Empreendedorismo e Novos Negócios

Que é o empreende dorismo? individuo passar da ideia à açao. Inclui de planeamento e gestão de projetos, de forma a atingix os objetivos Assim, o empreendedorismo é o processo de desenvalver e estabelecer uma ideia de negicio Desalios Atuais · Processo de globalização e internacionalização das empresas (concorrência mais barata, empresas estrangeiras) · Difusão tecnológica · Hudança comportamental dos consumidores Majores níveis de empreendedorismo acompanham major desenvolvimento económico Fatores fundamentais na construção de um ecossistema empreendedor:

· Acesso ao Sinanciamento
· Políticas públicas
· Programas públicos de empreendedorismo
· Ensino de empreendedorismo

· Transferência de inovação

· Infraestruturas comerciais e profissionais · Abertura do mercado

· Infraestruturas Sísicas · Normas culturais

O contexto pessoal, regional e racional influencia muito as atitudes, preferências e comportamentos do empreendedor. Que características distinguem um empreendedor? · Atitude face ao fracasso ou insucesso (audocioso). · Capacidade de reagir a aportunidades (resiliente) · Atividade menos estruturada · Independência, persistência e autoconfiança · Organização em relações humanas - 0 empreendedor nosce -> Assumem riscos excessivos - Necessitam de protagonismo - Trabalham muito - Apenas para ricos - Havidas pela dinheira -> Querem poder e controlo sobre os outros Tipos de empreendedorismo · Empreende dorismo social · Empreende dorismo tecnológico/Inavação · Empreende dorismo de pequena e grande dimensão · Empreendedorismo de esco

Oportunidades e ideias de negócio surge se for possível reunir um conjunto de circunstâncias Savoráveis, na qual um certo produto au Serviço assume elevada probabilidade de Uma ideia pode ou não sex uma oportunidade Uma aportunidade de negócio endereça necessidades de mexcado Exploração de Reconhecimento oportunidades oportunidades procurar ativamente desenvalvimento um produto au serviço por oportunidades de baseado numa perceção negócio reunindo da aportunidade informações sobre empreendedora, adquirindo novas ideias de recursos humanos, produtos ou serviços recursos linanceiros e configurando a organização Uma apportunidade deve verificar 4 qualidades essenciais: · Ser atrativa (mercado rentável) · Ser durável (viável para criar empresa) · Estar disponível no momento e local certos (garantia para a exploração) · Ser suportada num produto ou serviço que adicione valor (induzem a compra) As evoluções, transformações, e tendências no ambiente externo - sociais, políticos, económicas, tecnológicas, demográficas, sejam estas locais, regionais, nacionais ou C mundiais - são espaços a monitorizar para identificar oportunidades.

Criatividade -> processo de geração de algo navo Métodos de geração de novas ideas: -> Brainstormina -> Focus groups (juntar pessoas especialistas jura retirar informaçõe

-> Observação direta importante para a nomo reporta)

-> Envalvimento em multiplas ambientes Ainda que a criatividade permita ao empreendedor gerar novas ideias de negocio, é necessário avaliar antes de avançar. Ferramentas de startup: 1. O Modelo Canvas: para anotar todos as hipóteses sobre um novo negócio Um modelo de negocros descreve como Campos do modelo canvas · Segmentos de clientes 13 Consumidor Sinal la Revendedores (estabelecimentos que vendem a produto as consumidor final) · Relacionamento com clientes 4 Reuniões, email's · Canais - comunicação: site, redes sociais, jornais distribuição: transportadora · Proposta de Valor 6 o que propose melhorar na vida do cliente · Fontes de receita Lo que permite ganhar dinheiro com a produto au serviço (venda, subscrição, ...) · Parcerias principais · Atividades - chave · Recursos principais · Estrutura de Custo

2. Desenvalvimento da cliente: um processo para testar as hipáteses fora do edifício 3. Engenharia Agil: construir rapidamente produtos mínimos viáveis para testar a adequação do produto/mercado Permite avaliar como os clientes-also podem reagir as produto, antes de desperdiçar muito dinheiro a construir algo que os clientes não querem. Esta é uma forma de avaliar que a solução que estamos a construir é aquela que as pessoas que rem Comprar Um piro é uma mudança substantiva de um ou mais componentes do modelo canvas ■ Modelos de Negácios la Baseiam-se em padrãos para fortalecer os negícios gerais de uma organização modelo -> Modelo de Negócios de Cauda loma · Funciona vendendo uma ampla variedade de produtos de nicho, que individualmente vendem muito pouro, mas que no total geram alto volume · Os produtos deste tipo de modelo permanecem no mercado durante muito tempo com baixos custos de distribuição e produção · Esta economia é facilitada através da interne onde tanto os clientes como as empresas podem se encontrar Enecessatio diminuir custos de stock e criar um plataforma que torre o contecdo disponíve Exemplo: Amazon, lulu

