- ✓ MOLDE DA GARRAFA
- ✓ PRODUÇÃO DAS PRIMEIRAS GARRAFAS PERSONALIZADAS
- ✓ DESTILAÇÃO
- ✓ ENTRADA NO MERCADO



O CASO DO PAULO PEREIRA COM O SEU

**AMICIS**  
SMOOTH & DRY  
GIN

E A SEGUIR, O QUE SE PASSOU?

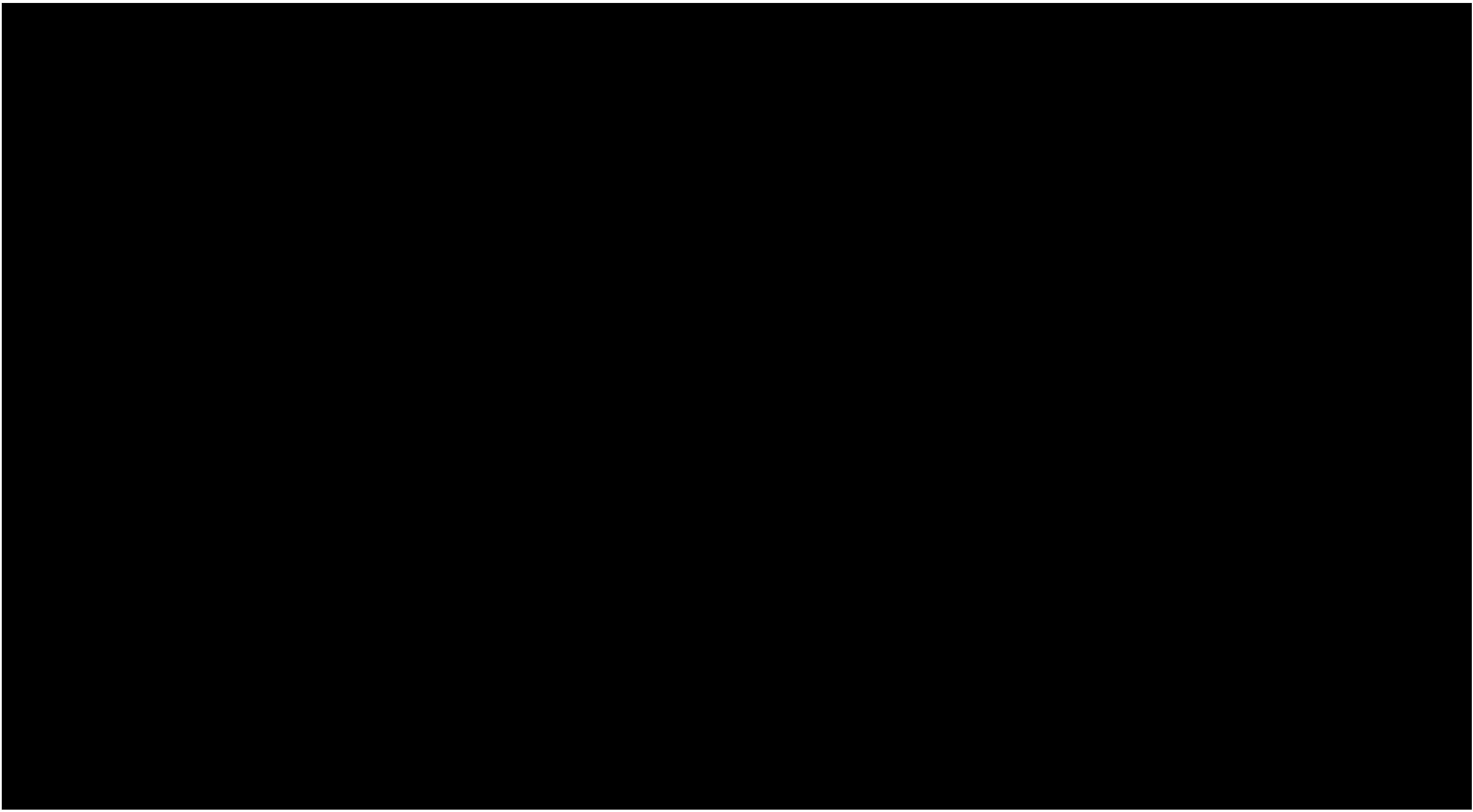
**tourism creative factory**

TURISMO DE  
**PORTUGAL**  **escolas**

 **GesEntrepreneur**

PROGRAMA DE IDEAÇÃO COM A APLICAÇÃO DE  
METODOLOGIAS BASEADAS NA FILOSOFIA LEAN STARTUP





# O CASO DO PAULO PEREIRA

DESDE...



