

Unidade 2: Empreendedorismo

Aula: Pensamento Visual *Design Thinking*

Modelo de Negócios - Canvas

Disciplina: ADM 100

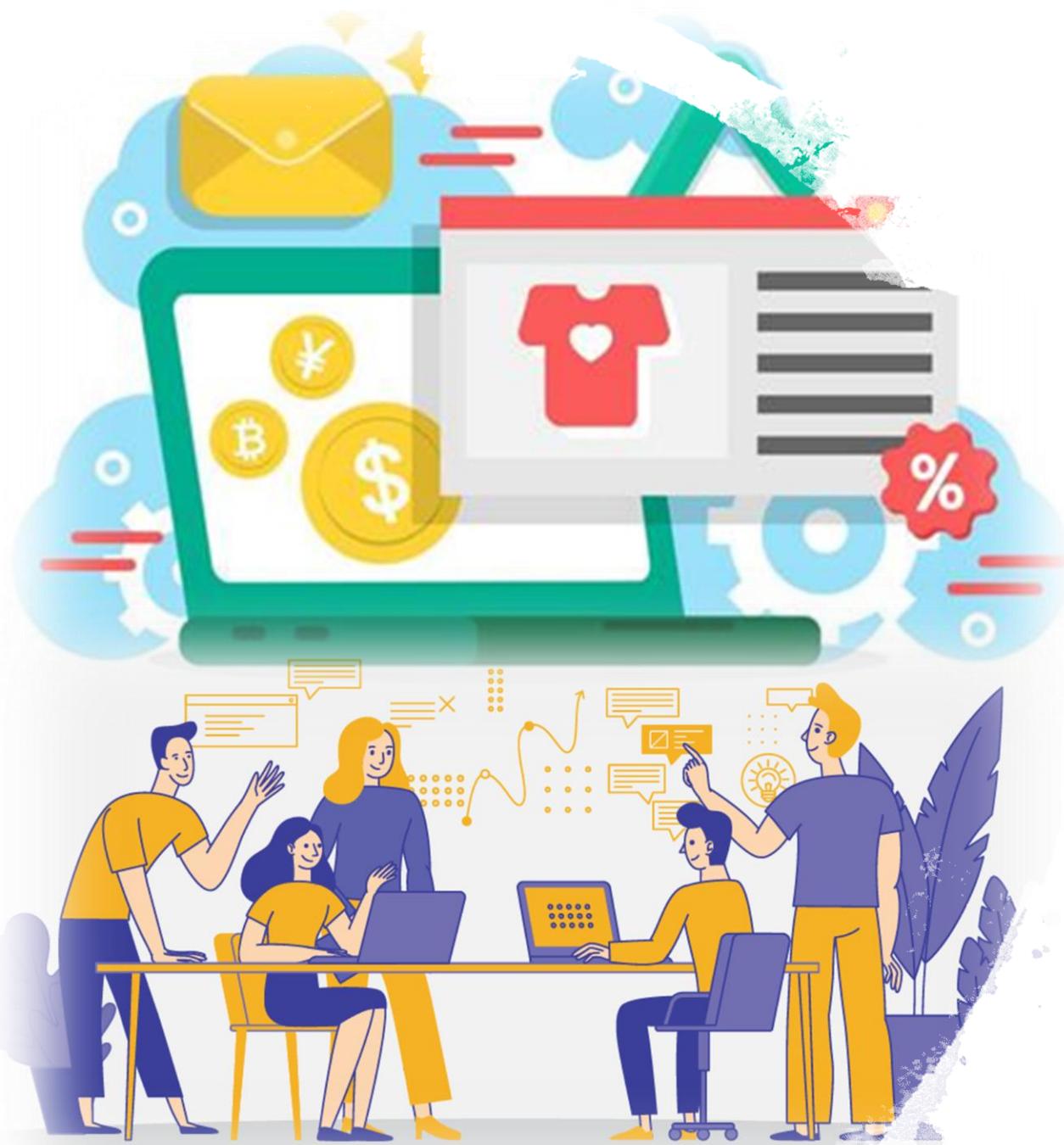
Prof.ª Dr.ª Luana Ferreira dos Santos



Inspiração empreendedora

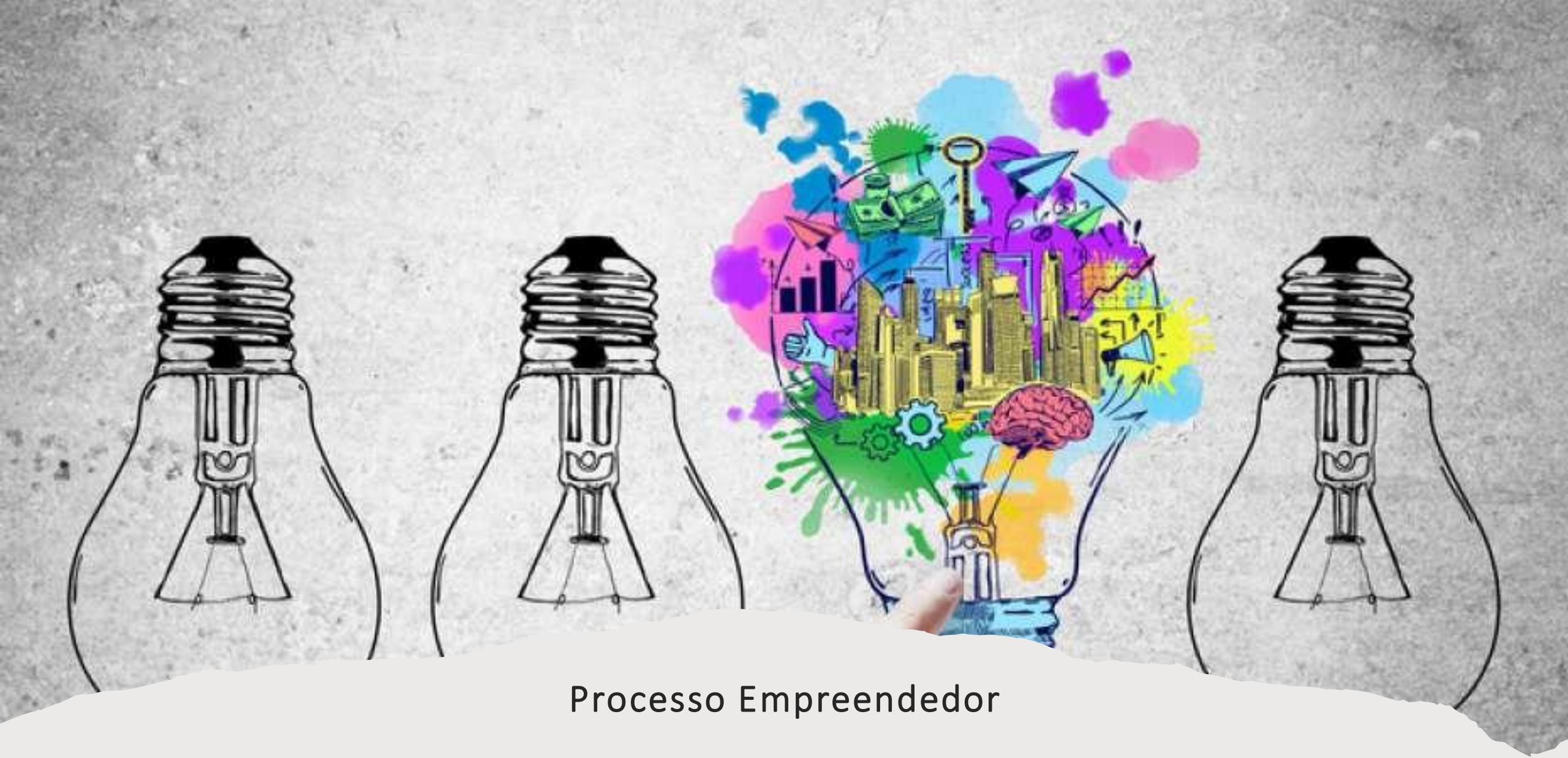
Quem você considera um(a) empreendedor(a) inspirador(a)?

Pesquise sobre a trajetória empreendedora dele(a)
e nos conte na próxima aula!



Escolas de Empreendedorismo

- **Modelo Tradicional:** tudo o que precisa para construir o negócio pode ser descoberto antes de iniciar a implantação.
- ***Lean Startup:*** reconhece que criar um negócio é algo imprevisível até que se comece a ter contato com clientes e entender seu comportamento e necessidades.



Processo Empreendedor

O processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas formulam uma ideia de alguma coisa nova ou reconhecem uma oportunidade que surgiu em decorrência de fatores econômicos, tecnológicos e sociais.

Modelo Tradicional

O processo empreendedor

Identificar e avaliar a oportunidade

criação e abrangência da oportunidade
valores percebidos e reais da oportunidade
riscos e retornos da oportunidade
oportunidade versus habilidades e metas pessoais
situação dos competidores

Desenvolver o Plano de Negócios

1. Sumário Executivo
2. O Conceito do Negócio
3. Equipe de Gestão
4. Mercado e Competidores
5. Marketing e Vendas
6. Estrutura e Operação
7. Análise Estratégica
8. Plano Financeiro
- Anexos

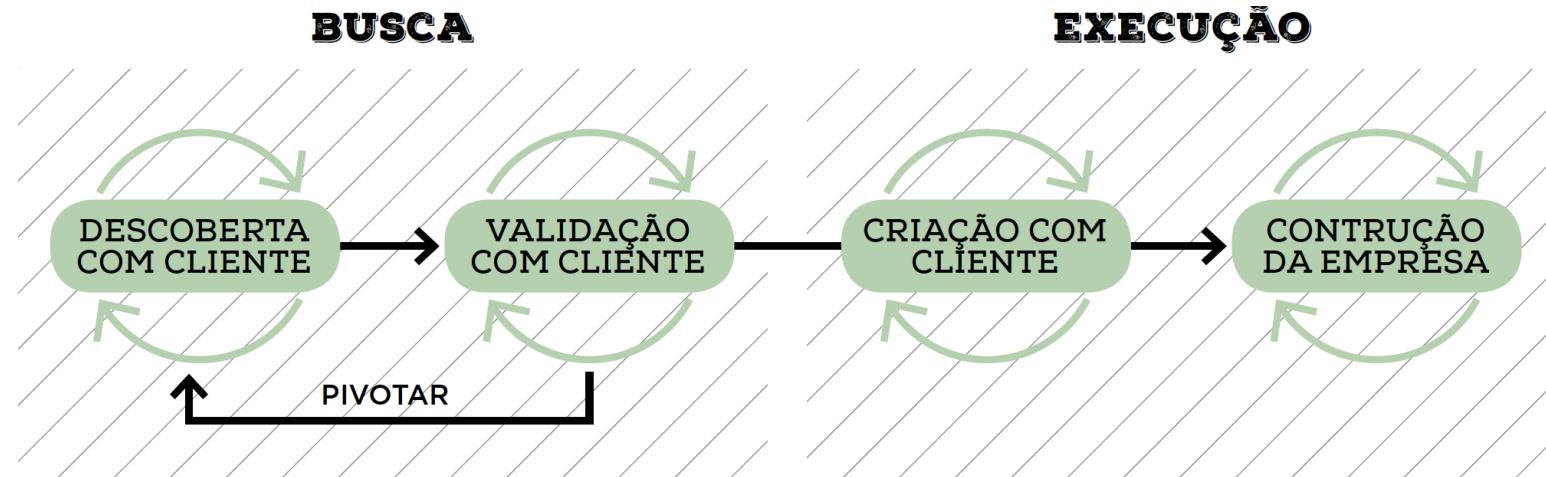
Determinar e Captar os recursos necessários

recursos pessoais
recursos de amigos e parentes
angels
capitalistas de risco
bancos
governo
incubadoras

Gerenciar o negócio

estilo de gestão
fatores críticos de sucesso
identificar problemas atuais e potenciais
implementar um sistema de controle
profissionalizar a gestão
entrar em novos mercados

Modelo *Lean Startup*



1.

