

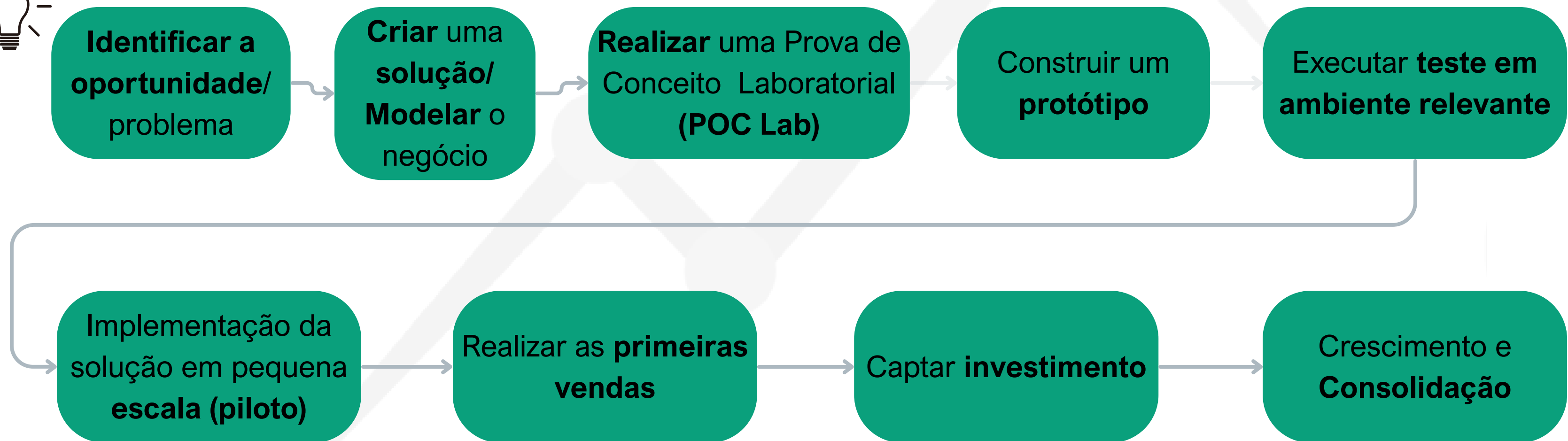
Avaliação de Potencial do Negócio

FERRAMENTAS E VARIÁVEIS DE MERCADO



Um caminho a trilhar

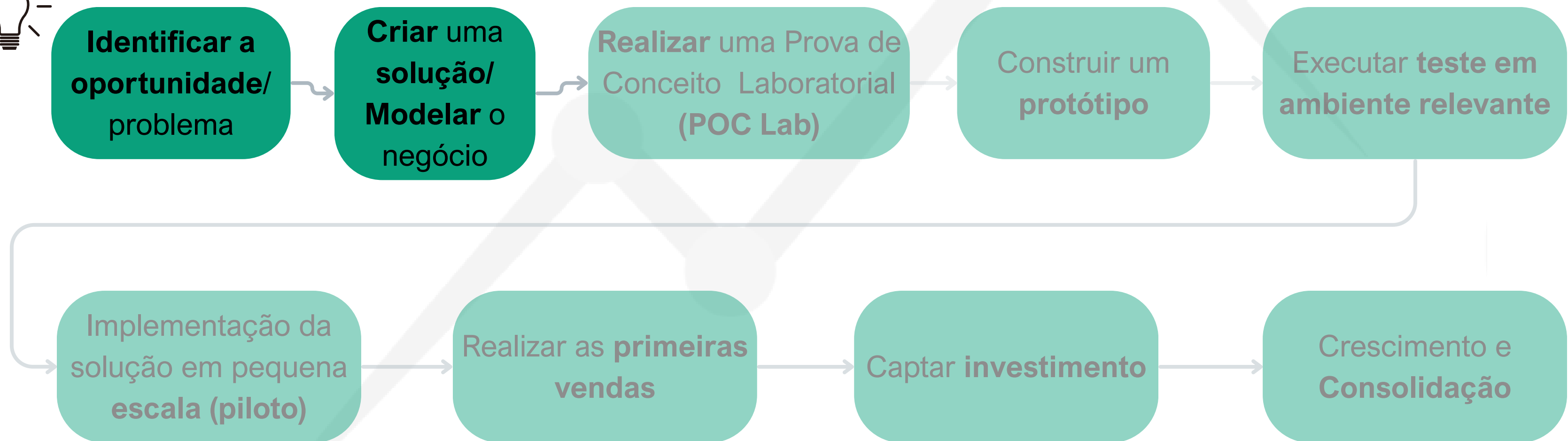
versão Escalab



Importante: O caminho não é linear e é preciso um olhar multidimensional

Um caminho a trilhar

versão Escalab



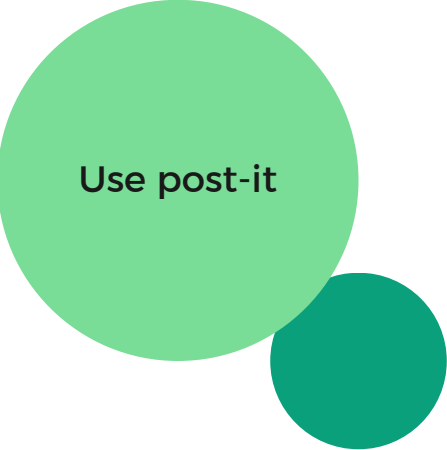
Importante: O caminho não é linear e é preciso um olhar multidimensional

Deep techs precisam ser construídas em conexão com problemas reais.

O valor da tecnologia só é percebido se resolver uma dor relevante de mercado.

Vamos modelar seu negócio?

Escalab Canvas

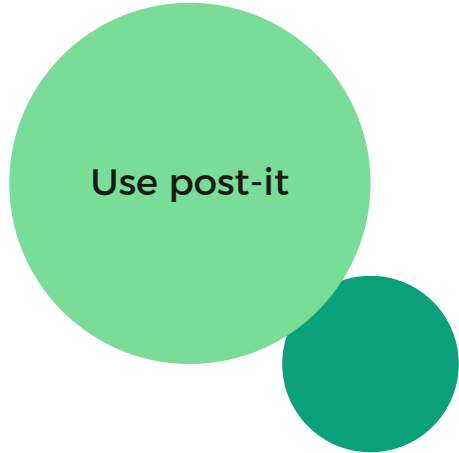


Use post-it

Canvas

Problema (1) 		Proposta de Valor (4) 		Mercado (5)
Solução (2.1) 	Soluções existentes (2.2) 	Clientes pagantes e usuários (3) 	Fluxo de Receita (6) 	
Análise de Riscos (7) 		Legislações e Normas Técnicas (8) 		

Escalab Canvas



Canvas

<div><div>Problema (1)</div><div>Qual o problema você está tentando resolver? Qual a dor do seu cliente?</div></div>		<div><div>Proposta de Valor (4)</div><div>Como a sua tecnologia se diferencia de outras soluções?</div></div>	<div><div>Mercado (5)</div><div>Em qual mercado está inserido? Quais as particularidades? (Tamanho e crescimento)</div></div>
<div><div>Solução (2.1)</div><div>Qual a sua solução para esse problema?</div></div>	<div><div>Soluções existentes (2.2)</div><div>Como esse problema é resolvido atualmente? (mesmo que de forma ineficiente)</div></div>	<div><div>Clientes pagantes e usuários (3)</div><div>Quem paga pela sua tecnologia? Quem é o usuário final?</div></div>	<div><div>Fluxo de Receita (6)</div><div>De onde virão as receitas da sua empresa?</div></div>
<div><div>Análise de Riscos (7)</div><div>Quais os principais riscos do negócio? (Mercado, financeiro, operacional.)</div></div>		<div><div>Legislações e Normas Técnicas (8)</div><div>Quais as legislações (leis e normas) mais importantes para o andamento do meu negócio?</div></div>	

Problema

Levantamento de hipótese(s)

Qual a DOR que a falta da tecnologia causa?


Como as pessoas estão resolvendo esse problema hoje? É uma prioridade ?

Problema

Levantamento de hipótese(s)

Problema

- 30% de toda a produção de frutas no Brasil vai para o lixo;
- 1,3 Bi em perdas no supermercado.



