

COMO BUSCAR UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO INOVADORA?



INTRODUÇÃO.....	3
POR QUE O MERCADO TEM SE SATURADO TANTO?	5
POR QUE BUSCAR UMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO INOVADORA?	9
COMO DETECTAR OPORTUNIDADES QUE SEJAM INOVADORAS?	14
QUAIS SÃO OS MODELOS DE NEGÓCIOS MAIS INOVADORES ATUALMENTE?	23
ONDE BUSCAR INFORMAÇÕES?	28
QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CASES DE SUCESSO INOVADORES?	33
CONCLUSÃO	36
SOBRE O SEBRAE PE	38



INTRODUÇÃO

Buscar uma oportunidade inovadora pode promover uma série de benefícios, tanto à empresa quanto ao mercado. Ao inovar, pode-se **explorar novos nichos de consumidores**, obter mais rentabilidade nas transações e se destacar dos demais competidores.

Entretanto, construir um negócio inovador pode não ser tão simples. Não basta criar uma proposta diferente daquelas já oferecidas no mercado; é necessário **pensar na viabilidade econômica e financeira em longo prazo**. Ou seja, é preciso mais do que ser diferente.

Ao construir um negócio inovador, vale pensar no desenvolvimento de novos produtos, no atendimento de novos nichos de mercado, na remodelagem do empreendimento e na adoção de estratégias de oceano azul, entre outras coisas. Portanto, existem muitas possibilidades.

Nos tópicos seguintes, ganharemos profundidade no assunto, explicaremos como buscar uma oportunidade de negócio inovadora, quais os modelos mais inovadores e quais os benefícios disso, e também apresentaremos casos de sucesso. Continue a sua leitura!



**POR QUE O
MERCADO TEM SE
SATURADO TANTO?**

Alguns segmentos de mercado encontram-se realmente saturados. Existem muitos concorrentes diretos, o que gera desafios, como competição por custo e redução da margem líquida (lucro), levando a um possível jogo de soma zero — em que todos saem perdendo.

Na prática, o excesso de saturação é pouco benéfico, sobretudo ao empreendedor. Por esse motivo, é importante entender as suas origens (causas). A questão, então, é: por que o mercado tem se saturado tanto? **Existem diversas respostas possíveis**, pontuadas mais adiante.

Ao entender as causas da saturação, torna-se mais fácil pensar em **como lidar com cada uma delas** e buscar oportunidades fora do lugar-comum. Além disso, pode-se ter uma leitura mais profunda e precisa do mercado, evitando equívocos frequentes.



BAIXAS BARREIRAS DE ENTRADA

Uma barreira de entrada é, grosso modo, um impedimento aos novos entrantes. Existem muitos tipos de barreiras aos entrantes, como a alta regulamentação do governo, a exigência de investimentos financeiros expressivos ou patentes ligadas a um produto ou a uma tecnologia.

Em alguns mercados, todavia, **as barreiras de entrada são quase inexistentes**. Ao abrir uma barbearia, por exemplo, não é preciso haver um investimento massivo em tecnologia, estrutura ou know-how, o que simplifica a entrada de mais competidores — e a saturação do mercado.

Você também pode pensar na barreira de entrada como as exigências para entrar em um determinado mercado. Se elas forem poucas e simples, muitos competidores podem entrar. Se elas forem muitas e severas, poucas pessoas conseguirão abrir um negócio na área.

FOCO EXCESSIVO NO CUSTO DE PRODUÇÃO

Outro fator que aumenta a saturação do mercado é o foco excessivo no custo de produção, isto é, em cada centavo gasto com o produto. Quando a competição está centrada no custo, outros aspectos do item, como **qualidade e diferenciação**, são deixados de lado.

Várias empresas competem por custo para repassar **preços menores aos consumidores ou garantir margens mais elevadas**. Isso, porém, implica a redução de gastos com pesquisa e desenvolvimento (P&D) de novos produtos e a menor qualificação dos times de trabalho.

Por consequência, o mercado passa a ser inundado com mais do mesmo produto. Não há algo exatamente novo, pois a atenção está no **custo de produção e não na diferenciação**. Em longo prazo, isso leva a um cenário de saturação do mercado, com pouca inovação.