O empreendedor converte suas ideias em hipóteses a partir do modelo de negócio e cria um “produto minimamente viável” para testar a proposta de valor da sua solução com os clientes.

2.

O empreendedor testa outras hipóteses e valida o interesse do cliente por meio de pedidos iniciais ou do uso do produto. Se não há interesse, uma possibilidade é pivotar.

3.

O produto ou serviço é aperfeiçoado o suficiente para ser vendido. Usando o que aprendeu, defina estratégias de marketing para estimular a demanda.

4.

Acontece a transição e o negócio deixa apenas de desenvolver o cliente para buscar respondentes. O empreendedor passa a implantar seu modelo de negócio.

Design Thinking

É uma abordagem interativa de descoberta de problemas, ideação e experimentação, **centrada no usuário**, que emprega várias técnicas de *design* para obter *insights* e gerar soluções inovadoras.



Processo do Design Thinking

- É uma abordagem centrada no ser humano para a resolução de problemas.
- Ajuda-nos a ter uma compreensão profunda das necessidades e desejos dos clientes.
- Incentiva a consideração criativa de uma ampla gama de soluções inovadoras.
- É tanto uma mentalidade quanto um processo.



Tradicional

Planejamento impecável

Evitar a falha

Análise rigorosa

Pesquisa de cliente

Periódica

Pensando



Design Thinking

Foco no processo e nos erros

Falhe rápido

Testes rigorosos

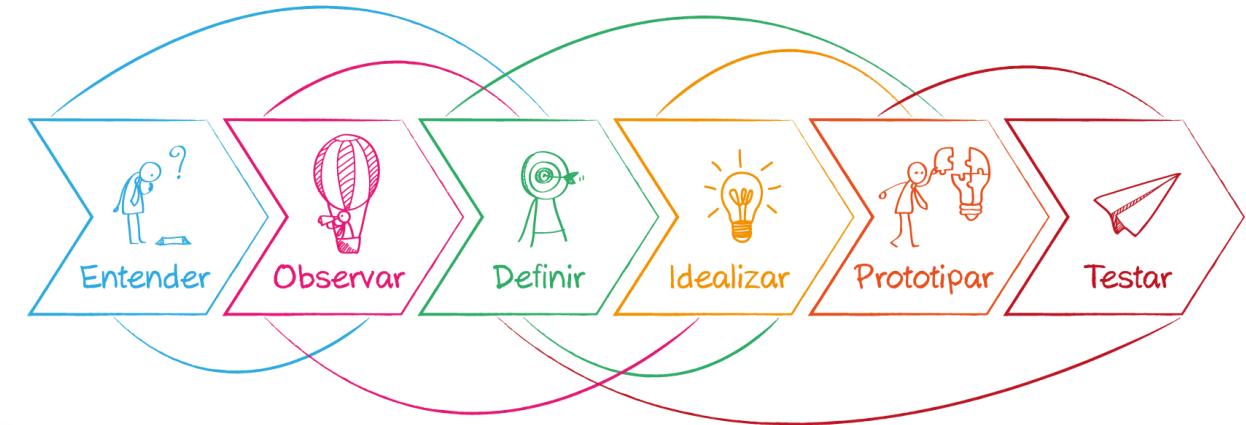
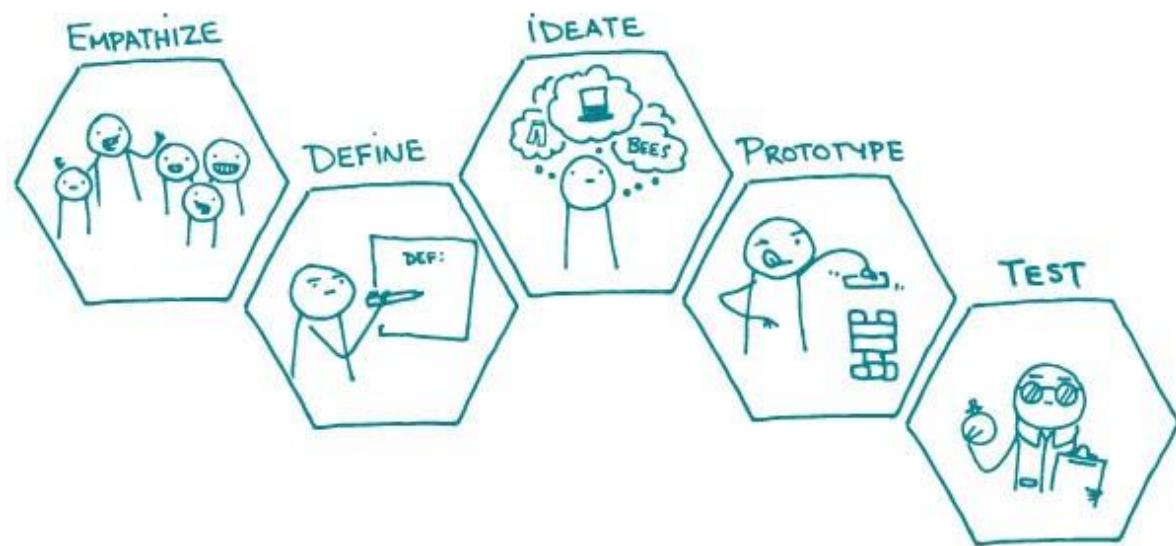
Imersão profunda do cliente

Contínuo

Fazendo



DESIGN THINKING!



O processo/método

EMPATIZAR



Compreender clientes/usuários

- Quando você sente o que a outra pessoa está sentindo e pode espelhar sua expressão, suas opiniões e seus anseios.

Por quê?

- Para descobrir necessidades implícitas e explícitas, para que você possa atendê-las por meio de suas soluções.

DEFINIR

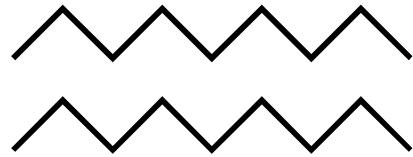


Definir objetivos claros

- Definir o problema usando uma estrutura única e concisa fundamentada nas necessidades do usuários e nos *insights* gerados.

Por quê?

- Expor novas oportunidades, olhando as coisas de maneira diferente, orientando esforços para a inovação.



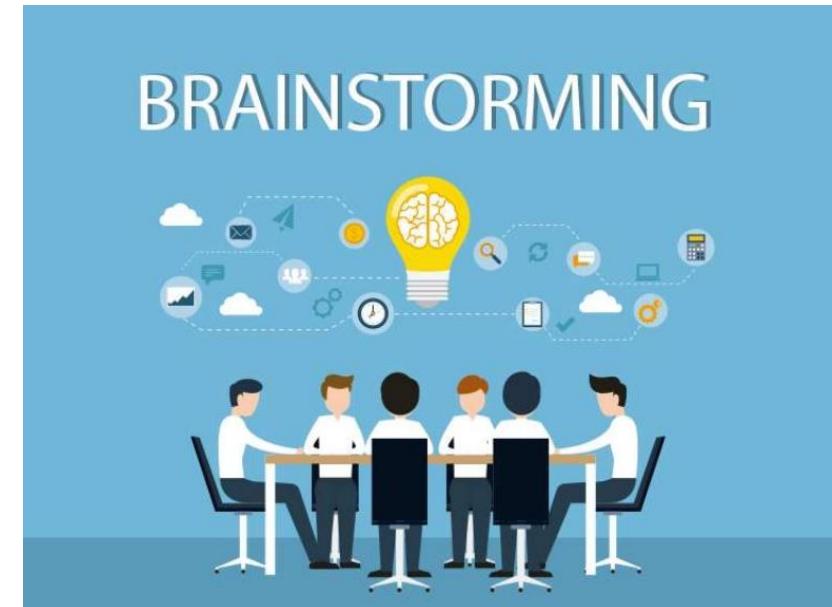
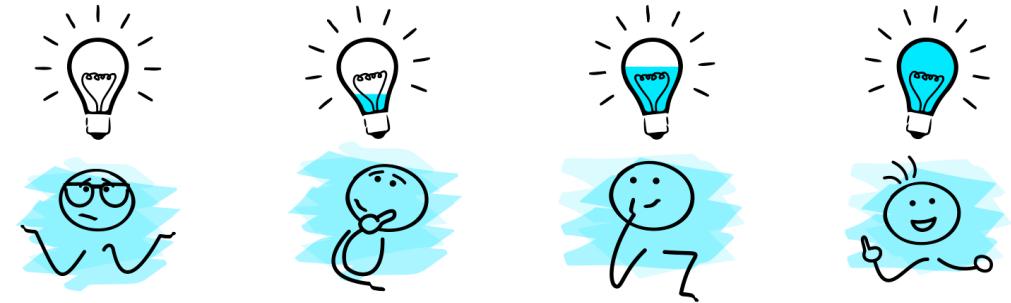
I D E A R

Explorar ideias e soluções

- Gerar o máximo de soluções possíveis para o problema.

Por quê?

- Gerar o máximo potencial de inovação num curto período de tempo, incorporando diferentes perspectivas.