Problema

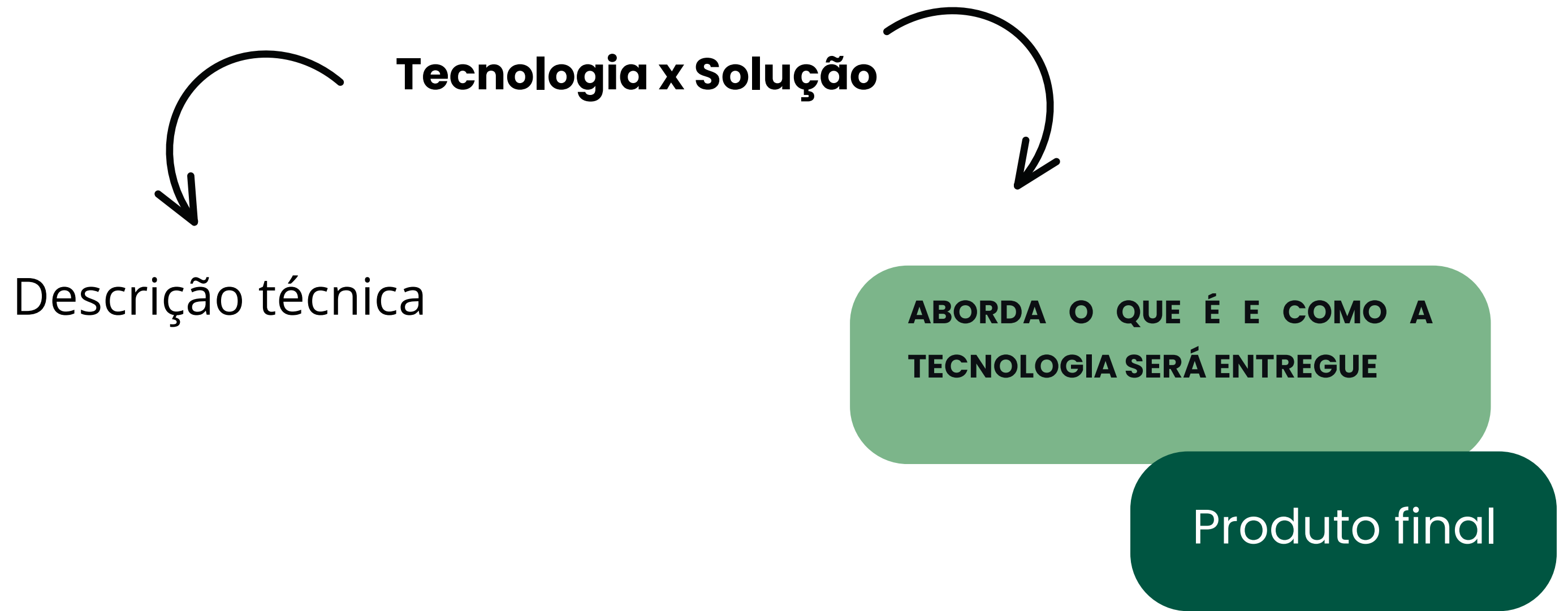
Levantamento de hipótese(s)



Destinação do resíduo de
curtumes?

Como a dor é resolvida?

Solução















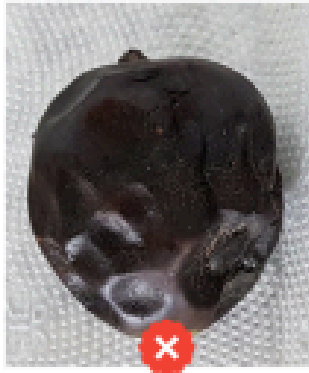







Solução

Levantamento de hipótese(s)

Solução

- Película protetora para frutas



	0 DIAS	4 DIAS	8 DIAS	14 DIAS	18 DIAS	20 DIAS
CONTROLE						
CERA DE CARNAÚBA						
						

Solução

Levantamento de hipótese(s)



Produção de aminoácidos a partir
de um resíduo da indústria do
couro.



Fertilizantes foliares

Quem são os clientes?

Cliente

Levantamento de hipótese(s)

Definir o público-alvo:

Para quem a empresa está criando valor? Quem são os consumidores mais relevantes?

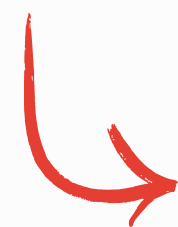
A oferta precisa estar alinhada à necessidade.

Cliente

Levantamento de hipótese(s)

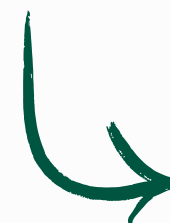


Filtro para tratamento de efluente **industrial**:



- Alto volume de material utilizado;
- Alta demanda de espaço para operar;
- Alta geração de resíduos.

Filtro **doméstico**:



- Maior valor agregado;
- Maior tempo de vida útil.

Cliente

Levantamento de hipótese(s)



Produtores/vendedores
de frutas

Exportadores de
frutas

- Sofrem muito com o curto *shelf life*.

O que te diferencia dos concorrentes?

Proposta de Valor

Levantamento de hipótese(s)

Qual é o mais claro e atraente **benefício** que o produto ou serviço oferece ao **cliente**? Qual a característica/ inovação que **destaca** frente as alternativas disponíveis?

O VALOR ofertado é que vai te conectar/despertar o interesse das pessoas.

Proposta de Valor

Levantamento de hipótese(s)

Proposta de Valor

USUÁRIO

- atóxica;
- comestível;
- biodegradável;
- antimicrobiana.