AO



AO



ÀS

E...



AO



AO



# O CASO DO PAULO PEREIRA

FINALMENTE,  
APÓS QUASE 2  
ANOS...

amicis  
— smooth and dry gin —

À



À



À



AO



AO



**SEM CONSTITUIR A EMPRESA E COM 8.000€ DE INVESTIMENTO INICIAL!**

# AMICIS GIN, HOJE...



À



À



À



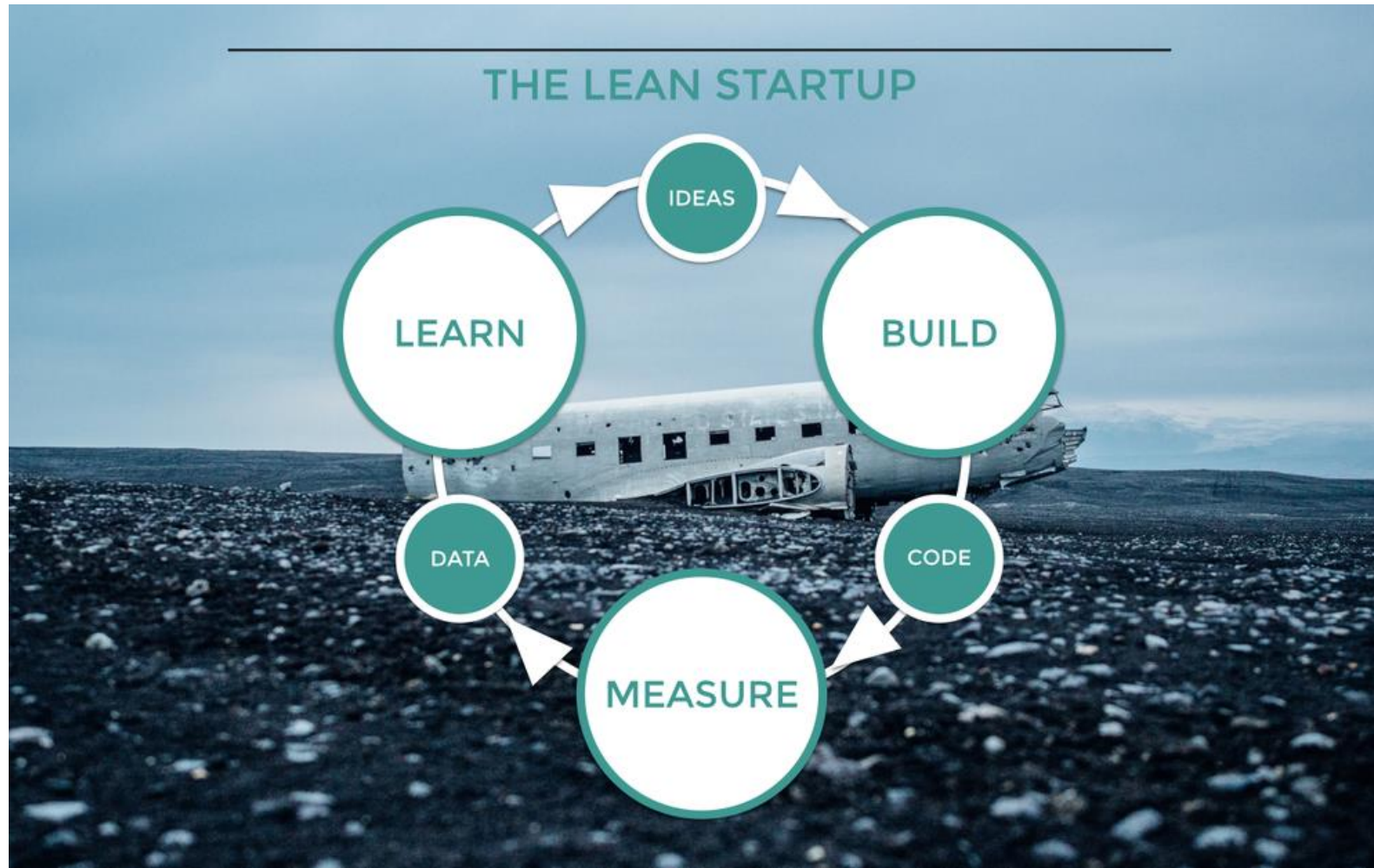
AO



AO

**COM INVESTIMENTO ACUMULADO SUPERIOR A 200K E 30.000 GARRADAS VENDIDAS, APESAR DA PANDEMIA**

# LEAN STARTUP NUMA IMAGEM




# LEAN STARTUP NUMA CITAÇÃO



**“DONE IS BETTER  
THAN PERFECT.”**

Sheryl Sandberg

## RESULTADO



**“FAILURE IS SIMPLY THE OPPORTUNITY TO  
BEGIN AGAIN, THIS TIME MORE  
INTELLIGENTLY.”**

**HENRY FORD**

© Lifestack Quotes

A photograph of a mountain range with a green overlay. The text 'MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL' is centered in white. The background shows a mountain peak with some snow or light-colored rock, and pine trees in the foreground and on the sides.

**MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL**



# MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL



1

NOÇÃO DE MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

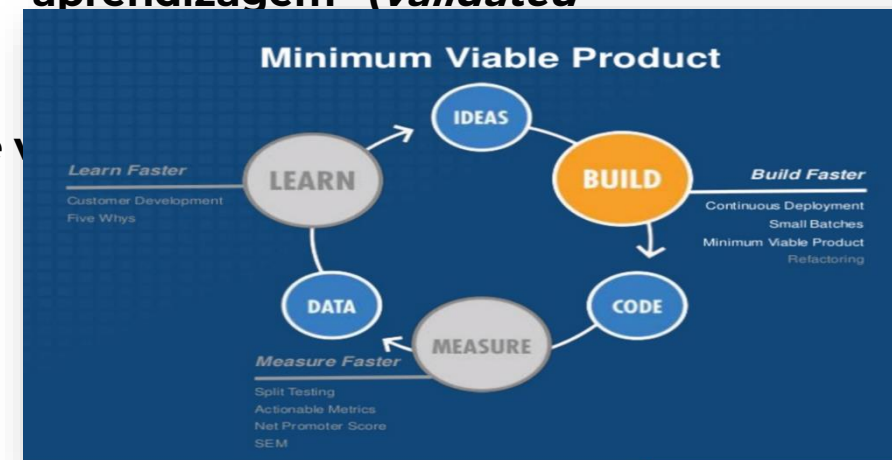
2

PASSOS PARA CRIAR UM PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

# 1 NOÇÃO DE MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

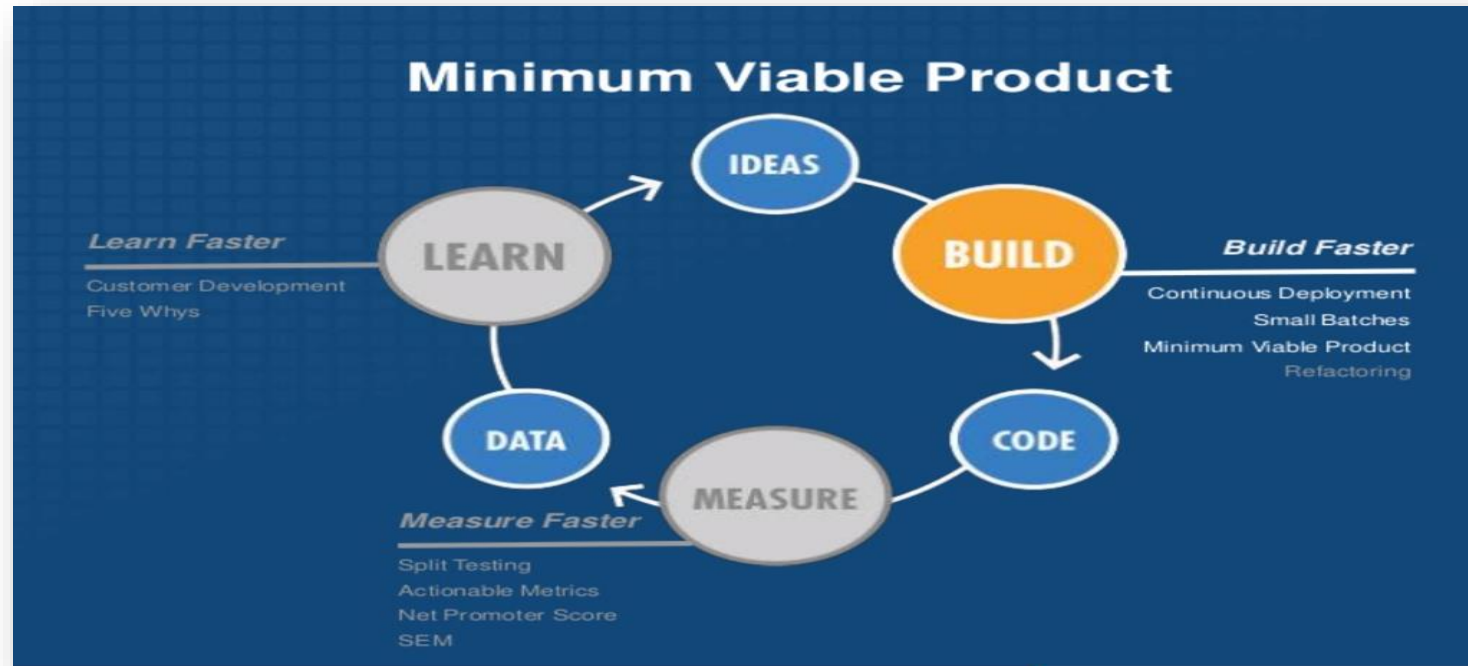
Este é declaradamente um produto imperfeito, consistindo no estritamente necessário para que os potenciais clientes possam dar *feedback* sobre ele. Após a receção e processamento desses *inputs*, a empresa pode ir construindo, através de testes continuados e descarte de hipóteses, surge um produto aperfeiçoado. Assim, o MVP, une uma estratégia de otimização assente num ciclo de busca-análise-adaptação de *feedback* e de compromisso com a derivação e possibilidade de mudança. A importância central é o cliente, a aprendizagem (*validated learning*) e a capacidade de resposta da empresa.

O processo de MVP, obedece ao seguinte esquema, que v



1

# NOÇÃO DE MVP: PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL



## 2

# PASSOS PARA CRIAR UM PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

## TER UMA BOA EQUIPA

Antes de elaborar um produto, é essencial contar com uma equipa que saiba o que está a fazer.

É importante contar pelo menos com bons profissionais de tecnologia e experiência do usuário que possam identificar melhorias e realizar alterações, adequando a ideia ao cliente, bem como uma pessoa que perceba de gestão, para decidir o que é viável ou não financeiramente.

## ENTENDER O CLIENTE E DEFINIR A SUA DOR

Um dos primeiros passos para criar um produto mínimo viável é decidir quais são as dores do cliente e quais serão os problemas que a *startup* está disposta a resolver. Pode optar por fazer as entrevistas primeiro e validar os problemas que as pessoas têm, pois não faz sentido desenvolver algo sem entender as dores dos potenciais clientes.

# 2

## PASSOS PARA CRIAR UM PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL

### FAZER UM SCRIPT

Devem ser definidos os propósitos do MVP, delimitando quantas variáveis precisam de ser confirmadas ou alteradas para por o projeto em prática. O *script* deve ser elaborado tendo em conta os processos que vão ser utilizados: entrevistas, testes A/B, testes presenciais, online, entre outros, e o que deve ser observado.