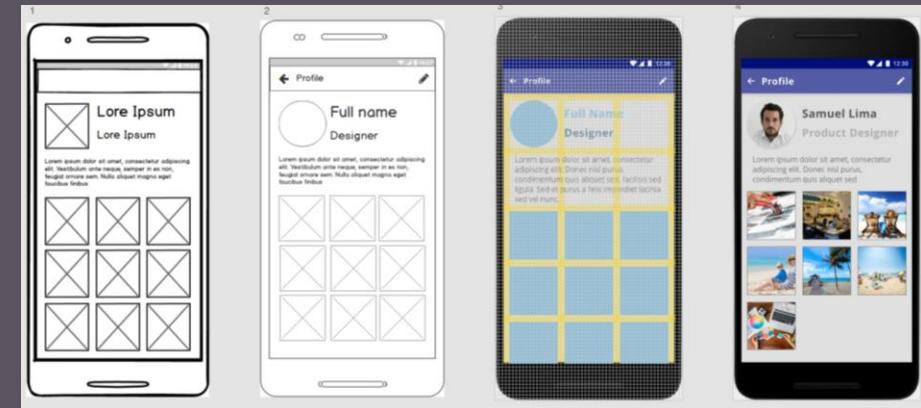
PROTOTIPAR

Construir e visualizar ideias e soluções

- Incorporar de forma concreta o conceito da solução, operacionalizando e possibilitando maneiras de testá-la, aproximando-a da versão final.

Por quê?

- Testar, explorar, ganhar empatia e inspirar.

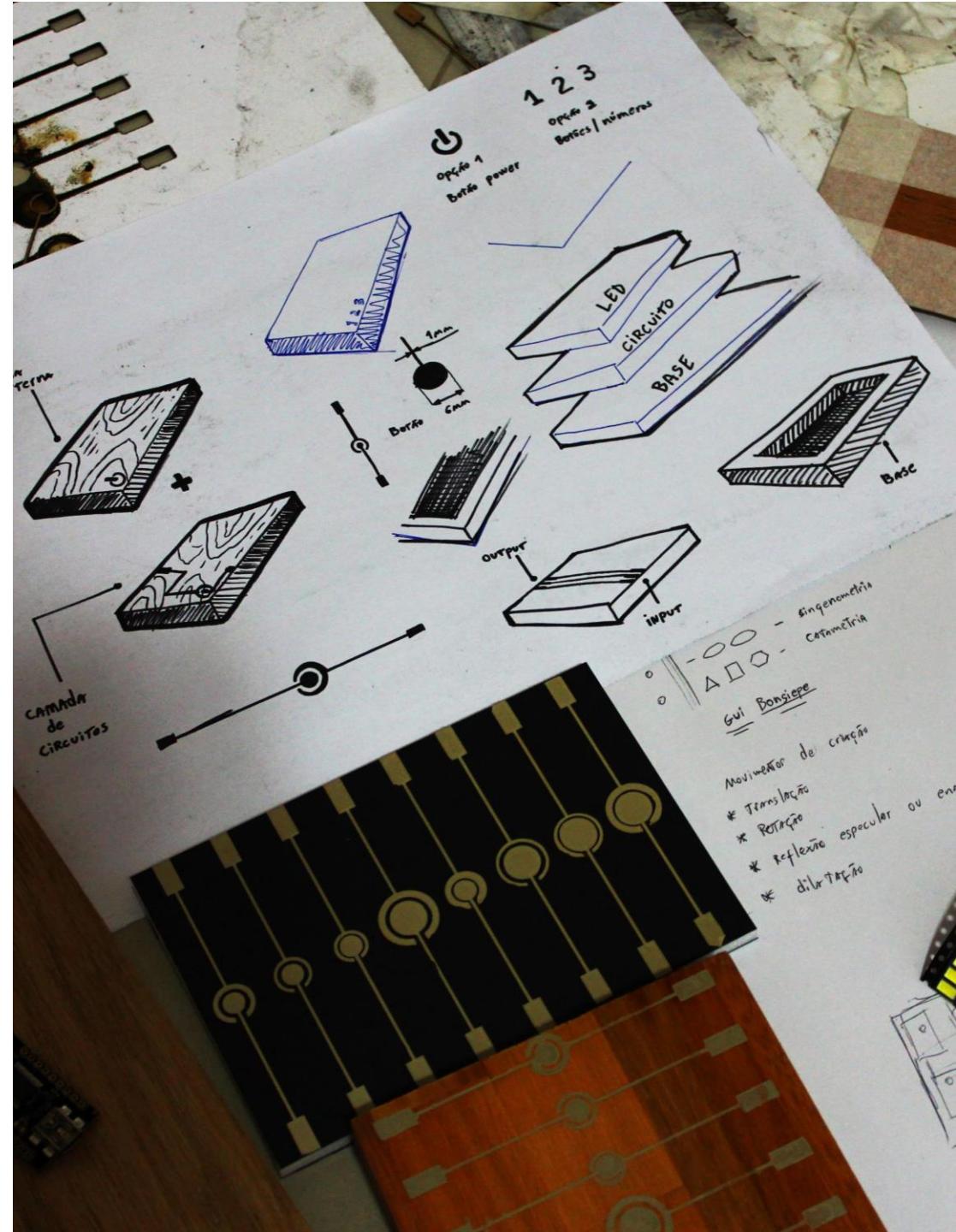


PROTOTIPAGEM



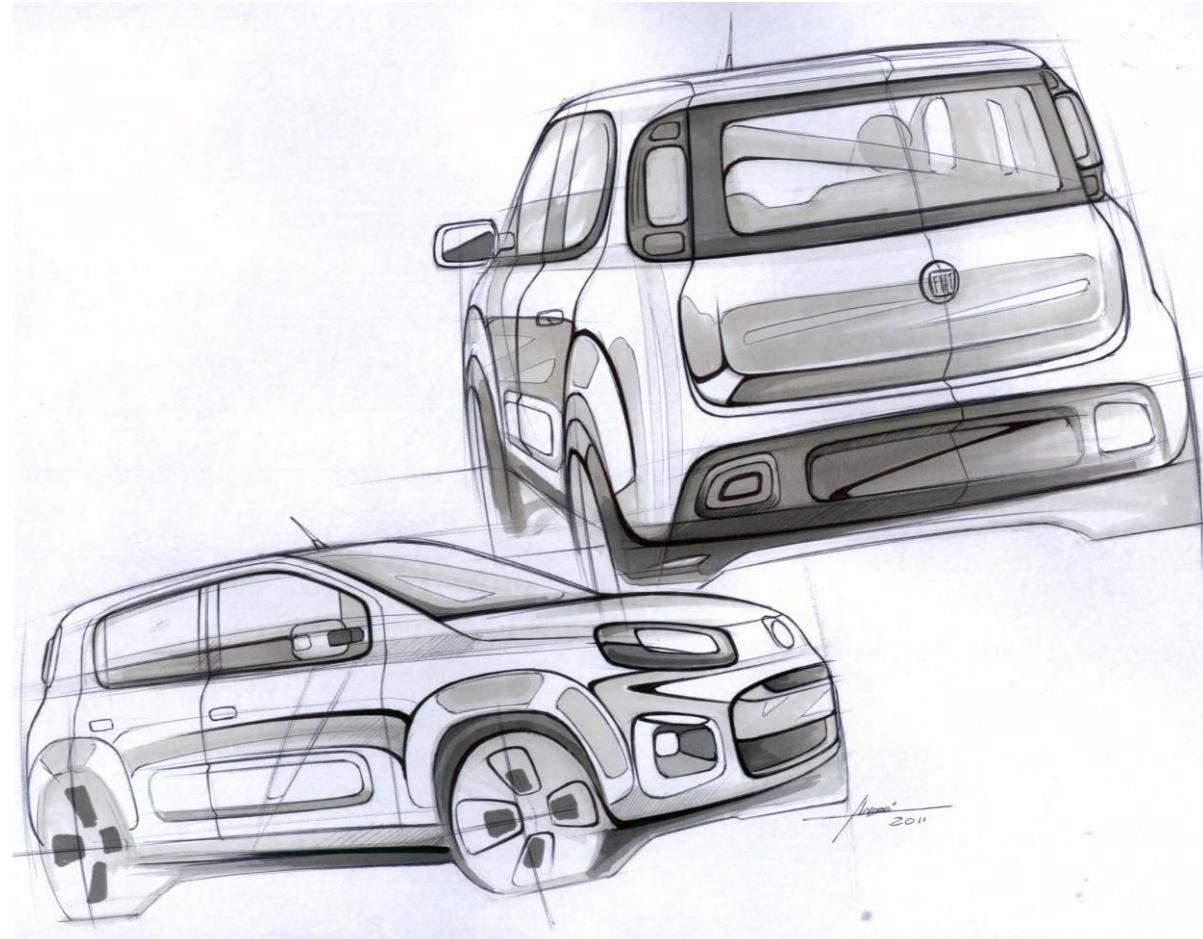
Prototipagem

- Torna a ideia “tangível”.
- Representa a realidade, mesmo que de forma simplificada.
- Proporciona validações.
- Auxiliam na identificação de uma solução final mais assertiva.
- Pode ser: uma representação conceitual ou análoga da solução (baixa fidelidade), passando por aspectos da ideia, até a construção de algo o mais próximo possível da solução final (alta fidelidade).
- Possibilidade de se errar quantas vezes for necessário e com agilidade antes do produto ou serviço final.



Por que Prototipar?

- Reduz as incertezas do projeto (forma ágil de abandonar alternativas que não são bem recebidas/ auxilia na identificação de uma solução final mais assertiva).
- Inicia-se com a formulação de questões que precisam ser respondidas a respeito das soluções idealizadas.
- Criados modelos que representem o aspecto em aberto e que viabilizem o teste.
- Os resultados são analisados e o ciclo pode se repetir inúmeras vezes até que a equipe de projeto chegue a uma solução final (necessidades do usuário e interessante para o negócio da empresa contratante).



Protótipos permitem

- Selecionar e refinar de forma assertiva as ideias;
- Tangibilizar e avaliar interativamente ideias;
- Validar as soluções junto a uma amostra do público;
- Antecipar eventuais gargalos e problemas, reduzindo riscos e otimizando gastos.



Como prototipar?

- Esquemas em papéis (representações de interfaces gráficas);
- *Storyboards* (desenhos, colagens, fotografias);
- Modelos (representações de um produto);
- Encenações (simulação improvisada de uma situação);
- Protótipo de Serviços (simular a prestação da solução proposta).