PAGANTE

- Prolonga o *shelf life*;
- preserva a qualidade da fruta;
- preço.

		
Retarda maturação	✓	✓
Versátil	✓	✓
Biodegradável	✓	✓
Aumenta o brilho	✓	✓
Baixa espessura	✓	✓
Antimicrobiano	✓	✗
Baixo custo	✓	✗
Baixa permeabilidade	✓	✗
Nanotecnologia	✓	✗
Orgânico	✓	✗

Proposta de Valor

Levantamento de hipótese(s)



Veganos e vegetarianos?

X

Simpatizantes da causa com
dificuldade de adesão.

Como esse valor é entregue ao cliente?

Fluxo de receita

Levantamento de hipótese(s)

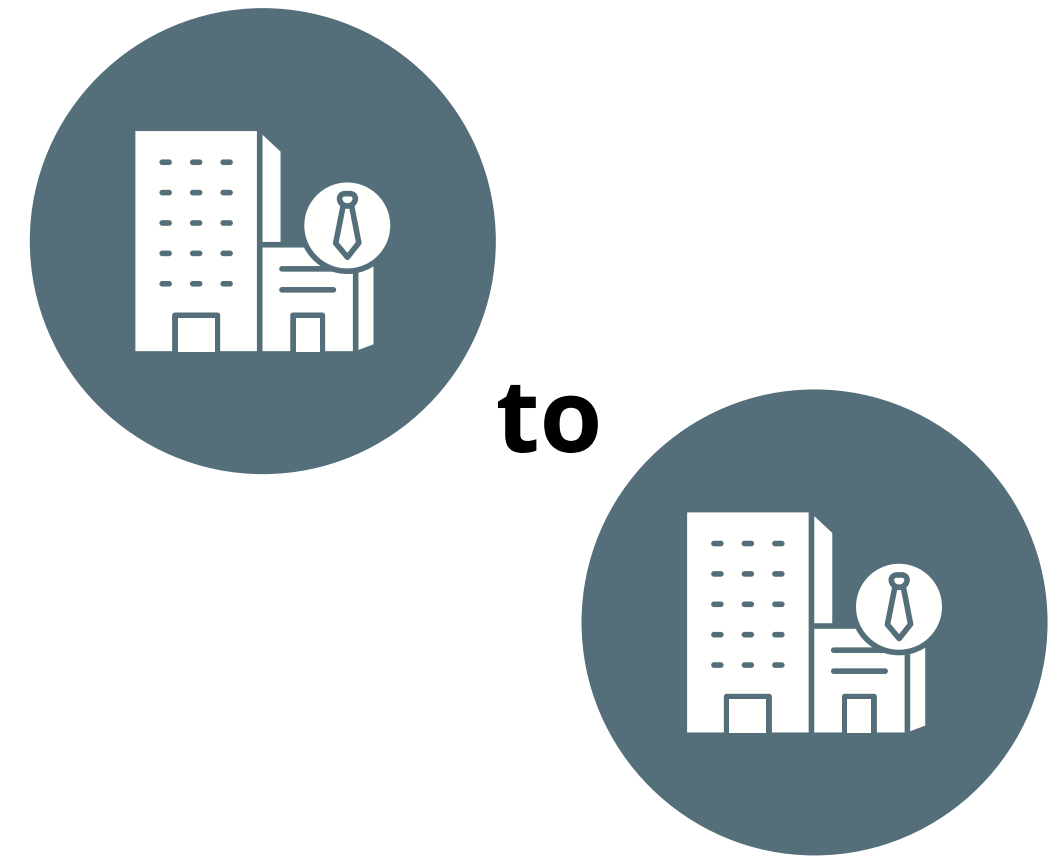
Como o produto ou serviço é **ofertado** ao **cliente**?
Como o negócio **gera receita**?

Business to Business (B2B)

Venda para: Outras empresas

Características:

- Ciclo de venda mais longo;
- Contratos maiores e mais estáveis;
- Envolve múltiplos tomadores de decisão;
- Requer relacionamento comercial forte.