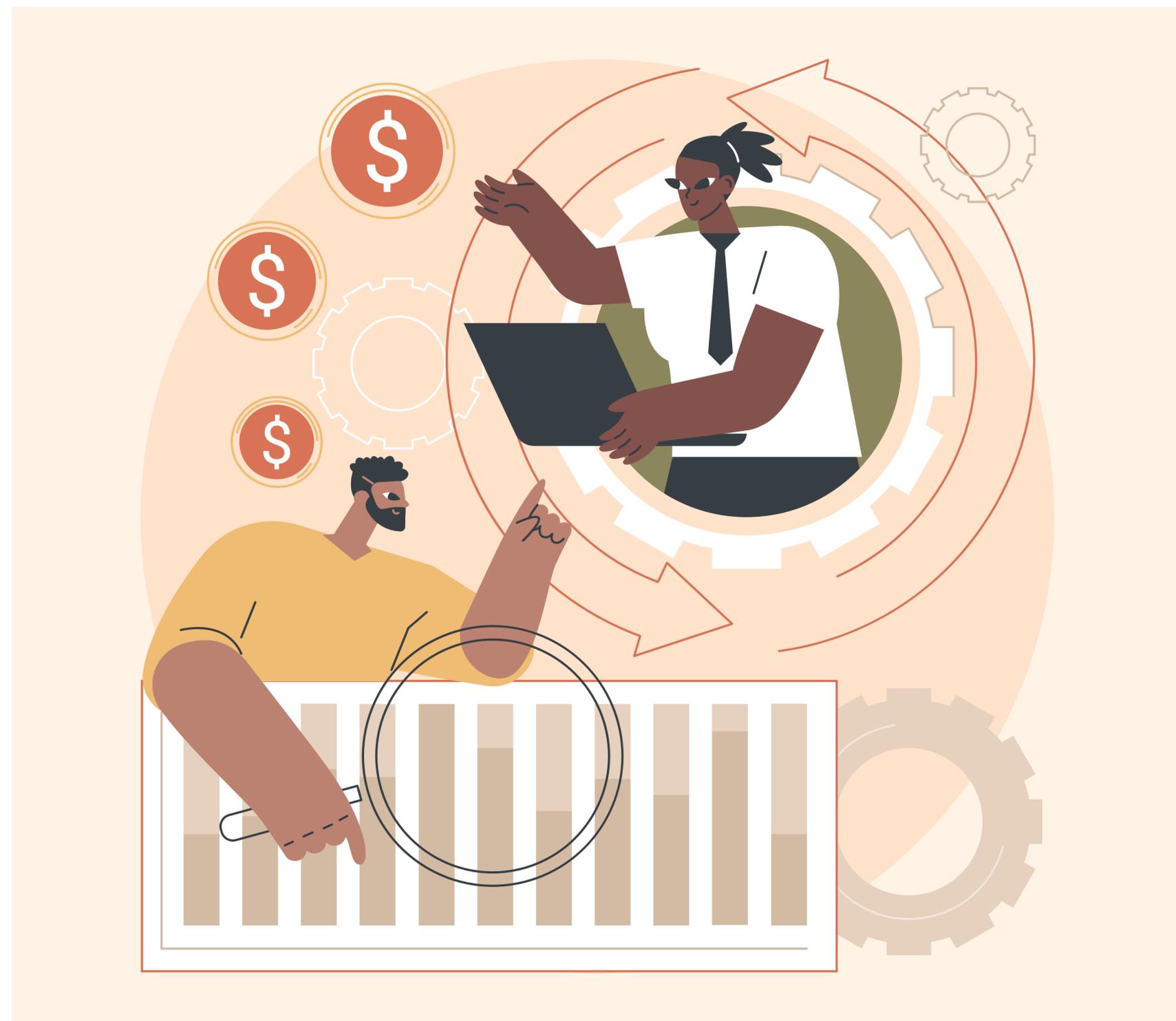
POR QUE O MERCADO TEM SE SATURADO TANTO?

POUCO INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO

Em muitos mercados, não há necessariamente uma dinâmica de competição por custo, mas também não há uma cultura de inovação. **Isso também leva à saturação**, afinal, não existem muitos atributos que diferenciem os concorrentes e os seus respectivos produtos.

Na prática, uma inovação não precisa estar necessariamente na mercadoria. Ela pode estar no **processo produtivo ou no modelo de negócio**. Entretanto, quando nenhum desses centros de inovação é considerado, cria-se um mercado repleto de “mais do mesmo”.

Em outras palavras, **cria-se um oceano vermelho**. Nesse oceano, o preço diz muito, os produtos são mais ou menos os mesmos e não há empresas verdadeiramente inovadoras. De certa forma, isso é ruim para todas as partes interessadas, inclusive para os consumidores.





**POR QUE
BUSCAR UMA
OPORTUNIDADE
DE NEGÓCIO
INOVADORA?**

Inovar dá bastante trabalho. É necessário pensar diferente, testar coisas novas e gastar recursos (como tempo, energia e dinheiro) em coisas que você não sabe exatamente se vão dar certo. **Logo, se não é algo cômodo, simples ou garantido, por que inovar?**

Há muitas respostas possíveis. Na realidade, algumas das maiores e mais bem-sucedidas empresas são verdadeiras máquinas de inovação — e é isso que coloca cada uma delas um passo à frente dos concorrentes, bem como em posição de privilégio com os consumidores.

A inovação gera uma posição competitiva privilegiada, soma a vantagem do pioneirismo, resulta em margens superiores e permite a exploração de novos mercados — chamados de oceanos azuis. Explicamos cuidadosamente cada benefício nos tópicos seguintes.





PERMITE A EXPLORAÇÃO DE OCEANOS AZUIS

W. Chan Kim e Renée Mauborgne, professores franceses, estudaram por várias horas as diferentes estruturas de mercado e o poder da inovação. Depois, classificaram os mercados em dois grandes blocos: o **oceano vermelho** e o **oceano azul**, com diferenças expressivas.

O oceano vermelho é, grosso modo, aquele mercado pela saturação e pela competição. Nele, muitas empresas vendem os mesmos produtos (disputando preços). O oceano azul, por sua vez, é uma referência ao **mercado pouco ou nada explorado**, sem concorrentes diretos.

Ao buscar por uma oportunidade de negócio inovadora, na realidade, **você está buscando um oceano azul**. Um mar de oportunidades ainda não descoberto e que pode ser explorado por você, garantindo benefícios, como retornos superiores e menos competição.

AGREGA A VANTAGEM DO PIONEIRISMO

Buscar uma oportunidade inovadora permite que, ao longo de certo período, você seja o único explorando um mercado. Depois, o mais natural é que mais empresas sejam abertas e que o mercado se torne competitivo. Aí, entra outra grande vantagem: o pioneirismo.

A vantagem do pioneirismo é, em poucas palavras, a de ser o primeiro a explorar algo — o número 1. Quando uma empresa é pioneira, ela se torna referência no mercado; além disso, obtém uma posição privilegiada na mente e no coração dos consumidores.

Veja a Gillette, a primeira empresa a produzir lâminas de barbear descartáveis, ainda em 1901. Atualmente, existem muitas lâminas de barbear no mercado, mas a Gillette continua sendo referência global em barbear — **um claro reflexo da vantagem do pioneirismo**.

PROMOVE RETORNOS SUPERIORES

Ao abrir uma empresa, é natural que os seus empreendedores tenham o interesse de obter **retorno financeiro sobre o capital investido** (ROI). Esse retorno deve ser proporcional ao risco assumido. Logo, quanto maior o risco, maior o retorno esperado.

O ponto é que, nos mercados mais saturados, o **retorno financeiro é comprometido**. A rentabilidade torna-se menor, assim como o resultado líquido (lucro) do exercício. Isso pode promover retornos inferiores ao risco e, portanto, desmotivar o empreendedor.