-> Mexcados multilaterais (ou plataformas) · Plataforms que fornecem bens ou serviços para 2 grupos diferentes de clientes e que intermediam as transações entre esses grupos · A chave é que a plataforma atrasa e atenda, todos os grupos simultaneamente para crior volon · O sucesso do google, microsoft, Visa é devido às vantagens proporcionadas pelas plataformas Exemplo do Google lornecer publicidade extremamente direcionada abbalmente na Web. O serviço é atraente para os anunciantes porque hes permite personalizar campanhas para pesquisas específicas

O modelo funciona se muitas pessoas usarem

a meranismo de busca do google pois pode exibir

mais anúncios e maior será o valor para os anunciantes -> Modelo Freemium · Oferece uma versão reduzida do produto ou Serviço gratuitamente com a intuito de migrar o cliente para a versão premium · É caracterizado por uma grande base de usuários que beneficiam do serviço gratuito e apenas lo? assima a serviço pago · Os pagantes subsidiam a acesso gratuito porque para servir estes usuários o custo é baixo Principais métricas deste modela: 1) o custo de atendimento a um usuário gratuito 2) as taxas pelas quais os usuários gratuitos se convertem em usuários premium

-> Modelo isca e anza la Refere-se a um padrão de modelo de negócios caracterizado por uma aferta inicial atmente, barata au gratuita que incentiva a continuação de compras juturas de produtos ou serviços relacionados

 Contexto 4 Conhecer o atual estado e as tendências do setor é determinante para identificar a comportamento e obter uma visão da competitividade da área de negócio

■ Mercado

la os estudos de mercodo pretendem recolher dados/informações para entender o mercado.

· Quem comprará a poduto/serviço?

· Quais as beneficios para o cliente?

· qual o preça mais adequado para o segmento do mercol?

· Como deve ser feita a comunicação:

O sucesso da empresa depende tanto da atração de clientes e da reagão dos clientes às ofertas quanto das características do produto, da tecnología usada e dos custos ineventes

Tipos de dados usados em estudos de mercado? · Dados primários la Observação: equipamentos detrónicos, interação pessal questionários: entrevistas, grupos de goco, questionários

· Pados secundários > Internos: dados ginanceiros, contactos de clientes, rdatórios de vendas La Externos: relatórios do governo, estatísticas, empresas especializadas - Os dados podem ser tratados de forma qualitativa au quant

■ Segmentação de dientes 6 Dividir a mercado em "sub-mercados" compostos por grupos de consumidares com características similares. As característicos para formar estes grupos podem ser atributos que a diente valoriza, nivel de rendementos, dase social profissão, ande vivem, a benedicio que desejam num produto, sensibilidade as press, etc Assim vamos identificar os diferentes segmentos de mercado Variáveis geográficas Variáveis demográficas Variáveis psicográficas Variáveis de usa Estratégia e Pasicianamenta Variagem Competitiva la surge do valor que uma empresa conseque Criar para os seus dientes. Valor é o que os dientes estão dispostos a pagar Valor Superior é aferecer preços mais baixos que a concorrência pelos mesmos beneficios Há 2tipos de vontagem competitiva: - Lideranga em custos - Diferenciação · Posicionamento la Estabelecer uma posição no mercado alvo que a l'istinga dos competidores. Esta posição é baseada na perceção que os consumidores têm da empresa ou dos produtos (benefícios, relação qualidade - preço) Ex: Volvo -> Sequrança

Plano de Negócios convincente a capacidade de um negócio em vender um produto ou serviço, gerar rentabilidade satisfatória e atrair potenciais investidores Internamente Serve de elemento organizador Serve como controlo para o equipa 6 Externamente · Fudamental para obter financiamento · Acompanhar o desenvolvimento estratégico de alianças com outras empresas · Angariação de contratos de grande dimensão plans de negócios tem 9 etapos Etapas do plans de negócios: 2º Aspeto visual profissional.
3º Mostrar legitimidade e competência da equipa
4º Colocar o mercado no centro do estudo 5º Mostrar o que distinque o nosso negócio 6º Mostrar que conhecemos os viscos associaros 7.º Projegoes realistas 8-º Evitax demasiada terminalogía técnica 9- Obter opiniões de outras pessoas -> Sumário executivo: oferece ao que ele precisa de saber sobre as características diferenciadores da empresa -> Estratégias Liderança em custos - Diferenciação

