



Universidade  
Potiguar

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES®

A close-up photograph of a person wearing safety goggles and a welding mask, focused on welding. Bright sparks are flying from the point of contact, creating a dramatic effect against a dark background.

# Empreendedorismo, Inovação e Negócios Digitais

**Prof. M.Sc. Rodrigo Romão**



@romao\_rn

# MUITO PRAZER...

# MAPA DA DISCIPLINA

**19 DE SETEMBRO**

- Inovação
- Empreendedorismo

**10 DE OUTUBRO**

- Negócios Digitais

**INVERVALO**

Atividades de  
Fixação

**ENTREGA FINAL**  
**17/10**



# JÁ DEU HORA, NÉ?

---

# INovação?

# O QUE É INOVAÇÃO?

# O QUE NÃO É INOVAÇÃO?

# O QUE NÃO É INOVAÇÃO

Inovação  
não é  
melhoria!

Inovação  
não é  
adequação!

Inovação  
não é  
criatividade!

Inovação  
não se  
resume aos  
produtos!

Inovação  
não é  
tecnologia!

# CONCEITO DE INOVAÇÃO

A inovação é um processo movido pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito das mesmas, seja abrindo novos mercados ou servir mercados já existentes, caracterizando que o extrato do processo inovador não é apenas tecnológico, mas também, através de serviços.

Fonte: Tiid, Bessant e Pavitt (2008)

# CONCEITO DE INOVAÇÃO

**É a criação de uma  
oferta nova e viável.**

Fonte: Keeley et al. (2015)

# **CONCEITO DE INOVAÇÃO**

## **MATRIZ DE INOVAÇÃO E MELHORIA**



Fonte: Innoscience (2014).

# **CONCEITO DE INOVAÇÃO**

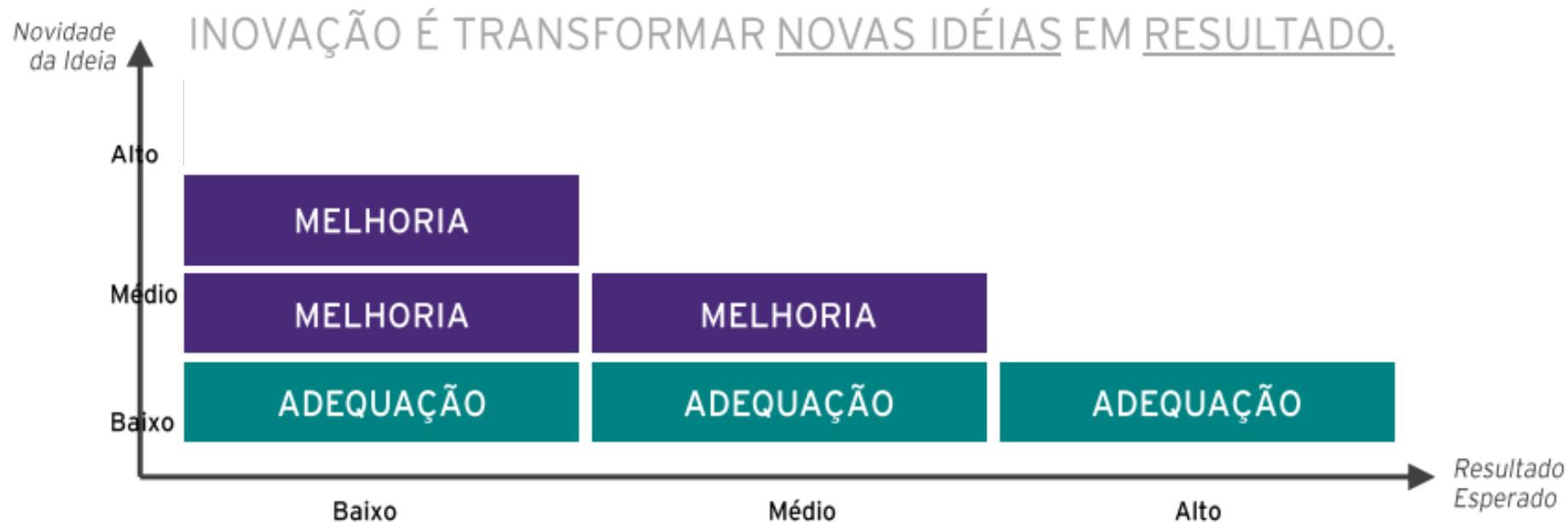
## **MATRIZ DE INOVAÇÃO E MELHORIA**



Fonte: Innoscience (2014).