Exemplo: os clientes ignoraram uma funcionalidade, isso significa que eles não entenderam, não se interessaram, não viram ou outro?

### VALIDAÇÃO

Depois de entendido o problema, o empreendedor precisa de passar para a etapa de validação da solução. Esta etapa é essencial para que o empreendedor tenha mais proximidade com o público-alvo e desenvolva *insights* sobre o que realmente o público precisa.

# 2

## PASSOS PARA CRIAR UM PRODUTO MÍNIMO VIÁVEL



**MELHORAR, MELHORAR E MELHORAR!**

O importante é fazer o MVP e continuar a fazer as validações para novas funcionalidades do site.

Ao invés de gastar recurso, tempo, dinheiro e energia do time, a *startup* pode desenvolver uma *landing page*, por exemplo, para testar se os usuários vão se interessar por essa nova funcionalidade de modo a melhorar cada vez mais o produto.





# PERSONA CANVAS

É UMA REPRESENTAÇÃO DO SEU CLIENTE IDEAL, DE MODO QUE A PARTIR DE UMA RÁPIDA ANÁLISE POSSA IDENTIFICAR CARACTERÍSTICAS COMUNS ENTRE OS SEUS POTENCIAIS CLIENTES E ASSIM PERSONALIZAR SUA COMUNICAÇÃO COM ELES.

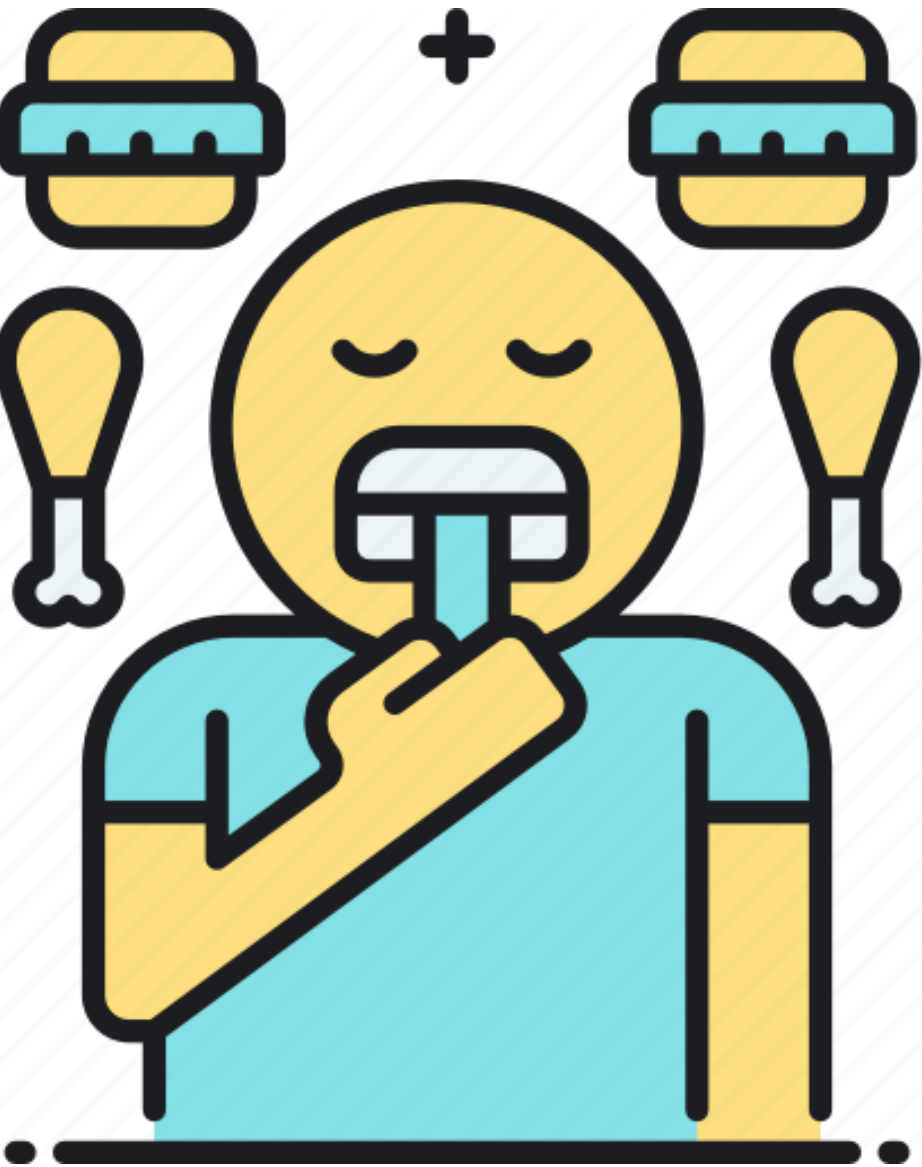
# QUEM É O POTENCIAL CLIENTE?