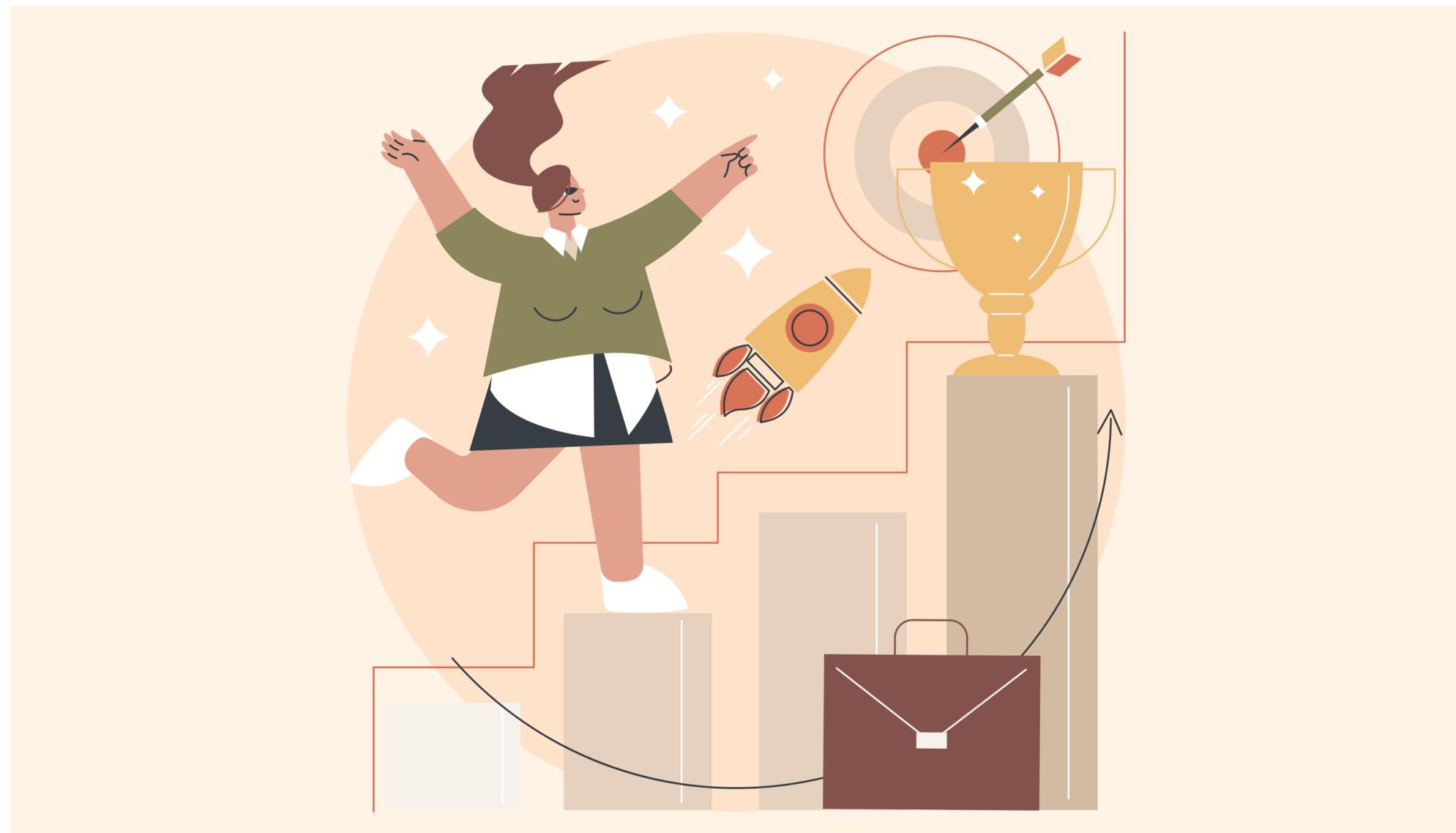
Negócios inovadores, justamente por explorarem mercados ainda não explorados, **encontram melhores margens para trabalhar**. Assim, apresentam retornos superiores, permitindo que os seus empreendedores sejam mais bem remunerados pelo risco assumido.

GERA MAIOR POTENCIAL DE CRESCIMENTO

O potencial de crescimento é muito importante. Na maioria das vezes, negócios só se mostram sustentáveis a partir de determinado volume de venda, sendo necessário alcançá-lo o quanto antes. Além disso, o crescimento resulta em **ganhos de economia e escala**.

Novamente, encontrar e explorar uma oportunidade inovadora é muito importante. Negócios inovadores atraem mais consumidores curiosos, profissionais talentosos e investidores arrojados, além do interesse da mídia e de instituições de fomento.

Dependendo da forma como o empreendimento está estruturado, o potencial de crescimento pode ser seu maior trunfo. É o que acontece com as chamadas startups, empresas inovadoras que têm um **elevado potencial de escalabilidade** (potencial de crescer com custos fixos).





**COMO DETECTAR
OPORTUNIDADES
QUE SEJAM
INOVADORAS?**

Atualmente, **encontra-se todo tipo de negócio**. De cerveja para cachorro até objetos de decoração impressos em 3D. Então, fica a dúvida: ainda existem oportunidades inovadoras não exploradas? Sim, é claro que sim. **Existem e sempre vão existir.**

O motivo é bem simples: tudo está mudando. Com frequência, surgem novas tecnologias, tendências e costumes. O comportamento das pessoas muda, assim como as suas **prioridades e os prazeres**. Logo, sempre existirão lacunas não exploradas, **fontes de oportunidade**.

Todavia, detectar uma oportunidade inovadora exige atenção. É necessário entender com profundidade os consumidores, **testar coisas diferentes** e estar disposto a falhar. Também é preciso olhar para os negócios tradicionais de modo singular, tentando remodelá-los.



BUSQUE O SEU OCEANO AZUL

A estratégia do oceano azul é interessante porque não implica criar algo totalmente novo. Na verdade, envolve olhar para o que já existe, encontrar oportunidades e promover inovações incrementais, **tendo por objetivo sair do lugar-comum.**

Uma das principais ferramentas é a chamada Matriz das 4 Ações. Nela, ao olhar para um negócio ou produto que já existe, o empreendedor deverá definir i) **quais atributos reduzir,** ii) **quais eliminar,** iii) **quais elevar e** iv) **quais criar,** promovendo algo bem diferente.