# **CONCEITO DE INOVAÇÃO**

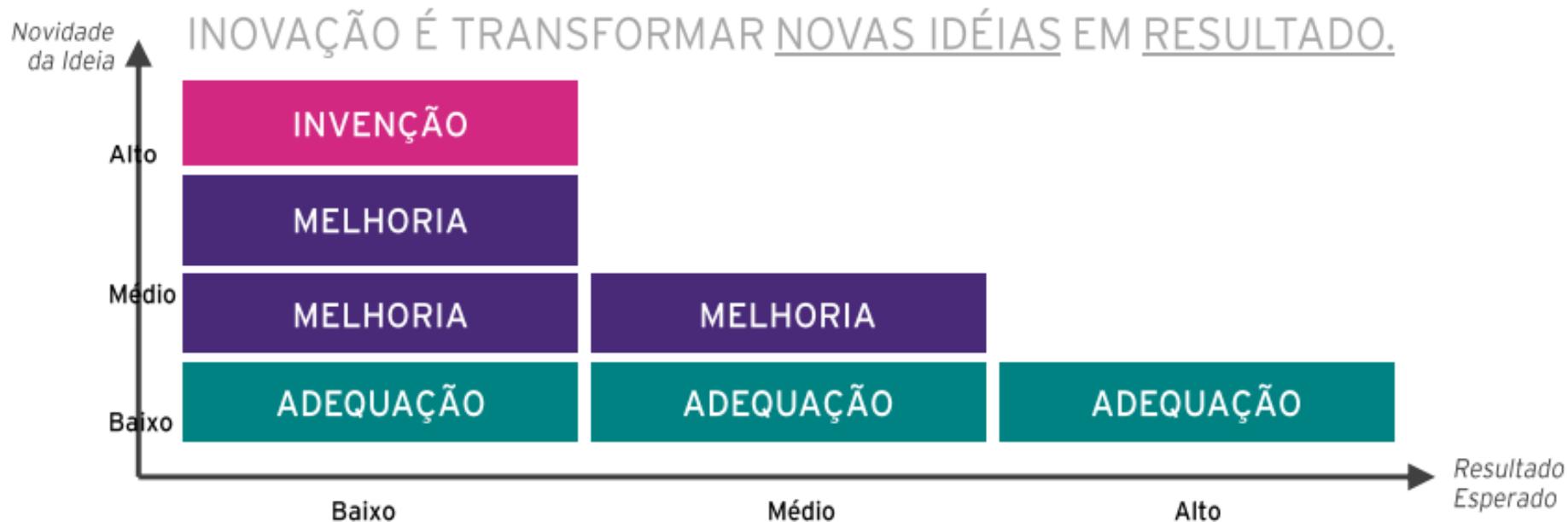
## **MATRIZ DE INOVAÇÃO E MELHORIA**



Fonte: Innoscience (2014).