**Apresenta as características físicas e psicológicas do cliente ideal.**

- É um homem? Uma mulher?
- Ele ou ela é feliz? Ou triste?
- Eles usam roupas específicas?
- Quais são as atividades mais comuns que ele realiza (tanto pessoalmente como profissionalmente)?

**Traça uma imagem clara.**





# NECESSIDADES

Pretende-se que identifique as necessidades da Persona.

- Quais são as suas necessidades do dia-a-dia?
- O que pretende?



# PROBLEMAS

- Quais são os principais problemas/desafios desta Persona?
- Quais suas as suas frustrações, irritações ou coisas que lhe provocam dores de cabeça?

Estes dizem respeito à vida profissional e à vida privada.



# TENDÊNCIAS NEGATIVAS

- Quais são as preocupações da Persona?
- O que a afeta negativamente?  
(envolvente externa)



# MEDOS

- Que medos tem a persona para o futuro?
- Qual a sua aversão ao risco?

# TENDÊNCIAS POSITIVAS

- Qual é o lifestyle da Persona?
- O que a afeta positivamente?  
(envolvente externa)



# AMBIÇÕES

- Que objetivos a Persona tem para o seu futuro?
- Quais são as aspirações?

Estes dizem respeito à vida profissional e à vida privada.

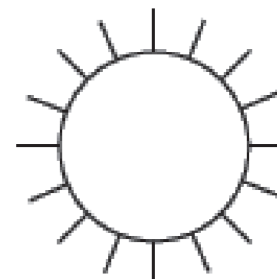


# OPORTUNIDADES

- Como o negócio pode impactar de forma positiva a vida dessa Pessoa?
- Como pode ajudá-la a atingir um determinado objetivo?