Plano de Negácios Fum documento detalhado Fum documento detalhado Fum documento detalhado Fum documento detalhado E um documento visual e E minuciaso que comprava a viabilidade do negácio As alterações econom com Baseado no metodo Comas menos frequência e tem carates hunciastro Fista associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa laz, com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor, au seja uma consolidação dos ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação » As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negácios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes file dilineia os principais companentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, valocionamente com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave parcerias-lhave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os abjetivos do negácio, estategias anatire de madelo de negácios e ajuda a acompanhar a progressa e o desempenho ao longo do tempo.			
Plano de Negócios E um documento detallado e um documento visual e e minuciaso que comprava prático para que qualquer a viabilidade do negócio pessa entenda a sea ideia As alteraçãos ecorrem com Paseado no métado Carvas menos frequência e tem pode ser alterado Jacilmente caráter puracrático E único da empresa Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa Jaz pom o cliente "como" adquirir uma descrição textual e valor auseja juma consolidação dos ideias descrição visual e estratégica Ou seja As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se no a estratégia e no faça no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, erra e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais companentes de negácio: seamentos de dientes, proposta de valor, carais de distribuição relacionamento com dientes, fintes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parceras-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do regócio, estrategias, arrâtise de mercado, plano de marketina, arrâtise linanceira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	-> Lixerenças entre Mo	delo e Mano de Negócios	
e minucioso que comprova a viabilidade do negócio pessa entenda a sus ideia As alterações acorrem com Paseado no método Corvas menor frequência e tem pode ser alterado Jacilmente caráter hunciático Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa Jaz com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor au seja uma consolidação das ideias descrição visual e estrategica Ou seja As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se no estrategia e no faco no cliente e na receita Definições Hodelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprenes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor caráis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos de regócio, estrategas, analise de mercado, plano de marketing analise limanceira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do			
e minucioso que comprova a viabilidade do negócio pessa entenda a sus ideia As alterações acorrem com Paseado no método Corvas menor frequência e tem pode ser alterado Jacilmente caráter hunciático Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa Jaz com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor au seja uma consolidação das ideias descrição visual e estrategica Ou seja As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se no estrategia e no faco no cliente e na receita Definições Hodelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprenes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor carnis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos de regócio, estrategias, analise de mercado, plano de marketing, analise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	Mano de Negocios	Modelo de Negócios	
e minucioso que comprova prático para que qualquer a viabilidade do negócio pessa entenda a sua ideia As alterações ocorsem com « Baseado no método Corvas menos frequência e tem pode ser alterado facilmente caráter purocrático « Éstá associado ao "como" Está associado ao "o que" a empresa se relaciona com que a empresa faz, com o cliente "como" adquirir uma descrição textual e valor au seja uma consolidação dos ideias descrição visual e estratégica Ou seja — As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se no estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Madelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais companentes do negócio: segmentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, proposta de valor a prior de Negócios: é um documento detalhado que descreve os abjetivos de negócio, estadegias, analise de mercado, plano de marketing, analise linanceira, els. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	· Eum documento detallodo	· E um documento visual e	
• As alterações oconsem com • Baseado no método Convas menos frequência e tem pode ser alterado facilmente carátes puracrático • É stá associado ao "como" • Está associado ao "como" o diente "como" adquirir uma descrição textual e valor auseja uma consolidação dos ideias descrição visual e estratégica • As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação • As semelhanças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação • As semelhanças encontram-se na estratégica e no faco no cliente e na receita. Definições • Madelo de Negócios : é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais companentes do negócio : segmentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, velacionamente com dientes, fontes de receita, recursos chave, atividades - chave, parcerios lhave Plano de Negócios : é um documento detalhado que descreve os abjetivos de negócio, estabelgas, analise de merado, plano de marketing, analise linanceira, ele. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	e minuciaso que comprova	prático para que qualquer	
• As alterações econsem com • Baseado no método Canvas menor frequência e tem pode sex alterado facilmente caráter puncicativo • É único da empresa • Éstá associado ao "o que" a empresa se relaciona com que a empresa laz, com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor, au seja, uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negácios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negácio: segmentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de valor com com recursos-chave, atividades-chave, parceiros-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os abjetivos do negácio, estrategias amílise de mercado, plano de marketing, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	a viabilidade do negócio	hessa entenda a sua ideia	
renor frequência e tem pode ser alterado facilmente caráter purocrático • Étnico da empresa • Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa faz com a cliente "como" adquirir uma descrição textual e valar, au seja, uma consolidação das ideias descrição risual e estratégica • As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação • As semelhanças encontram-se no estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias amalise de mercado, plano de marketing, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	1 0		B.S.
renor frequência e tem pode ser alterado facilmente caráter purocrático • Étnico da empresa • Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa faz com a cliente "como" adquirir uma descrição textual e valar, au seja, uma consolidação das ideias descrição risual e estratégica • As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação • As semelhanças encontram-se no estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias amalise de mercado, plano de marketing, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	· Its afteragges ocorsem com	· Baseado no métado Canvas	
Está associado ao "a que" a empresa se relaciona com que a empresa saz com a cliente, "camo" adquirir uma descrição textual e valor, auseja uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja. As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faço no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele difineia as principais comprentes do negácio: segmentos de dientes, proposta de valor carais de distribuição, relacionamente com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve as objetivos do negácio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	menor frequencia e tem	pode ser alterado lacilmente	