# **CONCEITO DE INOVAÇÃO**

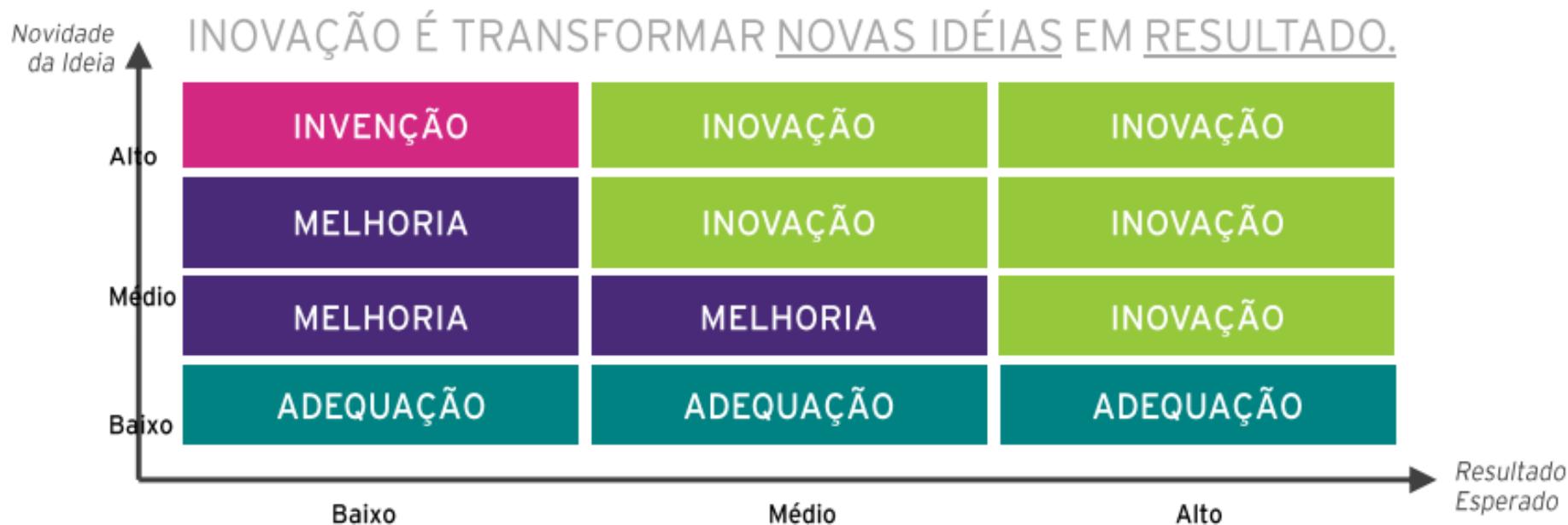
## **MATRIZ DE INOVAÇÃO E MELHORIA**



Fonte: Innoscience (2014).

# CONCEITO DE INOVAÇÃO

## MATRIZ DE INOVAÇÃO E MELHORIA



Fonte: Innoscience (2014).

# TIPOS DE INOVAÇÃO

# TIPOS DE INOVAÇÃO

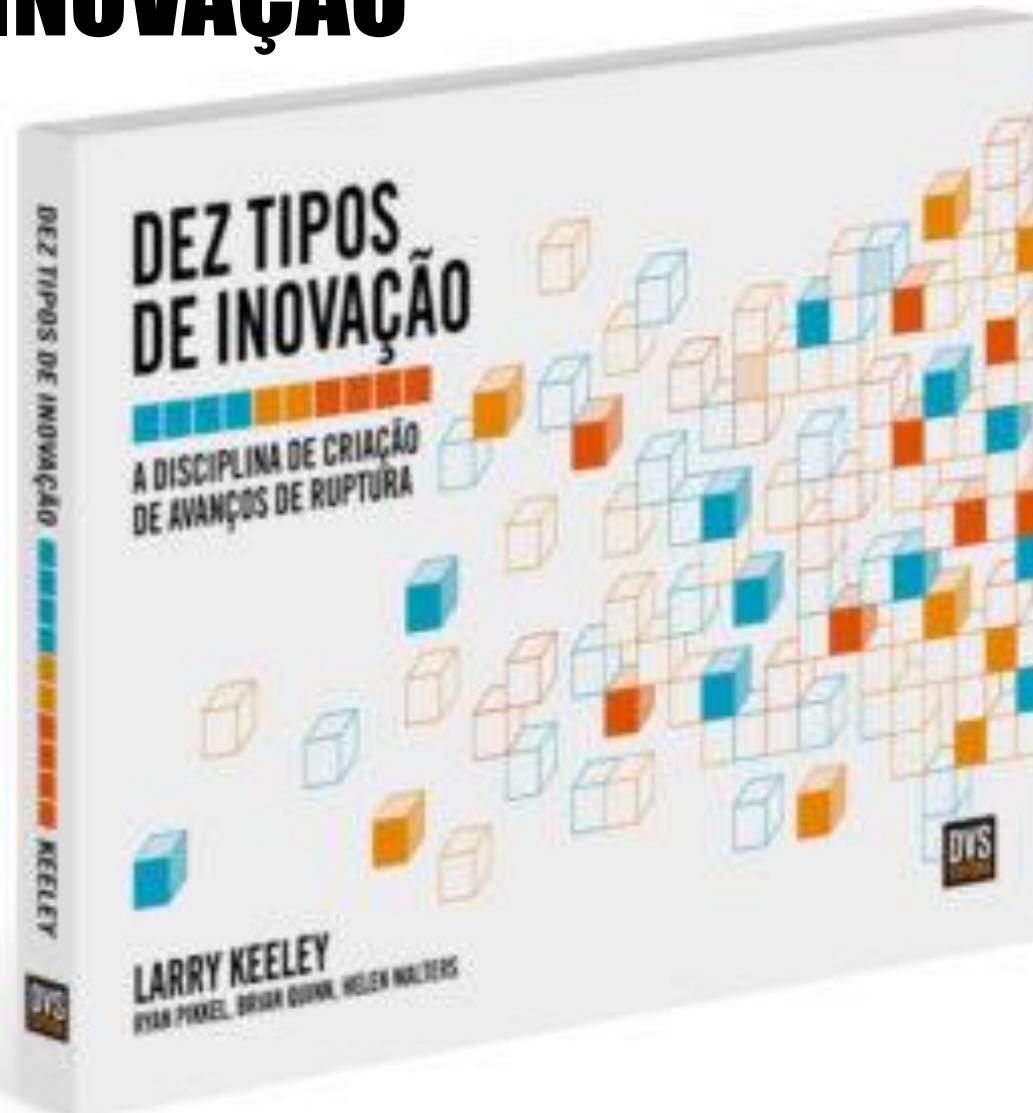
**Schumpeter (1934):** Introdução de um novo bem; Introdução de um novo método de produção; Abertura de um novo mercado; Uma nova forma de matérias-primas e; Uma nova forma de empreender ou nova empresa.