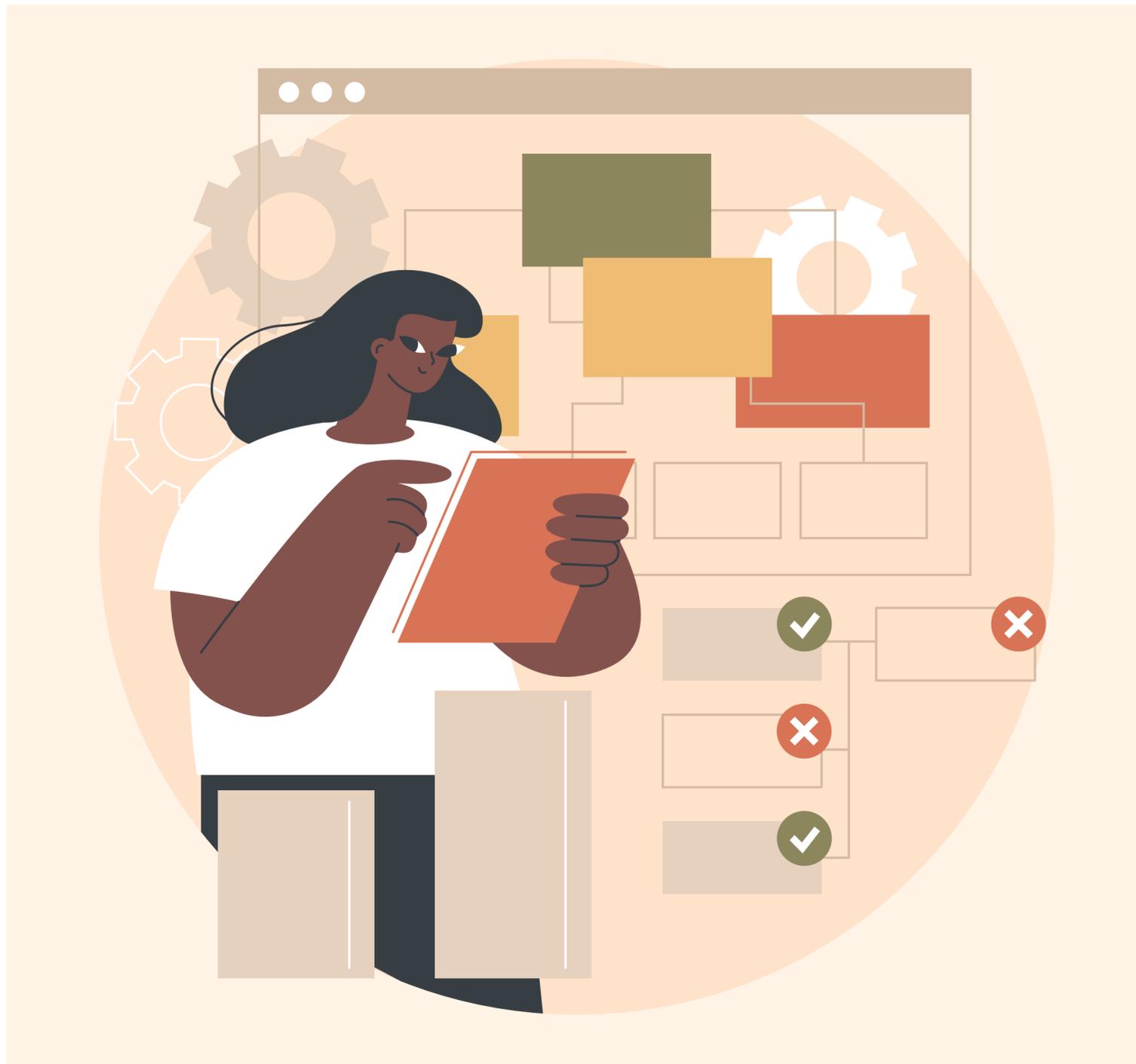
Então, perceba que encontrar uma oportunidade de negócio inovadora depende menos de uma epifania e mais de uma **abordagem crítica, profunda e sistemática.** Boas estratégias e ferramentas, como a abordagem do oceano azul, podem facilitar o seu trabalho.

EXPLORE NICHOS DE MERCADO

Algumas empresas competem pelo mercado como um todo. Marcas de moda, por exemplo, lançam coleções para **homens, mulheres, adultos e crianças.** Isso exige muitos recursos e torna mais árduo o processo de inovar. Outras empresas competem em nichos.

Pense no nicho como **uma pequena fração de um mercado.** Há, por exemplo, o nicho de moda para gestantes ou roupas para pets. Muitas vezes, esses nichos não estão sendo bem supridos e existem lacunas (fontes de oportunidade) que ainda podem ser exploradas.

Nesse caso, comece questionando-se: **“Quais nichos tenho conhecimento suficiente para atender e/ou curiosidade suficiente para aprender?”**. Depois, estude suas necessidades e rotinas, tendo por objetivo desenvolver algo pelo qual as pessoas estejam dispostas a pagar.



ENTENDA PROFUNDAMENTE UM PROBLEMA

Pense nas maiores empresas do mundo. **Elas existem para solucionar problemas grandiosos e ninguém faz isso tão bem quanto elas.** O Google, por exemplo, existe para organizar as informações do mundo — e facilitar seus resultados de busca na internet.

Uma boa alternativa para encontrar oportunidades inovadoras, então, é **analisar com profundidade um problema** e entendê-lo por todos os ângulos. Entender, inclusive, o que pode ser melhorado para que a sua solução seja melhor, mais ágil e/ou barata que a atual.

Notoriamente, ainda existem muitos problemas para solucionar, desde desafios com a locomoção em grandes centros urbanos até o combate de pestes em áreas de agricultura familiar. O mais importante, então, **é encontrar e estudar um grande problema.**

ESTIMULE A SUA CRIATIVIDADE

Encontrar uma oportunidade de negócio inovadora **exige criatividade**. É necessário ir além do que é oferecido ao mercado, o que demanda capacidade **crítica, analítica e criativa**. Portanto, algo importante é: como ser uma pessoa mais criativa?

