



Unidade 2:

Práticas Empresariais - Modelação de uma empresa CCI

Tema 2.1.

Conceção de uma empresa para as CCI: preparação de um plano de negócios e de um Pitch de negócio

Autores:

**Marília Durão, Augusto
Neves, Sónia Nogueira,
Patrícia Remelgado, Sandra
Fernandes**

Instituição:

**Universidade Portucalense,
Portugal**



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do conteúdo que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas. Número de projeto: 2020-1-BG01-KA203-07919.

Este material faz parte do conteúdo do programa de formação "Gestão e Empreendedorismo nas Indústrias Culturais e Criativas". Foi desenvolvido no âmbito da Parceria Estratégica Erasmus+ "FENICE - Fostering Entrepreneurship and Innovation in Cultural and Creative Industries through Interdisciplinary Education".

Os conteúdos de forma resumida:

FENICE: Programa

Unidade 1: Compreender o Empreendedorismo nas ICC

Tema 1.1. Compreender as ICC. Colaborações Intersetoriais.

Tema 1.2. Criatividade e inovação. Responsabilidade e comportamento ético

Tema 1.3. Políticas e intuições culturais. Propriedade intelectual

Tema 1.4. Mentalidade e processo empreendedor.

Unidade 2: Prática empreendedora – Conceção de um projeto empresarial nas ICC

Tema 2.1: Projetar um negócio para as ICC: preparar um plano de negócios e um pitch

Tema 2.2: A criação de valor: valorização económica, de mercado e cultural de produtos e serviços nas ICC

Tema 2.3: Mercado, concorrência, consumo e branding nas ICC

Tema 2.4: Modelos de negócio, sistemas, parcerias

Tema 2.5: Gestão de equipas e gestão da mudança nas ICC

Tema 2.6: Financiamento. Oportunidades e riscos

Pode encontrar mais informações na página: <http://www.fenice-project.eu>

Declaração sobre Direitos de Autor:



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. Tem o direito de:

- Compartilhar - copiar e redistribuir o material em qualquer meio ou formato
- Adaptar - remixar, transformar, e construir sobre o material

sob os seguintes termos:

- Atribuição - Deve atribuir o devido crédito, fornecer um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações. Você pode fazê-lo de qualquer forma razoável, mas não de uma forma que sugira que o licenciante o apoia ou aprova o seu uso.
- NãoComercial - Não poderá utilizar o material para fins comerciais.
- CompartilhaIgual - Se remixar, transformar, ou criar a partir do material, tem de distribuir as suas contribuições ao abrigo da mesma licença que o original.



Estudo de caso

O Pitch como ferramenta de comunicação empresarial por Juliana Lobo, especialista em comunicação

Descrição

Juliana Lobo, que dá o seu testemunho sobre a importância do campo como instrumento de comunicação empresarial, é licenciada em Comunicação Social, com especialização em Jornalismo, pela Universidade Federal do Maranhão (Brasil/Maranhão), Mestrado em Comunicação Multimédia e Doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, pela Universidade de Aveiro (Portugal). É professora assistente convidada no Instituto Politécnico de Viseu e investigadora integrada no Centro de Investigação Digimedia, Universidade de Aveiro.

Para Juliana, o Pitch é uma das principais estratégias/técnicas para a comunicação nas empresas. O Pitch é uma apresentação directa e curta, com o objectivo de vender a sua ideia de negócio a um possível investidor.

No mundo do empreendedorismo, é uma prática muito benéfica, especialmente para atrair parceiros e investidores. Mas o empreendedorismo envolve muito mais do que confiar em ideias inovadoras e encontrar um nicho de mercado que as valorize. Afinal, mesmo que a criação de um start-up dependa muito da força de vontade do empreendedor, é inegável que o sucesso está directamente relacionado com a atracção de recursos, parceiros e clientes. Esta atracção só se torna possível a partir da capacidade de vender a ideia e convencer potenciais investidores de que o retorno financeiro é uma possibilidade real. Relativamente aos clientes, o empresário deve abordar as vantagens trazidas pelos produtos ou serviços.

Através de um Pitch, é possível vender uma ideia de negócio a um potencial investidor de uma forma simples, directa, consistente e assertiva. Ao utilizar esta ferramenta, o empresário dá a conhecer a sua ideia a possíveis parceiros, ao mesmo tempo que especifica objectivos, público-alvo, estratégias e nichos de mercado, concorrentes, investimento e margens de lucro que pretende atingir.

No entanto, Juliana lembra-nos que o Projeto é apenas um primeiro ponto de contacto entre empresário e investidores e deve ser visto como uma oportunidade para abrir uma porta para uma reunião de negócios que permita a concretização da parceria. É importante salientar que o Pitch é completamente diferente de uma reunião de negócios, uma vez que a concretização de uma venda ou a formalização de parcerias não fazem parte do processo. Estas oportunidades podem até surgir, mas o Projeto é apenas o passo inicial para atrair as partes interessadas e iniciar uma conversa mais longa e mais complexa.

A duração deste tipo de apresentação é normalmente reduzida, a fim de melhorar a dinâmica da comunicação entre o apresentador e os participantes. Uma apresentação que demore demasiado tempo pode resultar na perda do interesse dos envolvidos e dificultar a atracção de parceiros por parte da empresa. Portanto, o Projeto tende a ser, em geral, dinâmico, curto, objectivo e conciso, a fim de "aguçar o apetite" por parcerias, investimentos e negócios. A ideia é que o empresário explique, directa e objectivamente, o objectivo do projecto, o mercado, a solução oferecida e os seus planos a curto e médio prazo. Por isso, é importante que se concentre nos aspectos mais importantes da sua empresa:

- Qual é o problema a ser resolvido?
- Como é o mercado?
- Qual é o diferencial da sua empresa?
- Quem são os profissionais que compõem a sua equipa?

■ Pontos principais a lembrar!

- Definir os principais passos para o seu arranque e o tipo de investimento de que necessita

- Explicar claramente o problema e a solução
- Estude muito bem o mercado em que o seu negócio está inserido
- Conheça as principais métricas para o seu tipo de negócio e, se possível, apresente números encorajadores
- Produzir bom material de apoio para ajudar tanto a sua apresentação como a compreensão do seu público
- Seja sempre objectivo!

Fonte/link



<https://www.linkedin.com/in/juliana-lobo-987a264b/>



jlobo@esev.ipv.pt

País

Portugal