Business to Business (B2B)



Indústria do couro



Resíduo



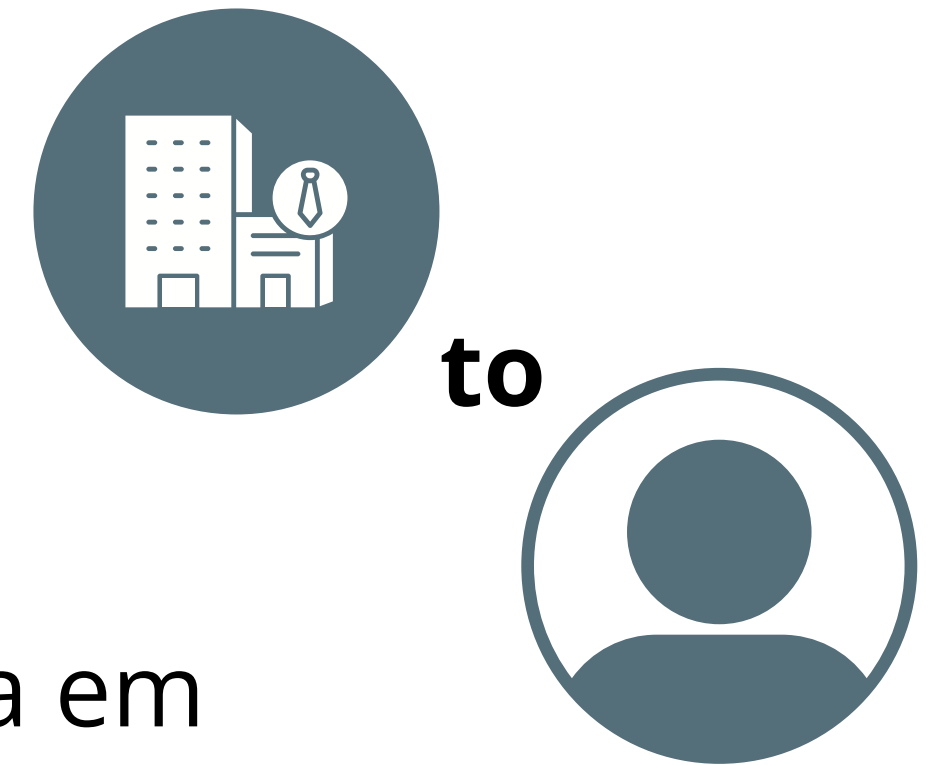
Indústria de fertilizantes

Business to Consumer (B2C)

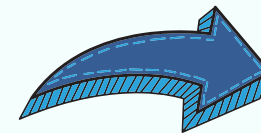
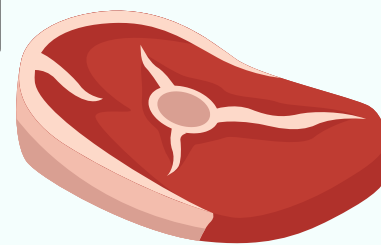
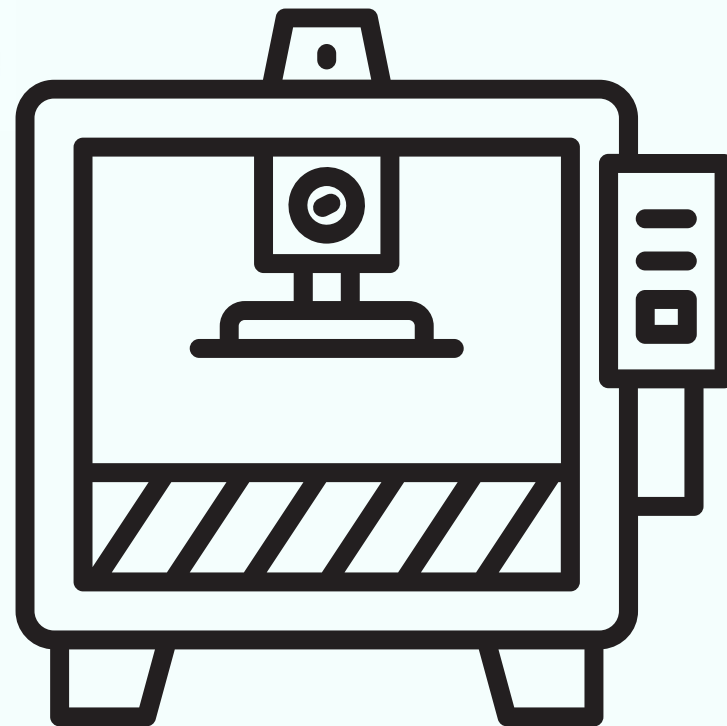
Venda para: Consumidores finais (pessoas físicas)

Características:

- Ciclo de venda mais curto e direto;
- Decisão de compra geralmente emocional ou baseada em conveniência;
- Alto volume de clientes, com ticket médio mais baixo;
- Forte dependência de marketing digital e redes sociais;
- Alta necessidade de experiência de usuário bem construída.



Business to Consumer (B2C)



Qual o comportamento do mercado?

Mercado

- Quais são as soluções concorrentes?
- Qual é o preço de comercialização?
- Como é o mercado? (É conservador? Existem monopólios? Há facilidade para novos entrantes?)
- Qual é o volume de consumo do produto?
- Qual é o market share?