Há muitas respostas possíveis, mas talvez a melhor seja: inspire-se mais. À medida que a sua mente é iluminada com coisas novas, você consegue se debruçar sobre velhos problemas de um jeito diferente. Logo, torna-se muito mais fácil pensar fora do lugar-comum.

Nesse sentido, algumas dicas são: conheça novos lugares, fale com pessoas diferentes e adote novas rotinas. A criatividade, item essencial à inovação, **é desenvolvida a partir da interação com o desconhecido** — impulsionando-o a pensar diferente.

TESTE FREQUENTEMENTE COISAS NOVAS

Outra importante dica é testar com frequência. Desenvolva novas soluções, coloque-as em prática e avalie como elas melhoram as coisas. Depois, aprenda com os resultados e faça ajustes incrementais. Assim, inicia-se um poderoso **ciclo de teste e de aprendizado**.

Esse ciclo é o núcleo da metodologia usada por startups de todo o mundo. No livro “A startup enxuta”, **é algo chamado de ciclo de lean startup**.

Mais especificamente, funciona em três etapas: idealizar algo, colocar em prática e aprender; depois, voltar à idealização.

Muitas pessoas decidem testar coisas novas, mas não reservam tempo o suficiente para coletar dados (como feedbacks dos consumidores) e aprender com isso. Logo, o ciclo não fica completo e não é possível promover mudanças que levem a algo inovador.

ENVOLVA MAIS CABEÇAS

A busca por uma oportunidade inovadora não deve ser um exercício solitário. Uma única pessoa tende a gerar menos ideias e também conta com menos energia para triá-las e depois testá-las. Assim, o resultado pode ser desanimador e nunca levar a algo realmente novo.

Portanto, lembre-se do velho ditado: muitas cabeças pensam melhor que uma. Se você costuma trabalhar só, experimente trabalhar com uma equipe focada em inovação — um grupo de pessoas inteligentes e criativas, dedicadas a descobrir e a explorar algo novo.

Existem muitas possibilidades para a criação dessa equipe. Ela pode ser composta por empreendedores, empregados ou autônomos. O mais importante é buscar pessoas realmente boas no que fazem, que sejam criativas e socialmente hábeis. Assim, seus resultados serão grandiosos.





OUÇA SEUS CONSUMIDORES

Os consumidores são uma importante fonte para inovação e para a consequente descoberta de novos empreendimentos. Em essência, todo negócio existe para fazer clientes — então, **não há nada tão inteligente quanto ouvi-los atentamente** e com profundidade.

Felizmente, existem muitas maneiras de ouvir os clientes. Você pode entrar em fóruns de clientes insatisfeitos e ouvir as suas principais reclamações, por exemplo. Também pode pedir um feedback direto, solicitando que relatem as suas alegrias e as frustrações com certo produto.

Outra maneira de ouvir os seus clientes **é analisando dados de consumo**. Por exemplo, quanto tempo eles passam dentro da sua empresa, qual é o ticket médio das compras, quais produtos são mais bem classificados e assim sucessivamente. Busque dados numéricos.

APOSTE EM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Uma maneira mais formal de desenvolver produtos e encontrar novos negócios é investindo em pesquisa e desenvolvimento (P&D). Pense no P&D como um conjunto de práticas para que produtos sejam criados, **utilizando-se de rotinas e testes científicos**.

Boa parte das grandes empresas, sobretudo as indústrias, conta com setores focados em P&D. Neles, encontram-se engenheiros, analistas de dados e programadores, **entre outros profissionais**. Todavia, a prática de P&D certamente não é restrita aos grandes negócios.

Uma pequena empresa ou um empreendedor também podem criar rotinas de P&D, desde que tenham um bom conhecimento técnico ligado ao produto em desenvolvimento. O uso de técnicas estatísticas e testes em laboratório, por vezes, também é necessário.



ACOMPANHE AS TENDÊNCIAS

Como já explicado, o mercado está em constante transformação. Diariamente, surgem novos padrões, técnicas e ferramentas, entre outras coisas úteis, que, com alguma frequência, caem no gosto das pessoas. Assim, **surgem tendências de mercado.**

Uma tendência não precisa ser algo físico. Por exemplo, o hábito de aprender ao longo da vida (mais conhecido como ***lifelong learning***) é reconhecido como forte tendência para os próximos anos — e algo que pode ser explorado por empreendedores criativos.

Como saber quais as tendências de mercado?

É preciso ter atenção e acompanhar canais especializados. Revistas de arquitetura, por exemplo, frequentemente exploram tendências para a construção. O mesmo acontece em outros segmentos, sendo preciso acompanhá-los.

CRIE PARCERIAS ESTRATÉGICAS

Há, ainda, a possibilidade de criar parcerias estratégicas. Não importa se você tem uma grande empresa ou se é um empreendedor individual, a verdade é que não se consegue fazer tudo sozinho. Por isso, **contar com parceiros estratégicos pode ajudar muito.**

No mercado atual, um movimento curioso é o seguinte: grandes corporações fechando parcerias com pequenas startups, aportando dinheiro e outros recursos em troca de novas perspectivas sobre o futuro. Assim, conseguem criar e explorar novas oportunidades.

E você, quais parcerias estratégicas pode fechar hoje? Como elas podem somar em termos de know-how ou capital? É preciso pensar em um modelo de parceria que atenda ao seu negócio, respeite os seus interesses de longo prazo e gere resultados ganha-ganha.



**QUAIS SÃO OS
MODELOS DE
NEGÓCIOS MAIS
INOVADORES
ATUALMENTE?**

Existem muitas possibilidades inovadoras para negócios, sendo preciso avaliar diversos aspectos antes de decidir qual adotar. Além da inovação propriamente dita, é indispensável considerar seu perfil empreendedor, o perfil dos seus sócios e o capital disponível.