• Está associado ao "o que" a empresa se relaciona com que a empresa laz, com o cliente, "camo" adquirir uma descrição textual e valor, auseja, uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica - As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação - As semelhanças encontram-se no estratégia e no foco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele difineia as principais comparentes do negócio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	carater burneration		
Está associado ao "o que" a empresa se relaciona com que a empresa Jaz, com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor, au seja, uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no foco no cliente e na receita Definições Hodelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negócio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerias-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os abjetivos do negócio estrategias, analise de mercado, plano de marketing, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	S and the same of the	· E replicavel	
Está associado ao "o que" a empresa se relaciona com que a empresa saz, com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor, au seja, uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no foco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais componentes do negócio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerias-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio estratégias, analise de mercado, plano de marketing, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	· Eúnico da empresa		
ou a empresa faz com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor au seja, uma consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faço no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negácio: segmentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com dientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerias-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio estrategias analise de mercado, plano de marketing, analise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do		· Esta associado ao "como"	
que a empresa saz com o cliente, "como" adquirir uma descrição textual e valor, auseja uma consolidação dos ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se m nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faço no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais comparentes do negócio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerios-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio estrategias análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que oriento a implementação do	· Está associado ao "o que"	a empresa se relaciona com	
consolidação das ideias descrição visual e consolidação das ideias descrição visual e estratégica Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamente com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-lhave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio estrategias analise de mercado, plano de marketing, analise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	que a empresa laz, com	o diente "com" adourir	
Ou seja, As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega Valor aos clientes. Ele dilineia as principais comprentes do negócio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio estrategias aralise de mercado, plano de marketing, analise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	uma descrição textual e	Valor ausein rima	
Ou seja. As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negócio: segmentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-chave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os abjetivos do negócio, estrategias, amalise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	consolidação das ideias	descrição visual e	
As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faço no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega. Valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negócio: segmentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, amílise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do			
As diferenças encontram-se no nível de detalhe, finalidade e amplitude de aplicação As semelhanças encontram-se na estratégia e no faco no cliente e na receita Definições Modela de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia as principais componentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, velacionamento com clientes, fontes de receita recursos-chave, atividades-chave, parcerios-thave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategios, amálise de mercado, plano de marketina, análise linanceira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	Ou seia.		
As semelhanças encontram-se na estratégia e no foco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	- As dilevenças encontr	ram-se no nivel de detalhe	
As semelhanças encontram-se na estratégia e no foco no cliente e na receita Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	finalidade e amplitude	de aplicação	
Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega Valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um cocumento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	0		
Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega Valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um cocumento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	-> As semelhancas enco	entram-se na estratéria	
Definições Modelo de Negócios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa apera, cria e entrega Valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negócio: seamentos de clientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negócios: é um cocumento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	e no loco no cliente e	e na receita	
Modela de Negácios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega. Valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do			
Modela de Negácios: é a estrutura subjacente que descreve como uma empresa opera, cria e entrega. Valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	Delinições		
valor aos clientes. Ele dilineia os principais comprentes do negácio: seamentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	Modela de Negócios: é	a estrutura subjecente que	
Valor aos clientes. Ele dilineia os principais componentes do negácio: segmentos de dientes, proposta de valor camis de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias análise de mercado, plano de marketina, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	descreve como uma em	ibxesa abera cria e entrena	
Co negacio: seamentos de dientes, proposta de valor, camis de distribuição, relacionamento com dientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerios-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	valor ass clientes. El	le dilineia es principais comune	andre
recursos-chave, atividades-chave, parcerias-chave Plano de Negácios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negácio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketing, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	do negácio: seamentos	de dientes vivosta de valor camis	mes
Plano de Negócios: é um documento detalhado que descreve os objetivos do negócio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	de distribuisão velacion	amente com dientes lontes la vecil	
descreve os objetivos do negócio, estrategias, amálise de mercado, plano de marketina, amálise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	recursos-chave atividad	es-chive Varierins-chive	,
mercado, plano de marketing, análise financeira, etc. Ele é um roteiro que orienta a implementação do	Plano de Nenácios: é u	m decument detalhada aus	
Ele é um roteiro que orienta a implementação do	descreve of shieting to	negacio estados de alba que	
Ele é um roteiro que orienta a implementação do	mercada plans de mark	etimo analise l'anni analise de	
modelo de negócios e ajuda a acompanhar o progresso e o	Fle i um valaire alla	oriente a includence la	
moder de regaciós e ajuda a acompantar o progresso e o	madela de nos sons a son	a a company have intentages do	
Jack allender as James La James	Jacquerach as large la	lemma	
			1 1 12 12