**OCDE (2005):** Produto; Processo; Marketing e; Organizacional.

**Tiid, Bessant e Pavitt (2008):** Produto; Processo; Posição e; Paradigma (modelo mental).

**Paradis e McGaw (2007):** Modelos de Negócios; Network; Estrutura; Performance do produto; Sistema Produto.

# TIPOS DE INOVAÇÃO



Fonte: Keeley et al. (2015)

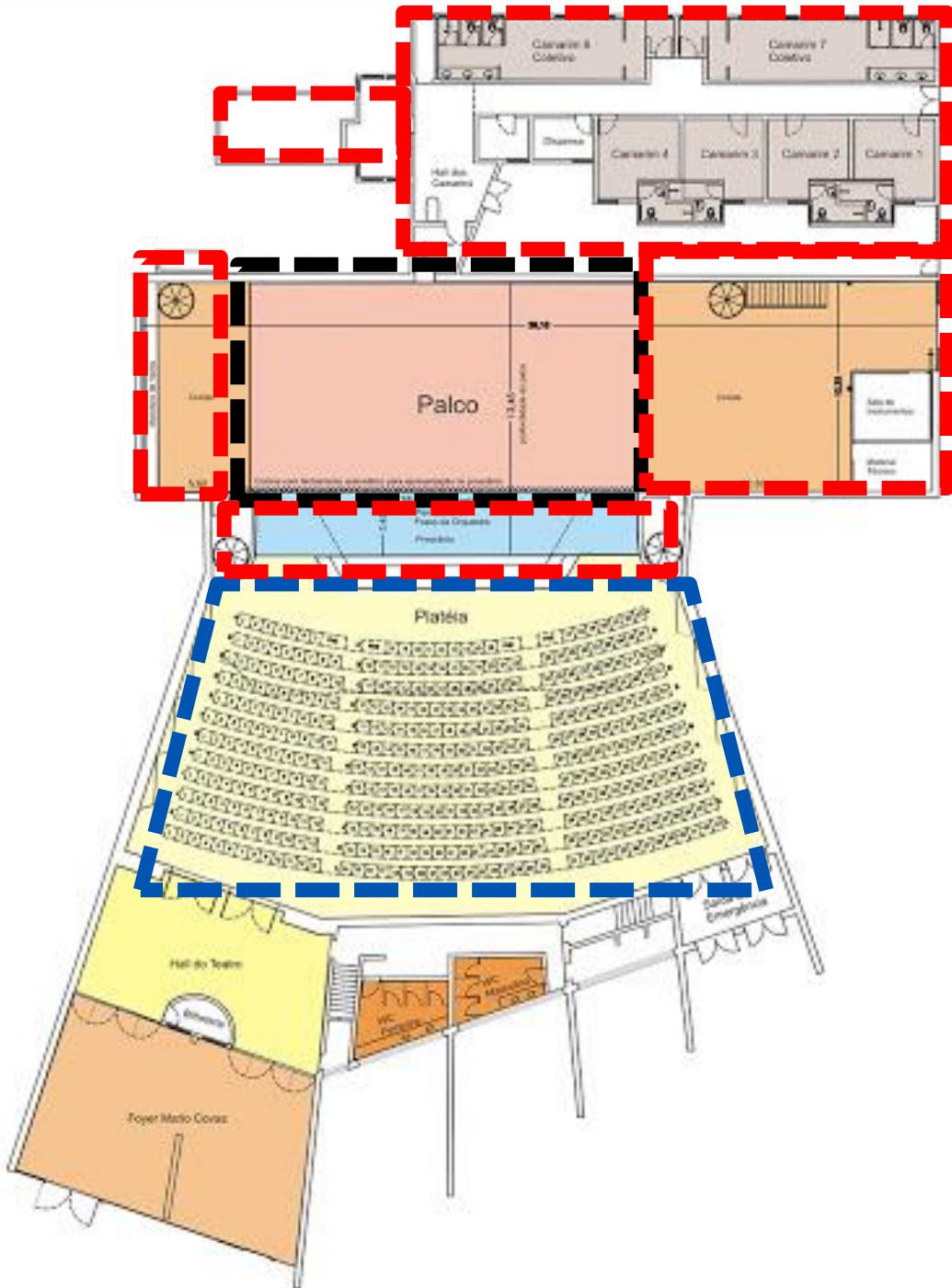
# O “TEATRO” DA INOVAÇÃO

A photograph showing the lower halves of many people standing on a stage. They are wearing various types of clothing, including shorts, skirts, and trousers. The stage is lit from below, creating a bright glow at the bottom edge. The background is dark, suggesting a theater or auditorium setting.

# O QUE HÁ POR DETRÁS DE **UM ESPETÁCULO NO TEATRO RIACHUELO?**

Imagen do Teatro Riachuelo (disponível no Google)

@romao\_rn



## INovação do tipo:

- **BASTIDORES**
- **PALCO**



# TIPOS DE INOVAÇÃO



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

• **Configuração:** esses tipos de inovação concentram-se nos trabalhos mais internos de um empreendimento e em seu sistema de negócio.



- **Oferta:** esses tipos de inovação concentram-se em um produto ou serviço central de um empreendimento ou em um conjunto de produtos e serviços.
- **Experiência:** esses tipos de inovação concentram-se mais nos elementos de um empreendimento e de seu sistema de negócio que estão voltados para o cliente.

Fonte: Keeley et al. (2015)



# TIPOS DE INOVAÇÃO

## BASTIDORES

Modelo de Lucros	Rede	Estrutura	Processo
------------------	------	-----------	----------

## CONFIGURAÇÃO

## PALCO

Desempenho de produto	Sistema de produto	Serviços	Canal	Marca	Envolvimento de clientes