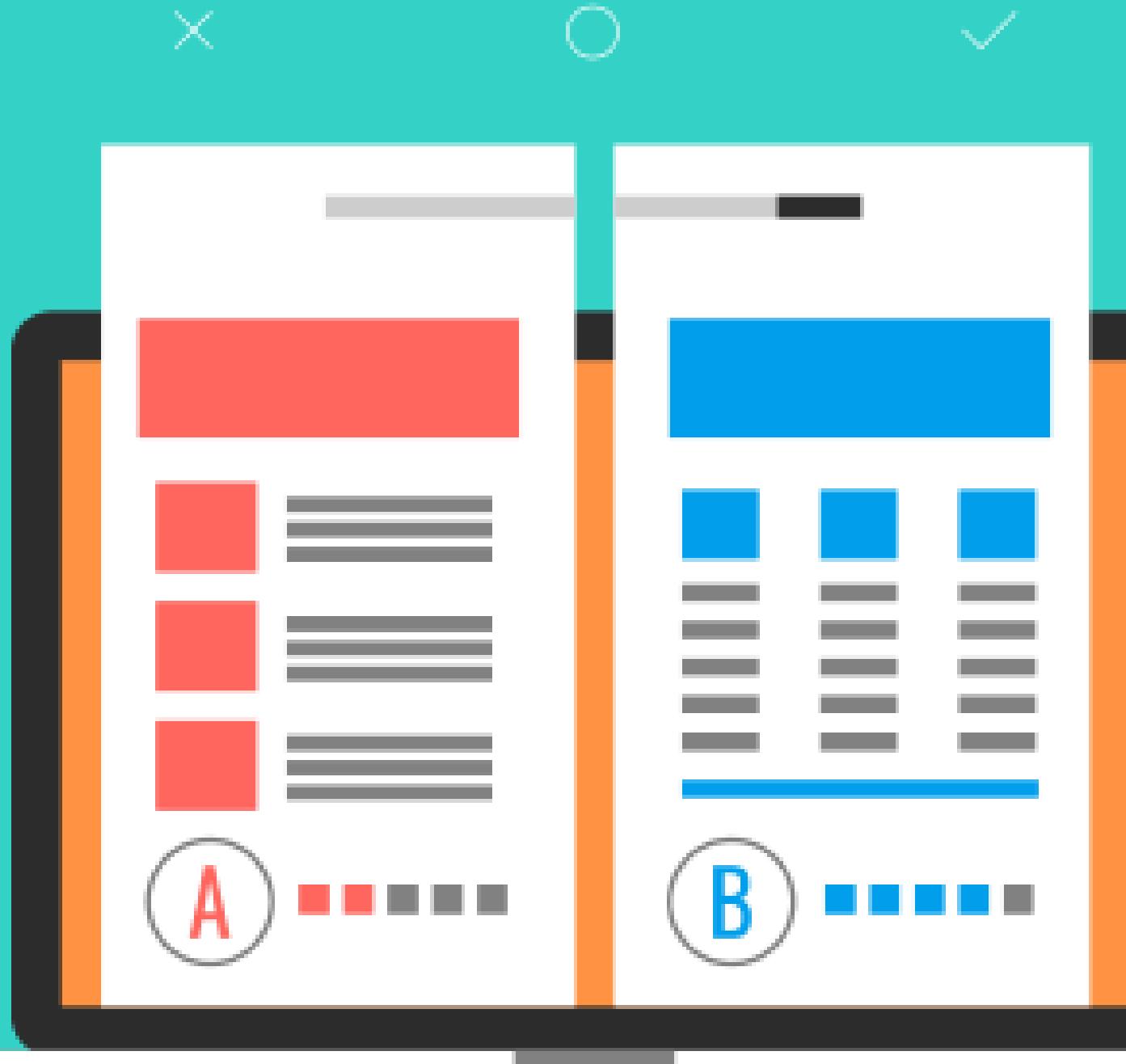
TESTAR

Revisar e decidir

- Testar a solução com os usuários, usando os protótipos

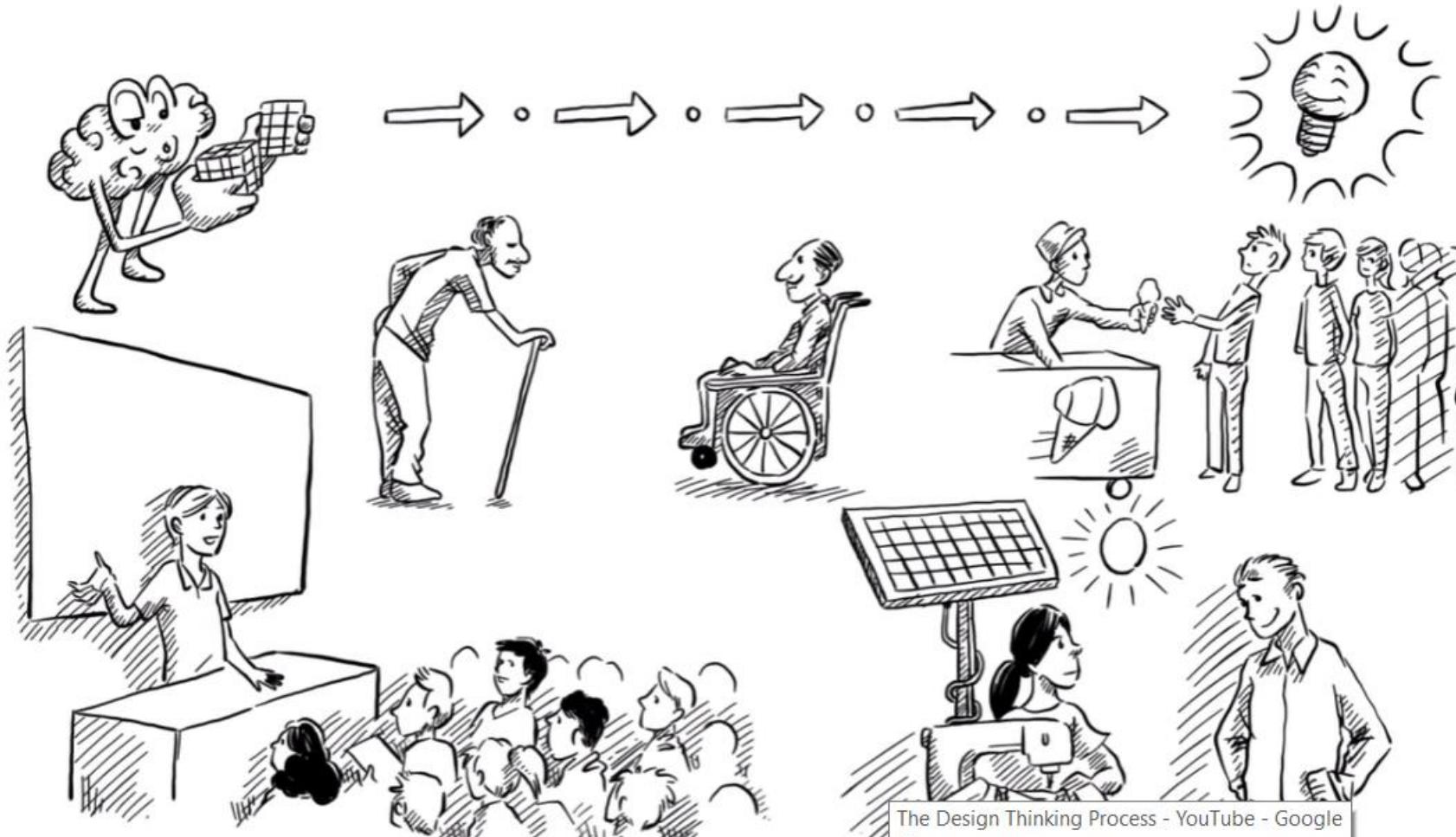
Por quê?

- Para entender como os usuários entendem e utilizam a solução.
- Serve para avaliar a solução.