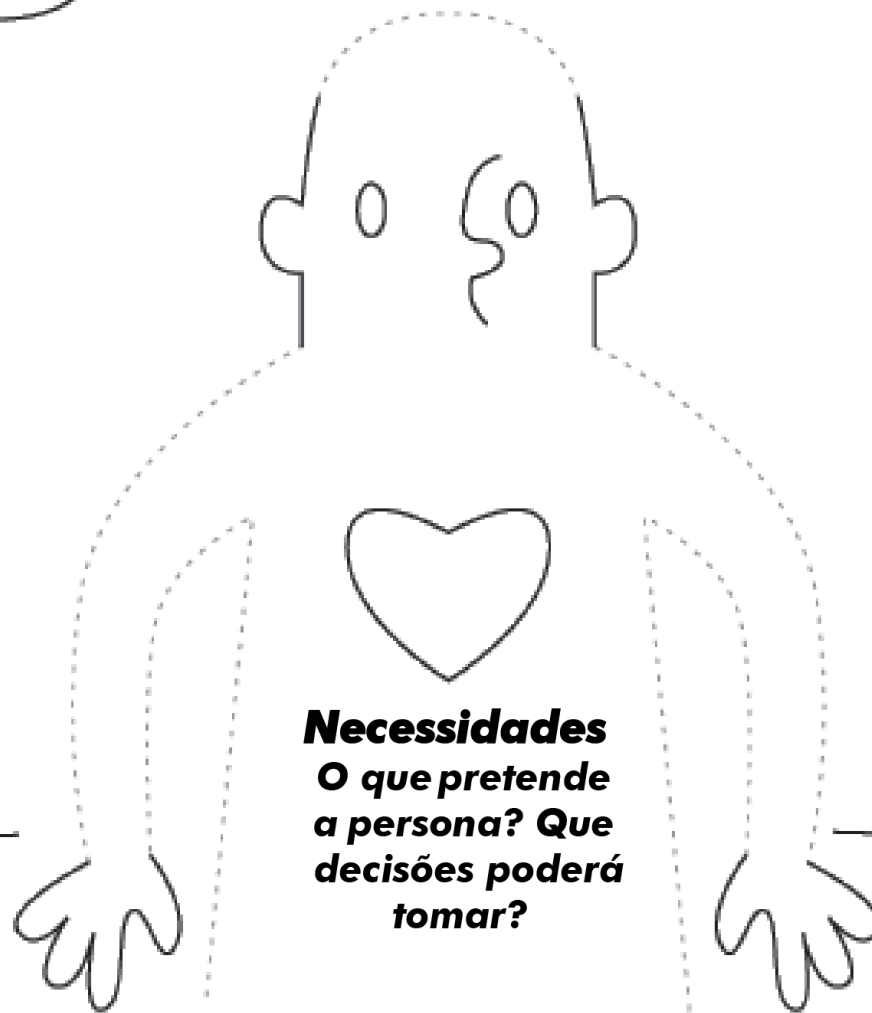


**Tendências negativas**  
**Tendências negativas**  
**existentes no mercado**



**Tendências positivas**  
**Tendências positivas no**  
**mercado**

**Receios/"Dor de cabeça"**  
**Dores de cabeça que a**  
**persona experiencia no seu**  
**dia-a-dia**



**Necessidades**  
**O que pretende**  
**a persona? Que**  
**decisões poderá**  
**tomar?**

**Oportunidades**  
**Oportunidade que a**  
**persona experiencia no seu**  
**dia-a-dia**

**Medos**  
**Medos que a persona**  
**poderá ter em relação ao**  
**futuros**

**Nome** \_\_\_\_\_  
**Projeto** \_\_\_\_\_

**Esperanças**  
**Esperanças futuras e**  
**objetivos pessoais**



# PORQUE AS STARTUPS FALHAM?

1. Têm um produto que ninguém quer (36%)
2. Equipa de Recursos Humanos mal contratada (18%)
3. Falta de focalização (13%)
4. Falhas no Plano de Marketing & Vendas (12%)
5. Não ter os fundadores adequados (7,9%)
6. Persegue os investidores, não os clientes (5,4%)
7. Geração de cash-flows insuficiente (3,3%)
8. Gastarem demasiado dinheiro (2,1%)
9. Pedido de ajuda demasiado tarde (1,4%)
10. Ignorar a social media (0,7%)

Fonte: [www.100FirstHits.com](http://www.100FirstHits.com)



# *Mitigação de Riscos*

# MITIGAÇÃO DE RISCOS

1. Obtenha orçamentos ou facturas pro-forma
2. Antes de tentar obter financiamentos/investimentos tente obter declarações de interesse ou encomendas de potenciais clientes
3. Faça mesmo o seu plano de negócios
4. Tente alugar equipamento em vez de adquirir
5. Obtenha declaração(ões) de entidade(s) credível(is), da exequibilidade e inovação científica do seu produto (para projectos mais complexos)

# MITIGAÇÃO DE RISCOS

6. Tente obter junto dos principais fornecedores de equipamentos, opções de recompra do equipamento em caso de falhanço do negócio. Ou adquira equipamentos em segunda mão em estado funcional
7. Divida o investimento por fases. Não queira fazer uma “fábrica de fazer blusas” se ainda não tem a certeza se vai ter clientes para as blusas
8. Escolha fornecedores que lhe comprem os seus produtos/serviços
9. Dê prioridade aos produtos/serviços que lhe permitam sobreviver e depois pode investir naqueles que terão grande potencial no futuro
10. Estabeleça parcerias estratégicas para acesso a mercados