São perguntas que vão orientar a modelagem do produto/serviço.

Mercado

Levantamento de hipótese(s)



Destinação de baixo custo em aterros.

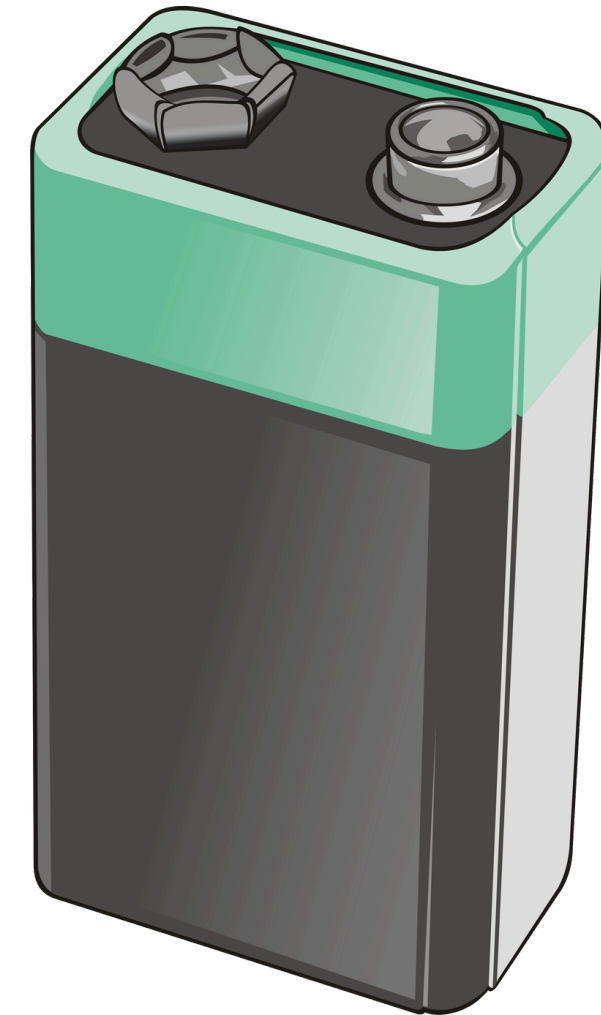
Mercado de fertilizantes



- **Setor em expansão;**
- **Alta demanda;**
- **Dependente de importação.**

Mercado de BATERIAS

- Monopólio Chinês (preços baixos);
- Em expansão;
- Em busca de avanços tecnológicos;
- Escassez de produção;
- Alta complexidade de produção.



Mercado

Levantamento de hipótese(s)



Pack de baterias
nacionais

Concorrência	<div><div>BREC</div><div>BYD</div><div>CATL</div><div>Empresas chinesas</div></div>			
	Capacidade	✓	✓	✓
	Tensão	✓	✓	✓
	Custo	✓	✓	✓
	Taxa de Importação	✓	✗	✗
	Logística	✓	✗	✗

Antecipe-se aos riscos

Análise de Riscos

Riscos relacionados ao negócio

- 1.**Risco de Mercado:** Incerteza sobre a aceitação, demanda insuficiente ou sazonalidade do mercado;
- 2.**Risco Financeiro:** Dificuldade em garantir financiamento adequado para iniciar o negócio, fluxo de caixa insuficiente para cobrir despesas operacionais iniciais ou falta de capital de giro;
- 3.**Risco Operacional:** Cadeia de suprimentos interrompida;
- 4.**Risco Legal e Regulatório:** Não conformidade com regulamentos governamentais, licenças e permissões necessárias, propriedade intelectual ou questões contratuais;

Análise de Riscos

Riscos relacionados ao negócio

5.Risco de Recursos Humanos: Dificuldade em contratar e reter talentos, falta de experiência ou competências-chave na equipe, conflitos internos ou problemas de cultura organizacional;

6.Risco de Tecnologia: Dependência excessiva de tecnologia desatualizada, falhas no sistema, cibersegurança, falta de proteção de dados ou obsolescência tecnológica;

7.Risco de Marketing e Vendas: Falha na identificação do público-alvo, estratégias de marketing ineficazes, concorrência intensa ou falta de diferenciação de produtos ou serviços;

Análise de Riscos

Riscos relacionados ao negócio

8.Risco de Reputação: Danos à reputação da marca devido a problemas de qualidade, atendimento ao cliente insatisfatório, crise de relações públicas ou má gestão de redes sociais;

9.Risco Ambiental e Sustentabilidade: Impacto ambiental negativo, não conformidade com regulamentações ambientais, pressão da opinião pública ou preocupações com sustentabilidade;

10.Risco de Eventos Inesperados: Eventos imprevisíveis, como desastres naturais, pandemias, instabilidade política ou econômica, que podem afetar negativamente o negócio.