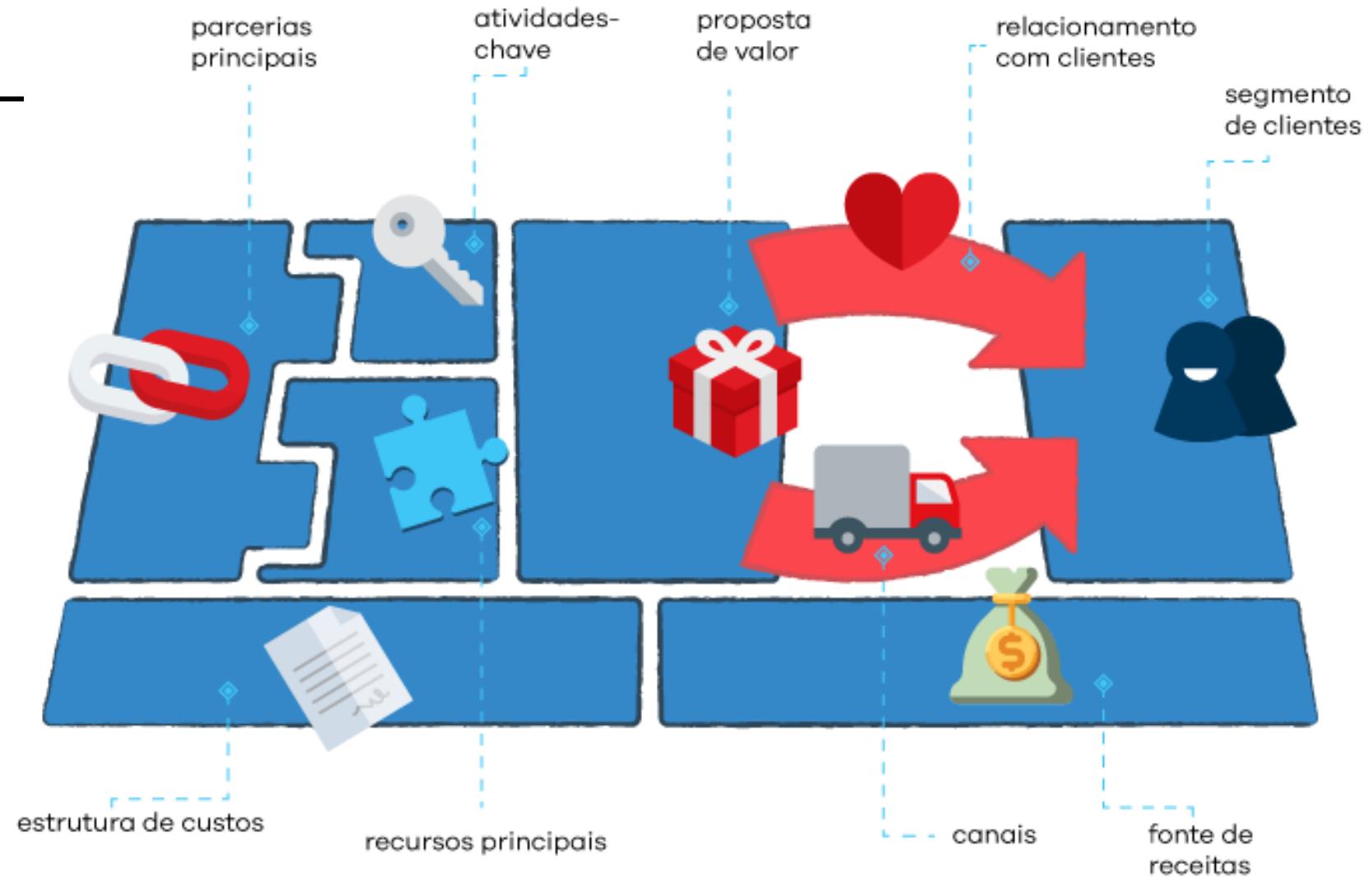


Exemplo: O processo do *Design Thinking*

https://www.youtube.com/watch?v= r0VX-aU_T8



CANVAS





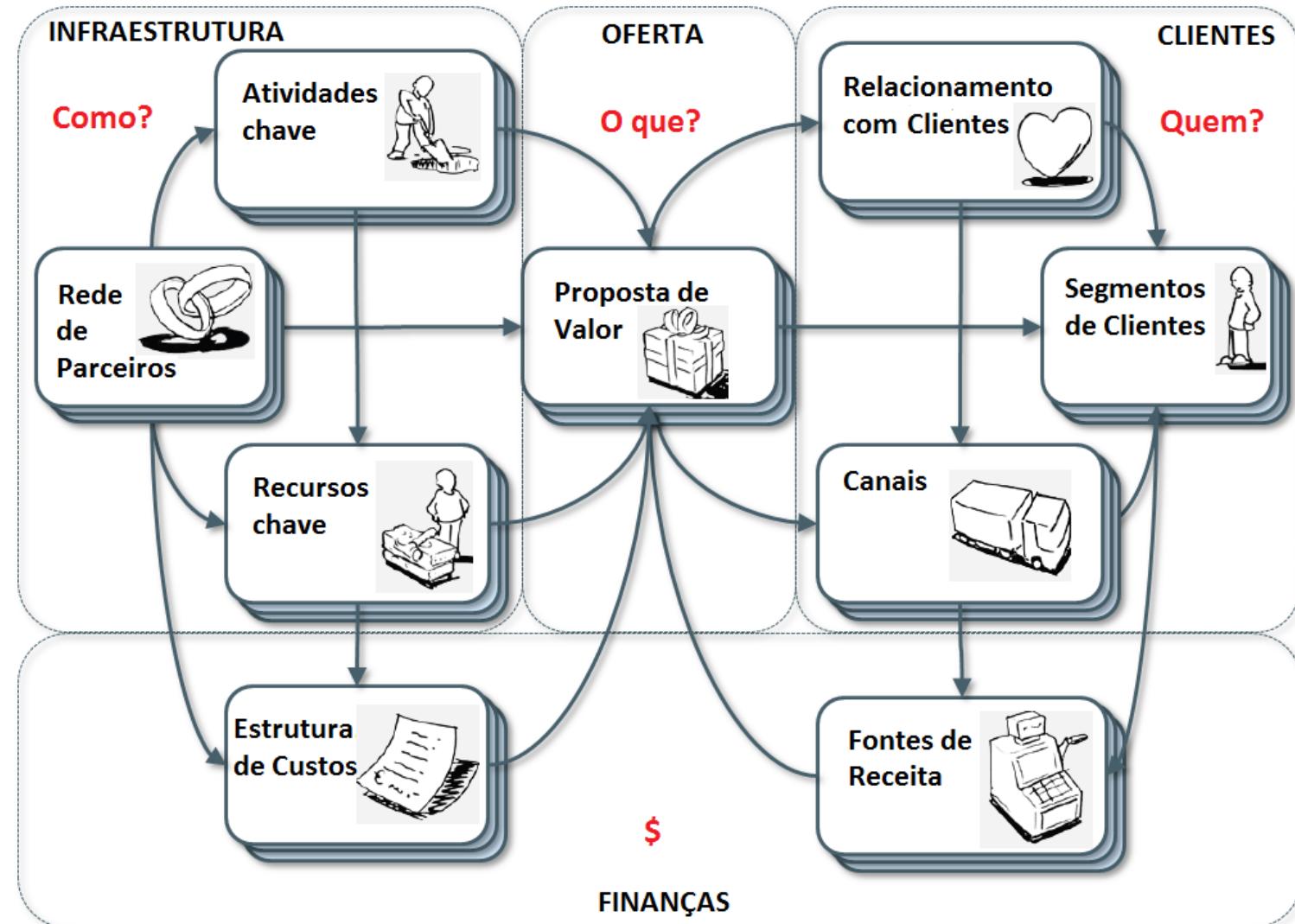
Características

- Pensamento visual
- Visão sistêmica
- Co criação
- Simplicidade
- Flexibilidade
- Superficial



Business Model Canvas

- Proposta: reunir/integrar os nove 'blocos' necessários para descrever um Modelo de Negócio.



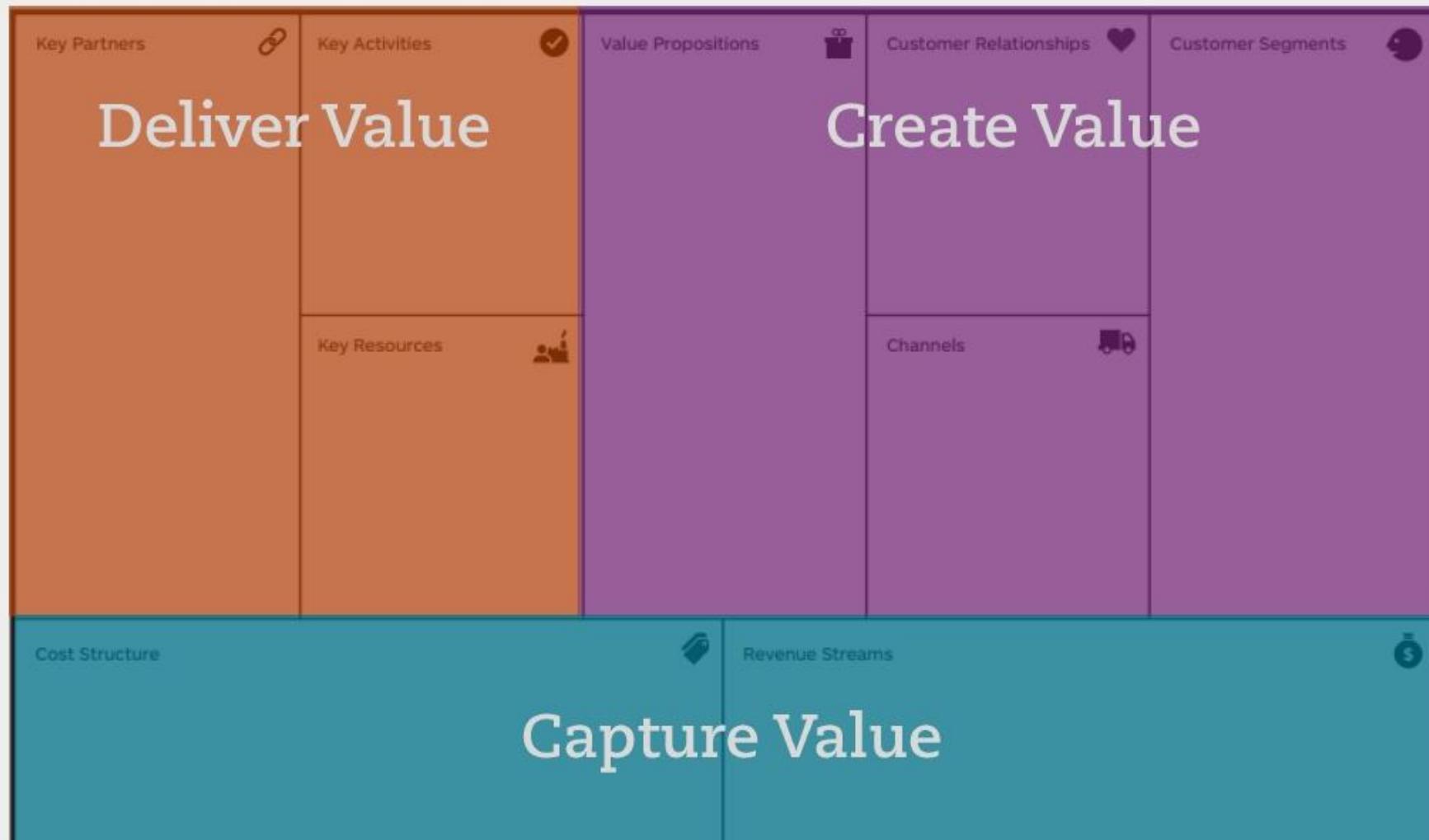
The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94107, USA.

DESIGNED by: Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

MEU MODELO DE NEGÓCIO

Negócio: _____

Criado por: _____

Data: _____

Como?	O que?	Para quem?
 Parcerias Principais Rede de Fornecedores e parceiros que ajudam a sua empresa a funcionar	 Atividades Principais Ações importantes que sua empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar	 Proposta de Valor Qual seu pacote de produtos e serviços e o valor que ele possui para os clientes
 Recursos Principais Recursos mais importantes exigidos para fazer o Modelo de Negócios funcionar		 Relacionamento com Clientes Tipos de relação que uma empresa estabelece com Clientes para conquistá-los e mantê-los
 Estrutura de Custos Todos os custos envolvidos na operação do seu Modelo de Negócios		 Canais Como sua empresa se comunica e alcança seus Clientes para entregar sua Proposta de Valor
 Quanto?		 Receitas Dinheiro que a empresa gera. Quanto e como você vai receber dos clientes

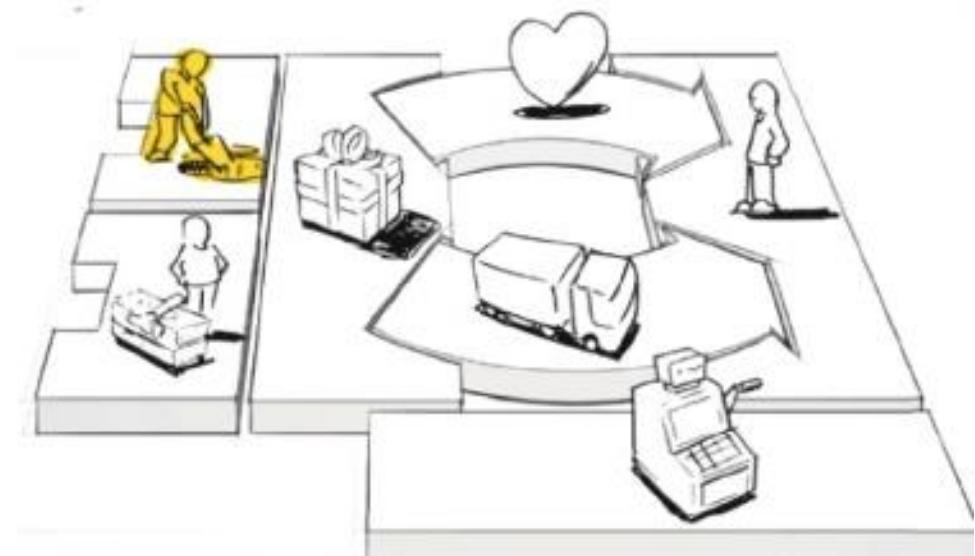
Como?