Aqui, faz-se necessário definir o que é modelo de negócio: **é a forma como a empresa cria, entrega e capta valor do mercado**. Portanto, é uma explicação para como o negócio opera, entrega seus produtos ao mercado e **monetiza a partir das suas atividades centrais**.

Existem alguns modelos de negócios bem tradicionais, como a venda para clientes em loja física. Outros modelos são modernos e em franco desenvolvimento, como o Software como Serviço (SaaS). Neste tópico, apresentaremos modelos inovadores que você pode utilizar.



ECONOMIA COMPARTILHADA

Um modelo de negócio baseado em economia compartilhada é **aquele que estimula o compartilhamento das coisas e não o seu uso restrito**. Existe uma forte tendência ligada ao compartilhamento de meios de transporte, locais de trabalho e até moradias, por exemplo.

Uber e Airbnb são algumas das empresas mais bem-sucedidas que utilizam esse modelo de negócio. Coworkings também ganham destaque e estão presentes na maioria das capitais. Os consumidores aderem ao compartilhamento pela **praticidade e pela redução de custos**.

SOFTWARE AS A SERVICE (SAAS)

Outro modelo de negócio inovador é o Software as a Service (SaaS), que pode ser **traduzido como software como serviço**. Nesse caso, existem empresas de tecnologia que fornecem a licença para uso de determinado software online, mediante o pagamento de mensalidade.

O modelo SaaS inova ao dispensar a necessidade de aquisição permanente de tecnologia, **o que custa caro**. Existem muitas companhias que apostam nesse modelo, como provedoras de sistemas gerenciais ou sistemas de segurança, mas ainda existem grandes oportunidades.



CAIXA POR ASSINATURA

O modelo de caixa por assinatura tem ganhado bastante espaço aqui no Brasil. Por isso, também pode ser considerado algo **inovador e que merece atenção**. Hoje, existem caixas de assinatura para muitas coisas, como livros, quadrinhos, peças íntimas e até vinhos.

Para ficar mais claro, esse modelo de negócio funciona assim: o cliente assina um serviço específico, permitindo que o empreendedor **selecione e reúna diversos produtos em uma caixa** e, depois, envie-a para ele. O mais comum é que a assinatura (e o envio) seja mensal.

E-COMMERCE

Um modelo de negócio bastante popular, mas que certamente **nutre fortes projeções de crescimento**, é o e-commerce. Também chamado de comércio eletrônico, caracteriza-se pelo fornecimento de produtos em lojas virtuais, que podem ser acessadas pela internet.

Atualmente, é bem fácil abrir um e-commerce e disponibilizar produtos na web. Existem muitas **plataformas especializadas** e que permitem a abertura da sua empresa online em poucos minutos. Mesmo assim, é importante contar com um prévio plano de negócio.

ADWARE

Outro modelo de negócio inovador é o Adware. Nele, o empreendedor monetiza com anúncios enquanto oferece **serviços e conteúdos gratuitos aos consumidores.** Assim, o ganho está na publicidade feita em aplicativos e sites gratuitos (e não na venda).

Jogos mobile, por vezes, contam com esse modelo de negócio. Eles podem ser baixados e utilizados gratuitamente e, em troca, usuários visualizam anúncios patrocinados. **O mesmo ocorre em alguns blogs, sites e jornais online.** Portanto, o ganho está na audiência.



**ONDE BUSCAR
INFORMAÇÕES?**

Encontrar uma oportunidade de negócio inovadora exige informações sobre o mercado e o seu comportamento, **bem como sobre tendências futuras**. Por isso, é preciso contar com boas fontes de aprendizado, como blogs, revistas eletrônicas e estudos científicos.

A seleção da melhor fonte de conhecimento varia bastante. É necessário ter alguma noção da área em que se deseja empreender, por exemplo. Também é importante entender seu perfil como empreendedor, se é alguém mais técnico ou se busca por informações genéricas.

Na prática, o ideal é a construção de um sistema que forneça informações relevantes e atuais. Esse sistema é **composto por mais canais de aprendizado**, permitindo que você esteja sempre ampliando seus conhecimentos e expandindo o que entende do mercado.



REVISTAS POR ASSINATURA

Existem muitas revistas por assinatura (impressas ou digitais) focadas em negócios e em empreendedorismo.

A [Pequenas Empresas & Grandes Negócios](#) (PEGN) é um bom exemplo disso, assim como a [Harvard Business Review](#).

Na prática, essas revistas fornecem um conhecimento profundo e atual, visto que são lançadas mensalmente e **escritas por especialistas**. Frequentemente, elas esclarecem as tendências de mercado, criando rankings de áreas, tecnologias e/ou negócios mais promissores.

BLOGS

Outra importante fonte de informação para inovação é o blog; plataformas digitais que fornecem conhecimento sobre assuntos específicos, **geralmente de maneira gratuita**. Na área de empreendedorismo e gestão, o [portal de conteúdo do SEBRAE](#) é destaque.

Entre os principais benefícios dos blogs, é possível destacar: conteúdo frequente, gratuito e bem contextualizado. Assim, torna-se uma importante fonte para o aprendizado, para a análise de tendências e para o desenvolvimento de competências úteis no mundo dos negócios.



ESTUDOS DE MERCADO

Os estudos de mercado referem-se a **pesquisas técnicas e profundas em um segmento específico**, como construção civil, indústria de alimentos ou estética médica. Por tal razão, podem ser vistos como uma ótima fonte para o aprendizado e para a subsequente inovação.

Alguns estudos de mercado são **encomendados por empreendedores** às empresas de consultoria. Outros são disponibilizados já prontos (e os empreendedores podem comprá-los) — é o caso do estudo do mercado de estética, feito pela [Grand View Research](#).