Legislações e Normas

Levantamento de todas leis e normas que regem a permissão da comercialização do produto/processo.

- Órgãos responsáveis;
- Leis;
- Decretos.

Outras ferramentas

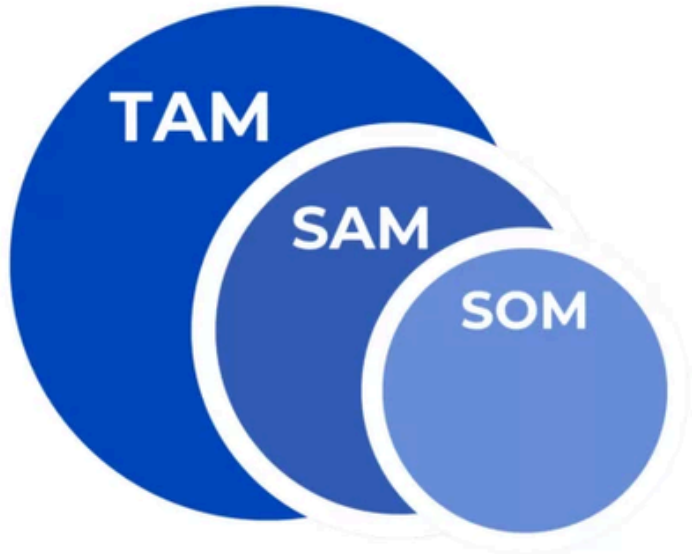
Outras ferramentas

LEAN CANVAS

leanstack.com/leancanvas



Problema Principais problemas que quer resolver?	Solução Qual é o conjunto mínimo de funcionalidades (MVP) que resolvem os problemas? Métricas Chave Quais são as principais métricas que indicam receita e retenção de clientes?	Proposta Única de Valor Em poucas palavras, por que clientes escolhem seu produto e pagam por ele?	Vantagem injusta O que não pode ser copiado, reproduzido ou comprado? Canais Quais são os principais canais, de menor custo e eficientes para se relacionar com clientes?	Segmento de Clientes Quem são os clientes mais importantes? Se há segmentos, qual é o alvo para essa proposta única de valor?
Estrutura de Custos Quais são os custos principais do negócio? Quais são fixos e variáveis?		Fluxos de Receita Quais são os tipos de modelo de receita (ex.: recorrência, freemium to premium)? Quais são as regras de negócio para gerar fluxo de caixa?		



- MERCADO TOTAL DISPONÍVEL
- MERCADO ÚTIL DISPONÍVEL
- MERCADO ÚTIL ACESSÍVEL



5 forças de Porter



A **Modelagem de Negócio** permite **planejar** e **esgotar** as possibilidades.

Preparando você para a próxima etapa:

A Validação



Modelagem

O papel aceita tudo

&

Validação

O mercado valida

Validação

Tópicos

- Como buscar as empresas para fazer uma validação?
- Como realizar a abordagem durante uma conversa com uma empresa?

Validação

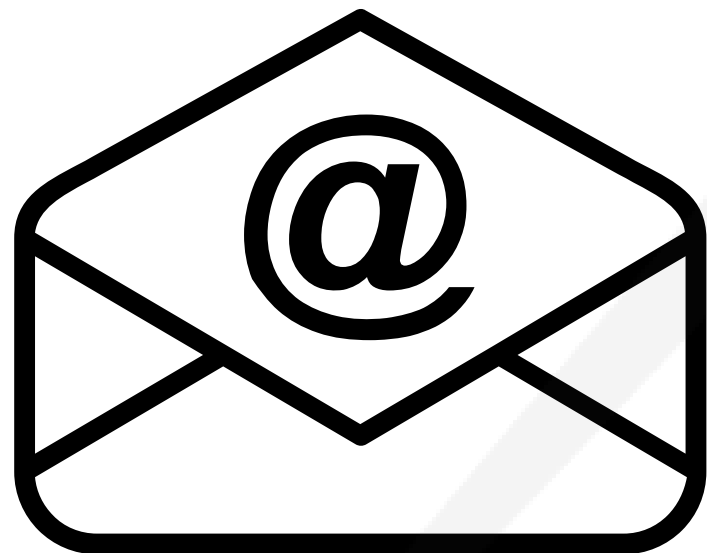
Persona



- Fazer uma lista das empresas que validariam as hipóteses;
- Definir quem são as pessoas/cargos que poderia validar as hipóteses.