Atividades Principais

- Os processos da organização são executados para produzir e entregar os documentos descritos anteriormente.
- Estabelecem os fluxos de atividades que garantem a entrega de valor para o cliente.
- Incluem produção, resolução de problemas, plataformas e redes.

O que a empresa faz para realizar a proposta de valor?

- *Core business*
- Tipos de atividades
- Produção
- Marketing
- Resolução de problemas



Como?

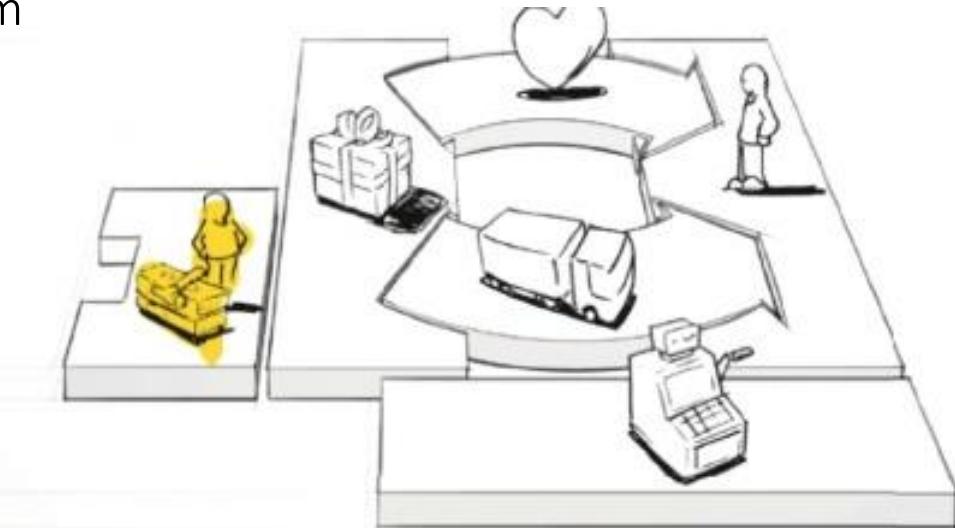
Recursos Principais

- Os recursos principais são os ativos da organização que produzem e entregam os elementos descritos anteriormente.
- Incluem recursos principais para que a empresa consiga seu objetivo.
- Variam muito de acordo com a natureza do negócio.

O que preciso fazer para o meu negócio funcionar?

Tipos de recursos:

- Físicos
- Humanos
- Financeiros
- Tecnológicos



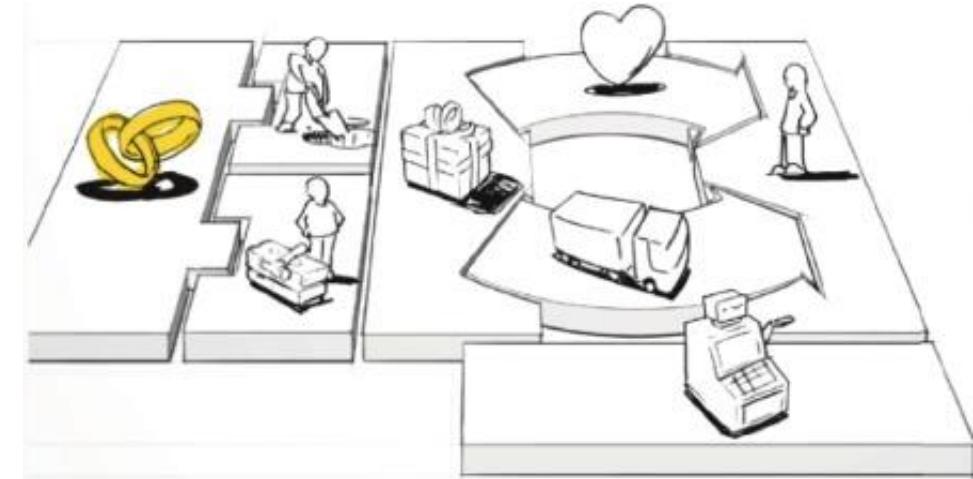
Como?

Parcerias Principais

- Para terceirizar as atividades e obter outros recursos principais.
- Buscam otimizar os volumes de produção (escala), reduzir riscos e incertezas, adquirir recursos e atividades.
- Formatos incluem alianças estratégicas, cooperação, relacionamentos fornecedor-cliente.

Quem são os aliados para apoiar a realização da proposta de valor?

- Fornecedores
- Terceirizados
- Contadores
- Consultores...

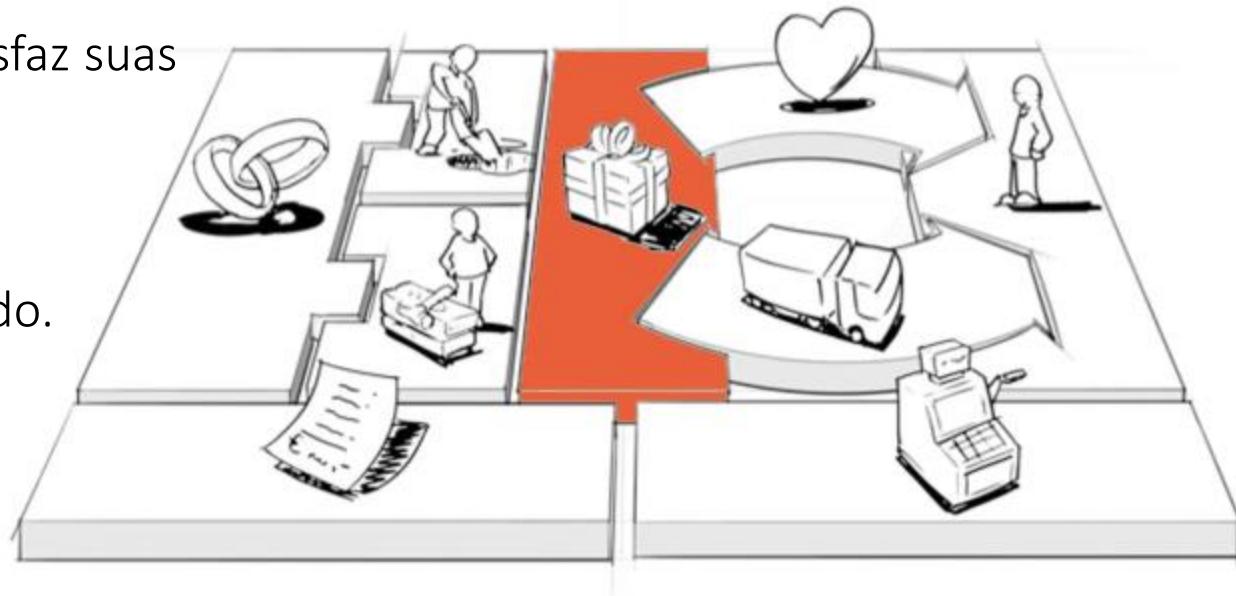


O que?

Proposta de Valor

- A organização resolve os problemas dos clientes e satisfaz suas necessidades de acordo com suas propostas de valor.
- Resolvem o problema dos cliente.
- Satisfazem suas necessidade.
- Incluem um conjunto de produtos e serviços combinado.
- Podem ser inovações radicais, ou incrementais.

O que se está oferecendo?



- Utilizar o ponto de vista dos clientes!
- Geração de valor.
- Valor: razão pela qual as pessoas adquirem seus produtos.
- Por que comprarão de vocês e não de seus concorrentes?

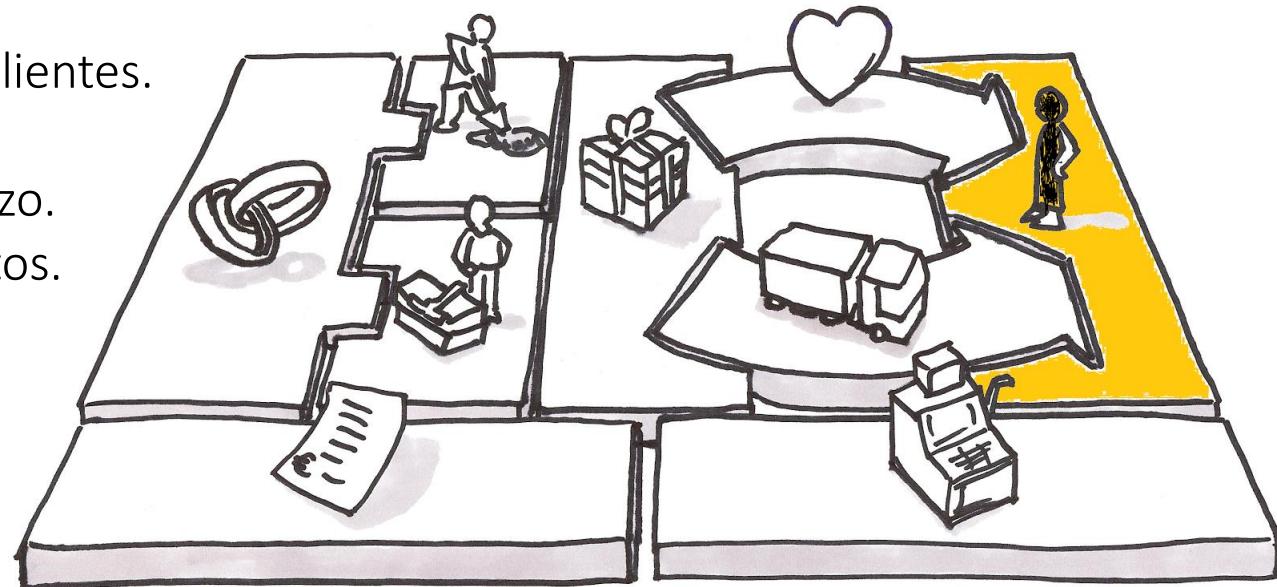
Para quem?

Segmentos de Clientes

- Uma organização serve a um ou a diversos tipos de clientes.
- Clientes são a razão de existência das organizações.
- Bons clientes garantem a sobrevivência no longo prazo.
- Segmentação de clientes de acordo com seus atributos.
- Priorização dos segmentos mais importantes.