PESQUISAS CIENTÍFICAS

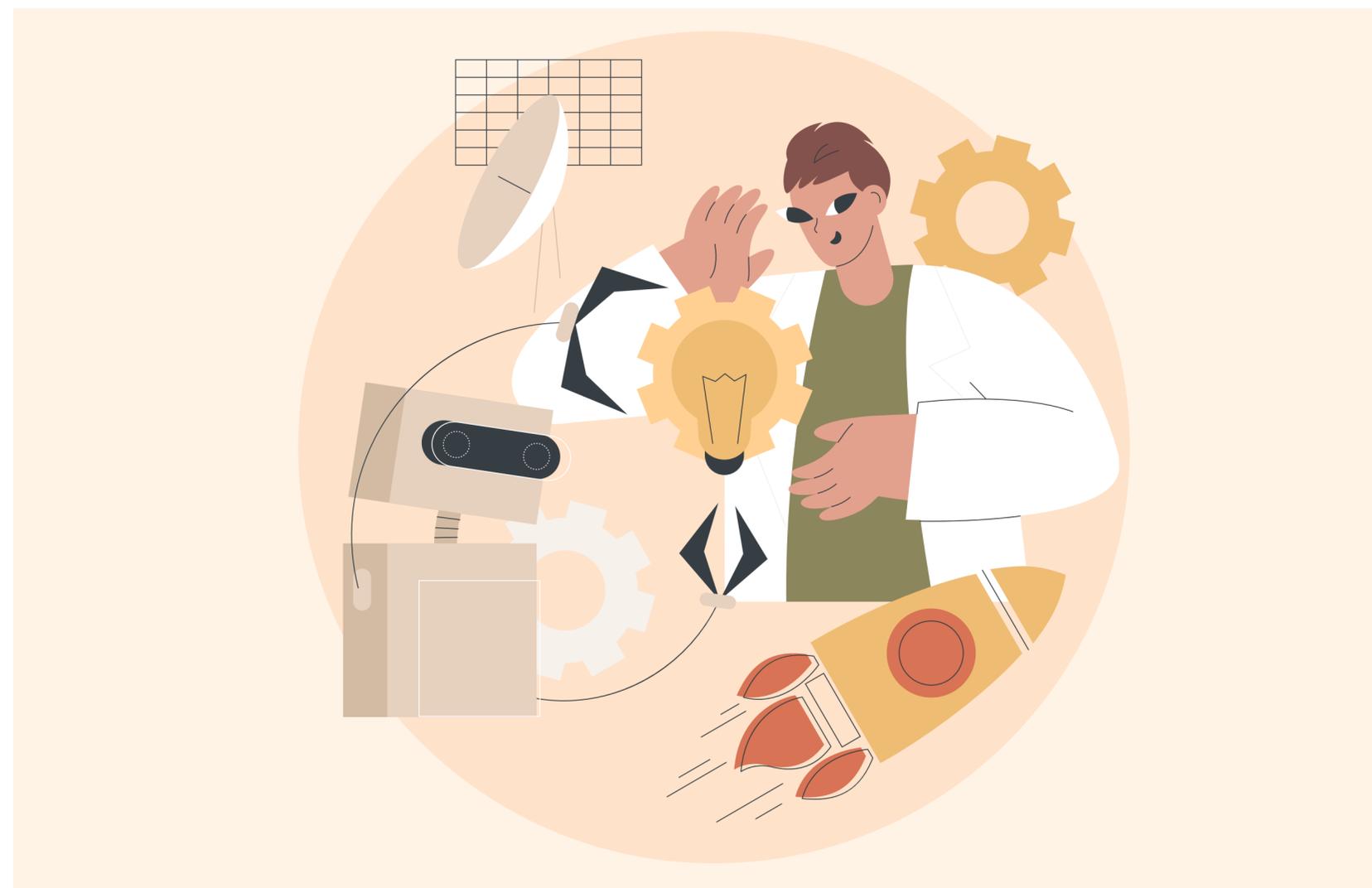
Pesquisas científicas são realizadas por pesquisadores de todo o mundo, **geralmente com o apoio de universidades e instituições de fomento**. Elas apresentam grande profundidade, são atuais e lidam com o limite do que é conhecido — testando novas hipóteses.

Anualmente, são publicadas **centenas de milhares** de estudos científicos (alguns pagos e outros gratuitos, dependendo do periódico de publicação). Entretanto, são meios altamente técnicos, comumente com testes estatísticos, exigindo muita atenção do seu leitor.

FEIRAS

Outra fonte para a identificação de oportunidades inovadoras são as feiras. Eventos que reúnem — fisicamente ou digitalmente — **profissionais com interesses compartilhados**, como o empreendedorismo, o turismo ecológico ou o automobilismo.

Existem muitas feiras, a exemplo da [Feira do Empreendedor](#), realizada frequentemente pelo SEBRAE. Nesses eventos, são feitas **exposições de novas tecnologias e de modelos de negócios** e também treinamentos e workshops.





**QUAIS SÃO OS
PRINCIPAIS CASES
DE SUCESSO
INOVADORES?**

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CASES DE SUCESSO INOVADORES?