Validação

Agendamento de reuniões



LinkedIn

Validação

Abordagem

1. Preparação prévia

- Defina claramente quais hipóteses você quer validar (por exemplo: “empresas têm dificuldade com X” ou “pagariam por uma solução como Y”).
- Crie um roteiro de perguntas abertas, que investiguem o problema e o interesse sem "vender" a solução logo de cara.
- Saiba que o objetivo é aprender, não vender ainda.

2. Durante a conversa

- Explore o problema antes de apresentar solução:

“Você enfrenta dificuldades em [área relacionada ao seu problema identificado]?”

“Como vocês resolvem esse tipo de situação hoje?”

“Qual o impacto (tempo, custo, risco) dessa situação para a empresa?”

- Entenda a dor real:

Se a pessoa não mencionar o problema naturalmente, é um sinal importante.

2. Durante a conversa

- Valide o interesse real, perguntando:
“O que você mais gostou ou não gostou nessa ideia?”
“Como vocês decidiriam comprar algo assim?”
“Você vê valor suficiente para pagar por isso? Como você imagina que poderia funcionar?”

3. Sinais a observar

- Entusiasmo verdadeiro: a pessoa começa a perguntar prazos, preços, formas de testar.
- Indiferença educada: respostas vagas e poucos comentários proativos (sinal de alerta).
- Objeções construtivas: objeções são ótimas — significam que estão levando a ideia a sério.

4. Evitar

- Não “vender” o produto na primeira conversa.
- Não alinhar expectativas.
- Não induzir respostas (“Você teria interesse, né?”).
- Não insistir se o problema não for percebido — a ideia é aprender e ajustar.

**Sempre é tempo de
PIVOTAR**

Adaptação

Frente a DOR real encontrada é possível remodelar o negócio e oferecer a solução da forma que o cliente **quer** e **precisa**.

Possíveis pontos de alteração:

- Mudança na dor escolhida;
- Alteração de aspectos técnicos;
- Mudança no público-alvo;
- Alteração da proposta de valor.

Uma mesma tecnologia pode ser a solução para diferentes dores.

Impacto na trilha



Identificar a
oportunidade/
problema

Criar uma
solução

Realizar uma Prova de
Conceito Laboratorial
(POC Lab)

Construir um
protótipo

Executar teste em
ambiente relevante

Implementação da
solução em pequena
escala (piloto)

Realizar as
avaliações

As informações adquiridas permitem
um planejamento mais alinhado ao
objetivo final.

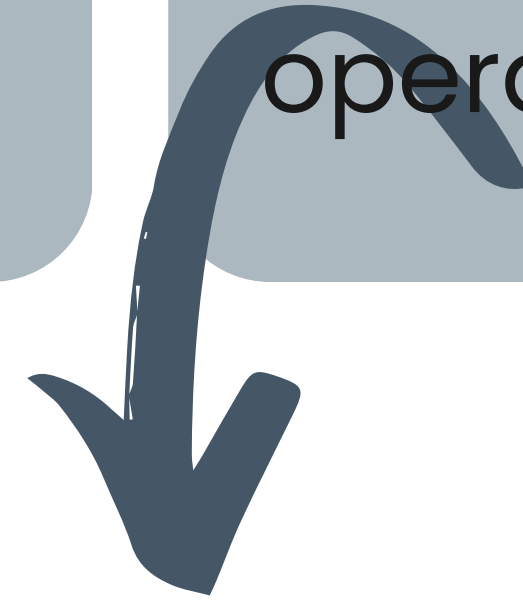
o e
ção

O próximo passo

Validar que há interesse (pré-validação com players).

Ter uma prova de conceito ou protótipo funcional.

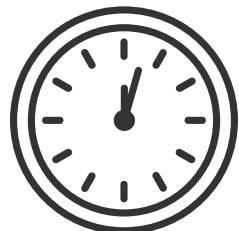
Mostrar vantagens claras (econômicas, operacionais, ESG).



Estudo de Viabilidade da Tecnologia.

Sobre o Curso

- 1** (07/05) - Escalonamento de Tecnologias: o que é TRL, como avançar em TRL, Vale da Morte, Oportunidades para vencer esse vale da morte;
- 2** (14/05) - Avaliação do potencial do negócio – ferramentas: Escalab Canvas e principais variáveis de mercado que precisamos saber para aproximar de uma indústria ou avançar com nossa tecnologia;
- 3** **(21/05) - Estudo de viabilidade técnica e econômica: Principais riscos e como formular um EVTE preliminar, avaliação do potencial das tecnologias e seus riscos mercadológicos e técnicos;**
- 4** (28/05) - Estratégias de Escalonamento: Fontes de recursos para cada fase do TRL, possíveis parcerias, programas de inovação, fundos de investimento.



11h - 12h30 (Brasília)