Tipos de segmentação:

- Perfil demográfico (renda, idade...)
- Comportamental
- Geográfica...

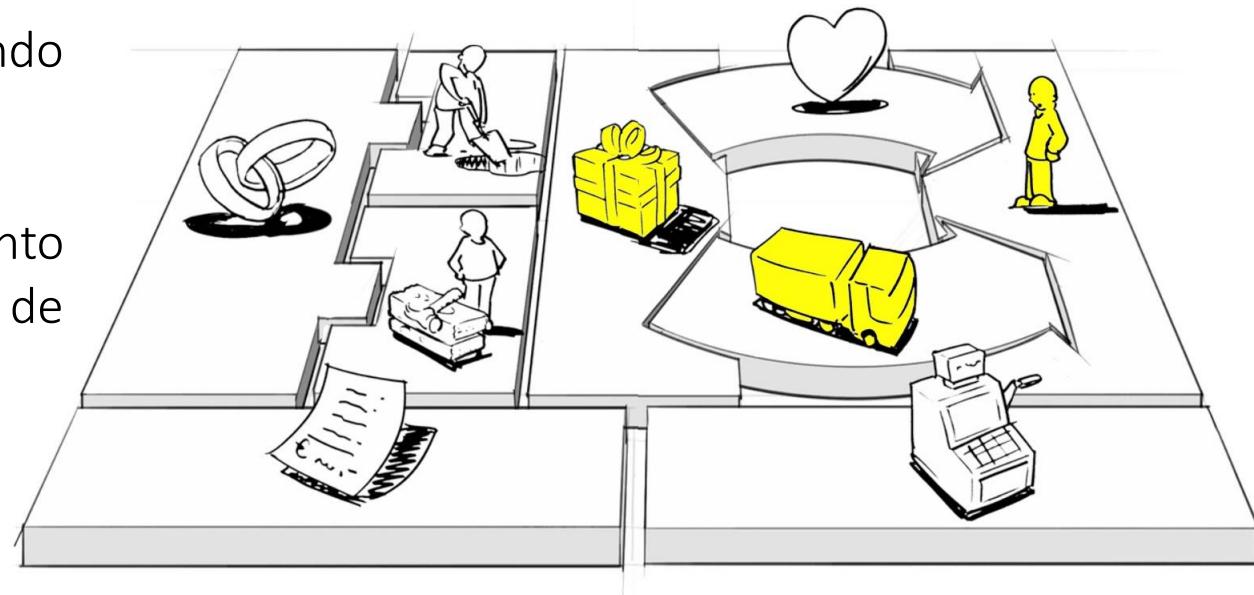


Para quem?

Canais de Acesso

- As propostas de valor são entregues aos clientes usando canais de comunicação, distribuição e vendas.
- Como a organização se comunica e atinge o segmento de cliente específico, de forma a entregar a proposta de valor acordada.

Como o produto chegará ao cliente?



- Distribuidores
- Lojas próprias
- *Delivery*
- Equipes de venda
- *App store*

Para quem?

Relacionamentos

- Relacionamentos são estabelecidos e mantidos com cada segmento de clientes.
- Definir qual a estratégia mais adequada para adquirir, reter e expandir as vendas com os clientes.

Como conquistar e manter uma boa relação com os clientes?

- Vendedores; telefone; e-mail
- Aplicativos
- Comunidades online
- Cocriação
- Assistência pessoal dedicada



Quanto Gastar?

Estrutura de Custos

- Os elementos do modelo de negócios resultam numa estrutura de custos.
- Direcionadores de custos, direcionadores de valor, custos fixos, custos variáveis, economia de escala, economia de escopo.

Quais os custos para operacionalizar o negócio?

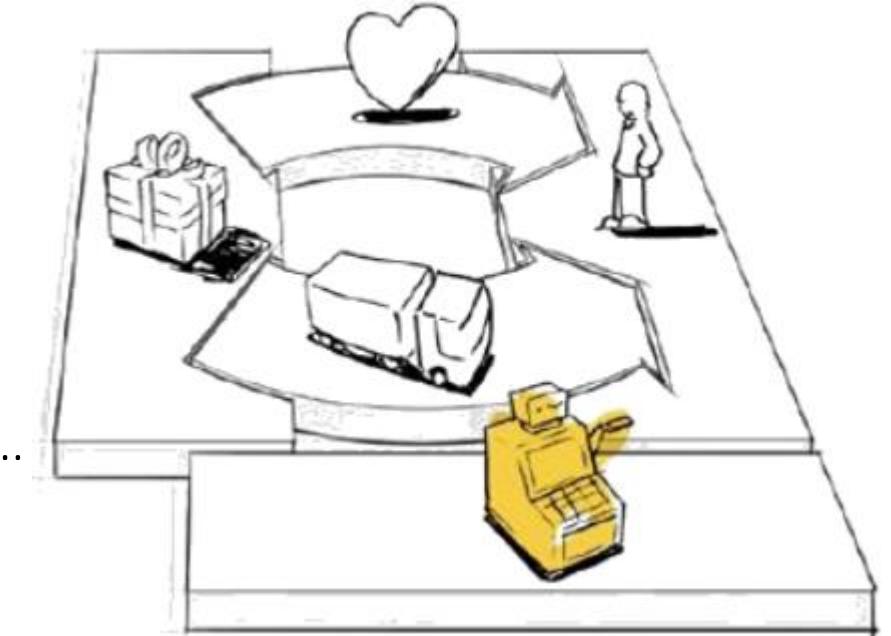
- Manter o foco no que é imprescindível!
- Integração com os demais quadros.
- Exemplos:
- Salários
- Infraestrutura
- Anúncios...

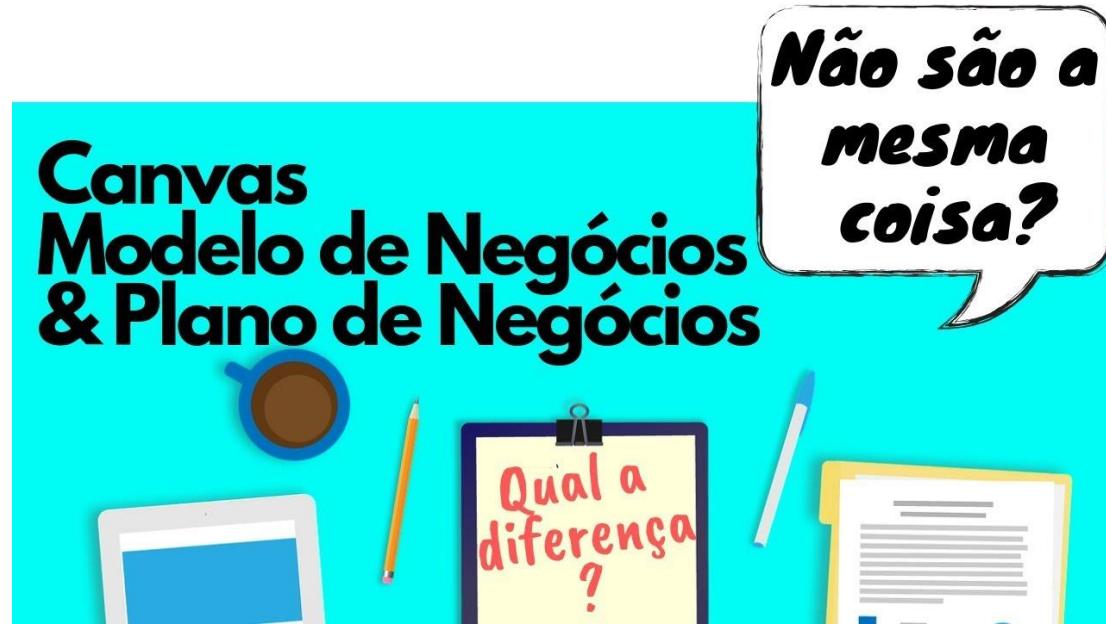


Quanto Gastar?

Receitas

- Modelos de receitas são resultado da entrega efetiva das propostas de valor para os clientes.
- Estabelece como serão os relacionamentos comerciais com os clientes.
- Ex.: venda de bem, taxa por uso, assinatura, aluguel, licenciamento...
- Qual o valor cobrado de cada cliente?
- Preço cobrado deve ter relação muito forte com a proposta de valor
- Os clientes estão dispostos a pagar isso?





Canvas	Plano de Negócios
É mais rápido	Mais demorado e requer dedicação e pesquisa.
É mais visual e permite uma visão holística do negócio.	Ajuda na análise da viabilidade e cria indicadores de gestão para acompanhar o crescimento da empresa
É mais fácil de fazer	Mais detalhado, mostra os custos, o investimento, a estratégia, de marketing e vendas, bem como a projeção de receita e lucro.
É mais exploratório e atende a estágios mais iniciais	Entender em profundidade o Modelo de Negócio.
Mais interativo – permite co-criação	Ferramenta testada e consagrada entre acadêmicos, investidores e empreendedores. Geralmente elaborado individualmente – 30 a 40 pgs.

Plano de Negócios x Canvas

- Radicais: Canvas substitui o Plano de Negócios.
- Ambos são importantes e úteis em situações diferentes.
- Fase inicial: CANVAS pode ser mais adequado para testar ideias antes de colocá-las em prática.
- Fases posteriores: pode ser utilizado como base para um plano de negócios, adicionando a parte financeira, mercadológica e jurídica.