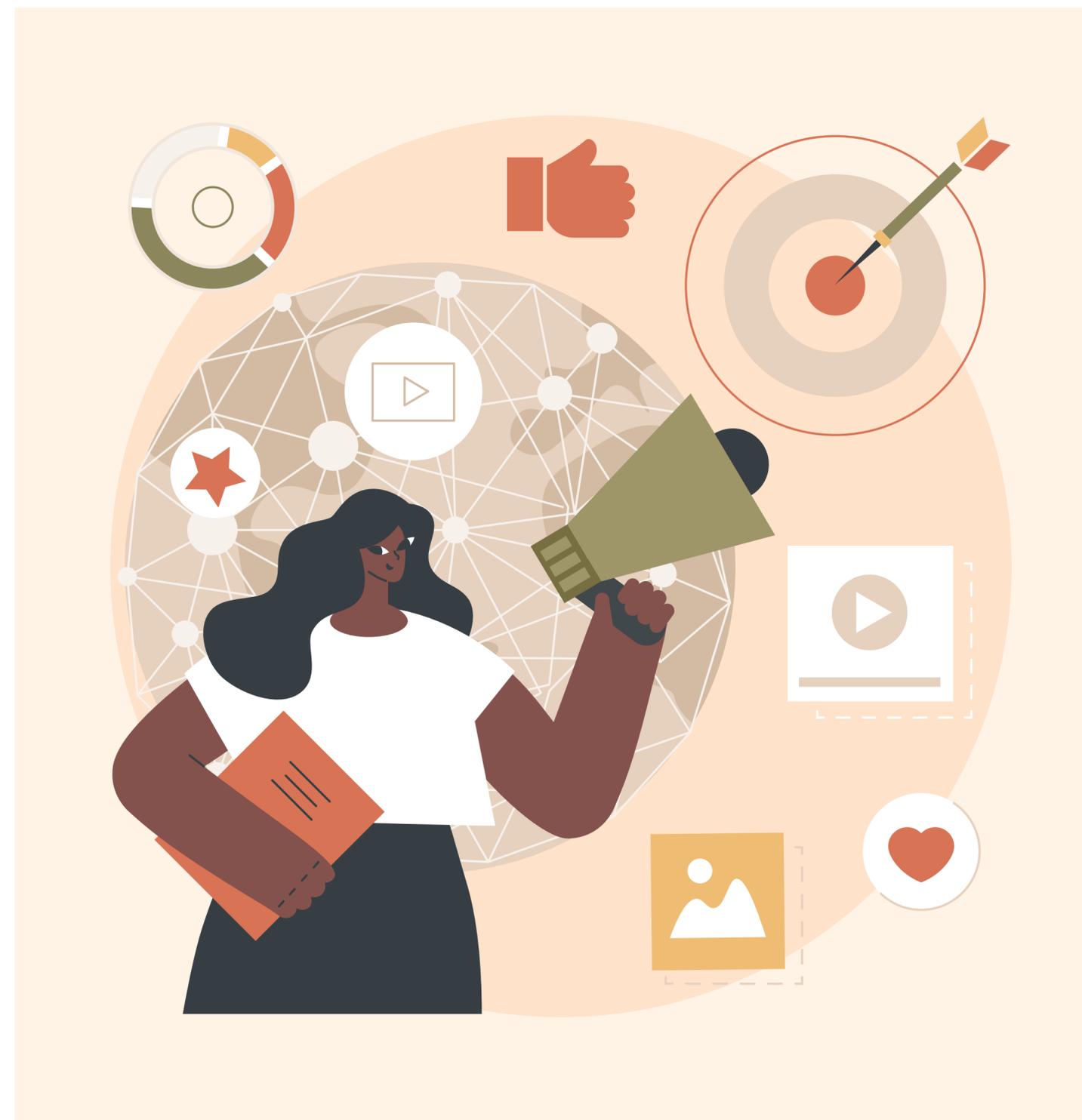
Existem muitos casos de empreendedores que aproveitaram oportunidades inovadoras para **estabelecer seus produtos e construir grandes empresas**. A Amazon, por exemplo, começou ao identificar a oportunidade de vender livros pela internet.

Ao conhecer bons casos de sucesso, você pode obter inspiração para **desenvolver algo próprio e que atenda a uma nova lacuna de mercado** — colhendo todos os benefícios já mencionados, como a vantagem do pioneirismo. Veja alguns casos adiante.

BANANAS MUSIC

Vamos começar com a [Bananas Music Branding](#). Você provavelmente conhece agências de branding ou marketing que oferecem uma infinidade de soluções. Na Bananas, não é assim, pois o foco é um único: **curadoria musical para marcas**.

Em resumo, a empresa cria playlists com música ambiente para lojas, bares e restaurantes, entre outros estabelecimentos. Desse modo, consegue se posicionar como **especialista em um segmento promissor** (o marketing sensorial) e se diferenciar da concorrência.



ÁGUA NA CAIXA

Para provar que oportunidades inovadoras estão por todos os cantos, vamos apresentar a [Água na Caixa](#), **startup que inova ao vender... água.**

Na realidade, a inovação está na caixa, que é reutilizável, 82% renovável. Algo bem **alinhado às pautas de sustentabilidade.**

A Água na Caixa estimula um estilo de vida responsável e sustentável, pois as suas caixinhas de água são reutilizáveis e podem ser **reabastecidas pelos próprios consumidores.**

Por isso, a startup tem chamado atenção da mídia e de investidores focados no socioambiental.

AHIMSA

Outro ótimo exemplo vem da [Ahimsa](#), indústria **especialista em calçados veganos.**

O empreendimento nasceu em 2013 com o objetivo de fazer a **diferença na vida dos animais, da natureza e das próprias pessoas.** Assim, dissemina a mensagem do veganismo.

Em resumo, a empresa fabrica e vende **calçados 100% veganos** — isto é, isentos de origem animal ou qualquer tipo de teste em animais. Assim, abraça uma pauta socioambiental e se posiciona em um mercado com elevadas projeções de crescimento.



CONCLUSÃO

Ainda existem muitas oportunidades inovadoras para negócios — **e certamente sempre vão existir**. Empreendimentos fora do lugar-comum contam com vários benefícios, como a menor competição, a vantagem do pioneirismo e as melhores margens financeiras.

Felizmente, existem muitas táticas para identificar oportunidades inovadoras, como utilizar técnicas de **transição para o oceano azul**, explorar nichos de mercado, acompanhar boas pesquisas de tendências e contar com várias cabeças para pensar em algo realmente novo. Os modelos de negócios inovadores são diversos, como o software como serviço (SaaS), a economia compartilhada e o adware.

Há, igualmente, **casos de sucesso que podem orientar seu processo empreendedor**, como a Bananas Music, a Água na Caixa e a Ahimsa. Na prática, existem muitos meios que servem para aprendizado e inovação, de pesquisas científicas até revistas por assinatura, passando por feiras e eventos. É preciso avaliar o que melhor condiz **com o seu perfil empreendedor e com a ideia de negócio**.

Além de tudo, você pode contar com a ajuda de consultorias e instituições de fomento ao empreendedorismo. Nesse caso, o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é referência global e pode orientar os seus principais passos.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Nós estamos em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é construir oportunidades em conjunto, trabalhando com capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade com os empreendimentos. Atuamos nas frentes de **fortalecer o empreendedorismo e de estimular a formalização dos negócios**, com a proposta de criação de soluções construtivas e criativas junto aos empresários.