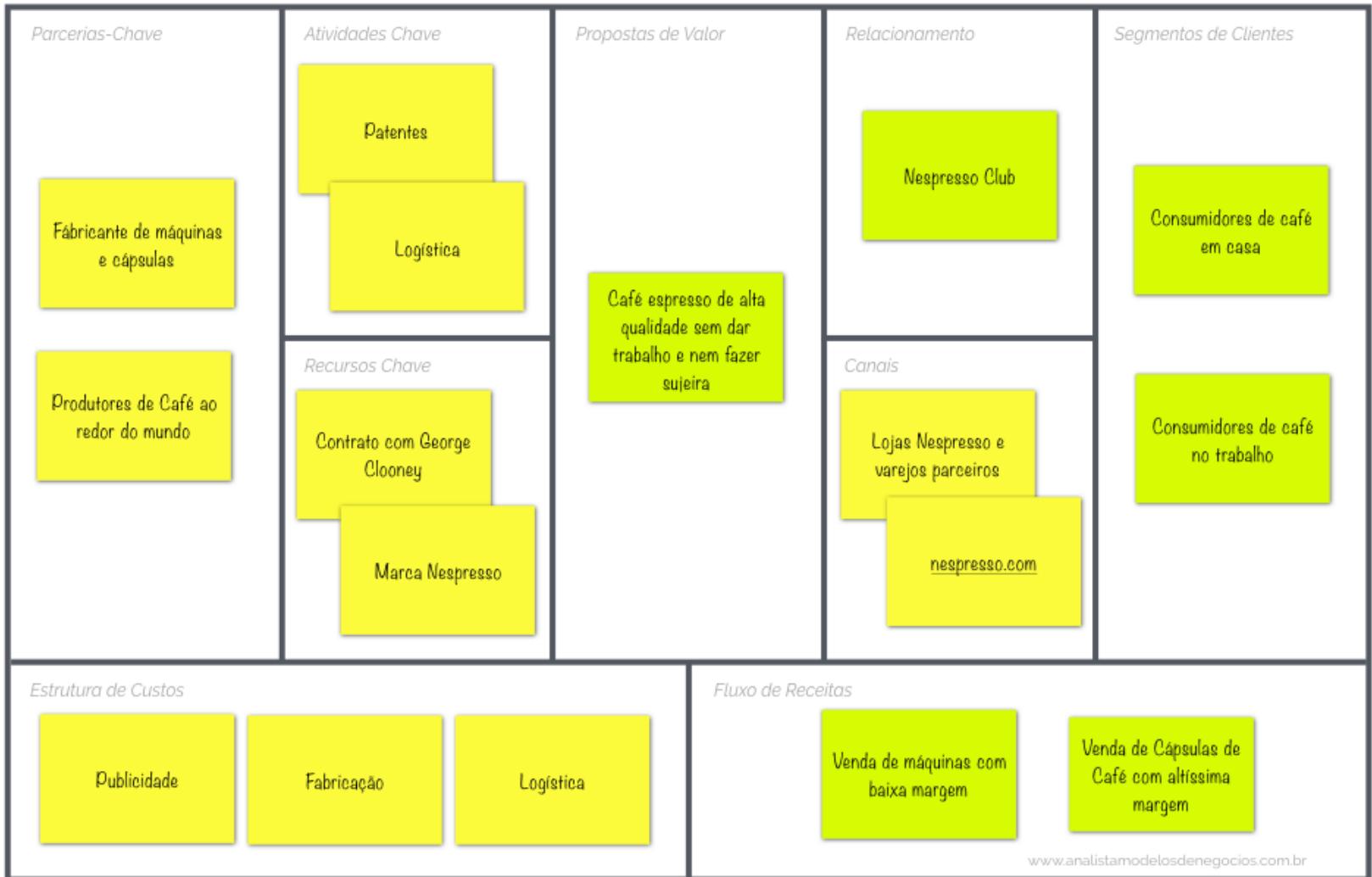
Vídeo: Canvas do Modelo de Negócios

<https://www.youtube.com/watch?v=WUAQBV52bNU>



Nespresso

Nespresso - Modelo Canvas



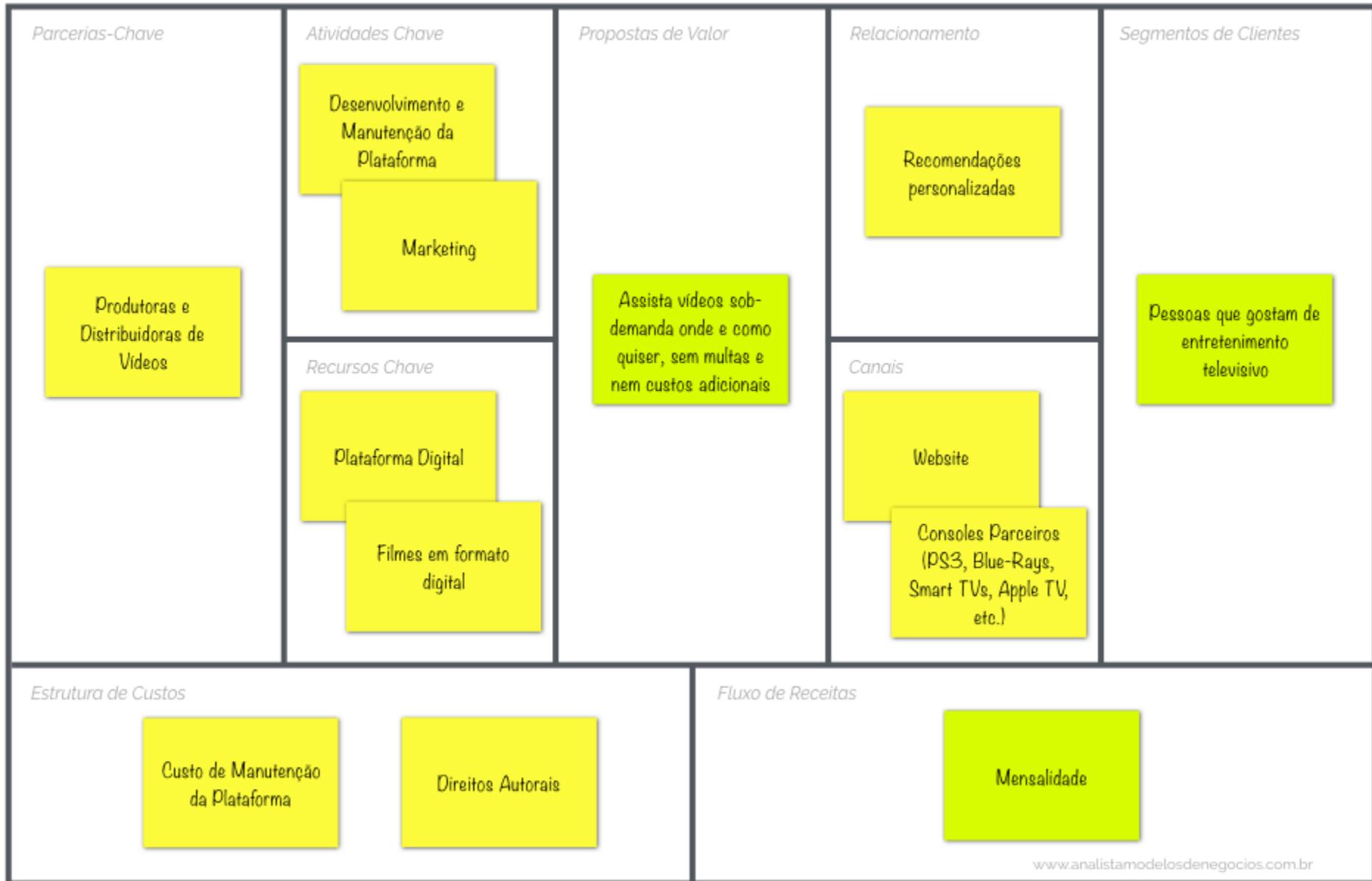
Mercado Livre - Modelo de Negócio

Mercado Livre



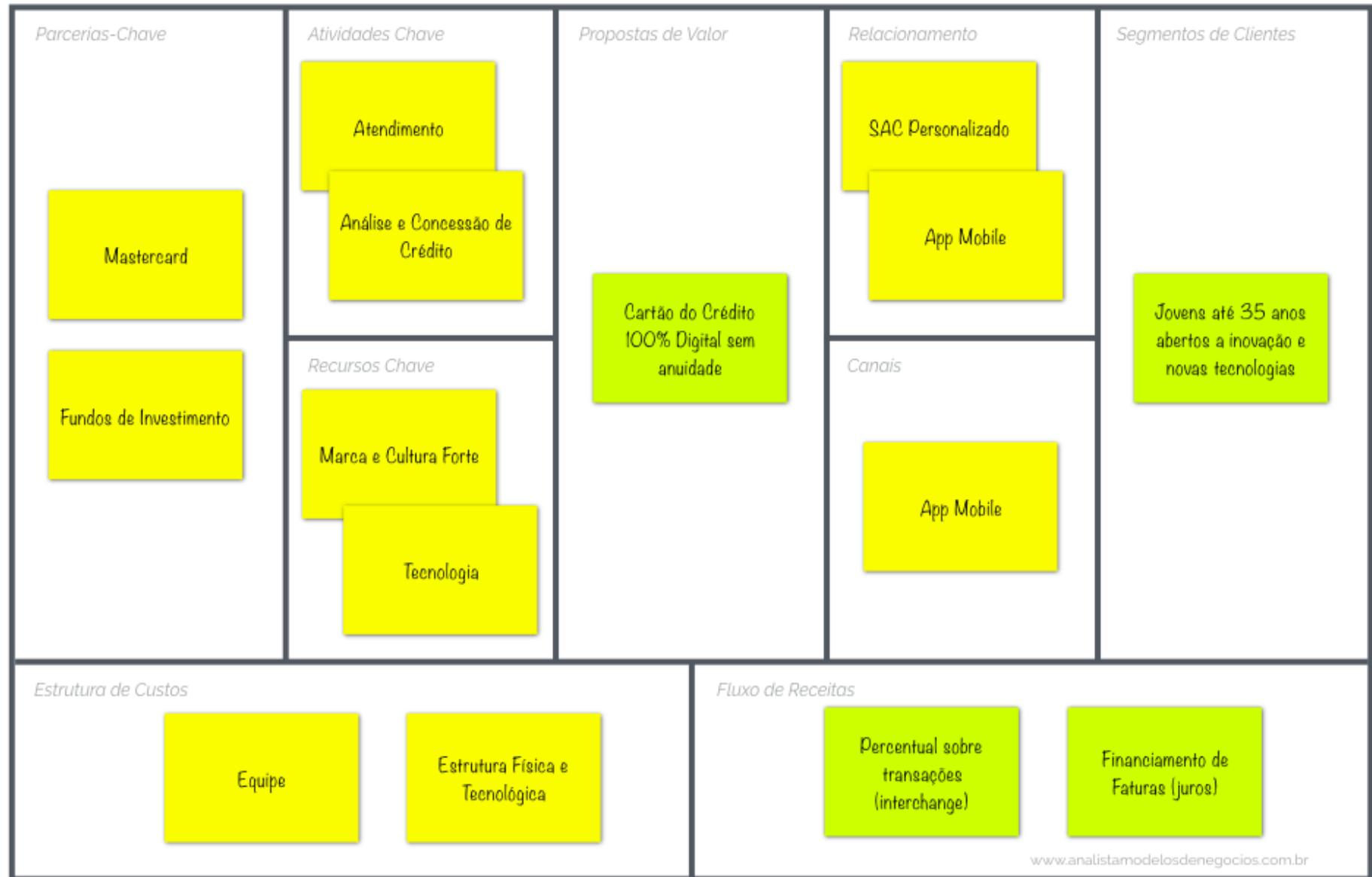
Netflix - Business Model Canvas

Netflix



Nubank - Modelo de Negócios

Nubank



Obrigada!

luana.f.santos@ufv.br



Universidade Federal de Viçosa