-----------------------	--------------------	----------	-------	-------	--------------------------

## OFERTA

## EXPERIÊNCIA

### MODELO DE LUCROS

O caminho para fazer dinheiro

### ESTRUTURA

Alinhamento entre os talentos e os ativos

### DESEMPENHO DE PRODUTO

Distingindo recursos e funcionalidades

### SERVIÇOS

Suportes e aprimoramentos que envolvem a oferta

### MARCA

Representação da oferta e do negócio

### REDES

Conexões com outras organizações para agregar valor

### PROCESSOS

Um método melhor para fazer o trabalho

### SISTEMA DE PRODUTO

Produtos e serviços complementares

### CANAL

Como as ofertas são entregues ao clientes e usuários

### ENVOLVIMENTO DE CLIENTES

Formas de interação promovidas

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Modelo de  
Lucros

## CONFIGURAÇÃO

Os principais modelos refletem uma profunda compreensão sobre o que os clientes e usuários realmente valorizam e onde podem existir novas oportunidades de receita ou precificação.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Modelo de  
Lucros

Rede

## CONFIGURAÇÃO

As inovações de rede oferecem uma alternativa para as empresas tirarem proveito dos **processos, tecnologias, produtos, serviços, canais e marcas de outras empresas** — praticamente de todo e qualquer componente de um negócio.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Modelo de  
Lucros

Rede

Estrutura

## CONFIGURAÇÃO

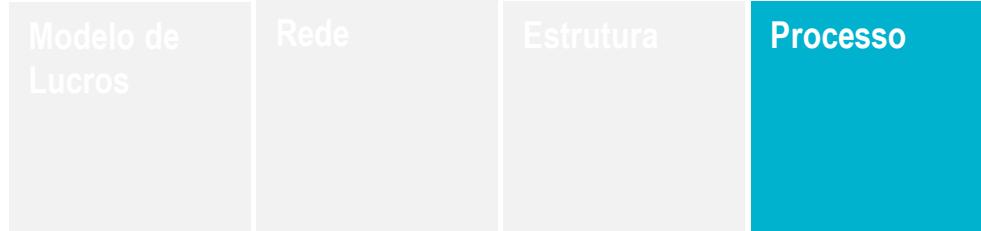


As inovações de estrutura concentram-se na **organização dos ativos da empresa** — físicos, humanos ou intangíveis — de formas exclusivas que possibilitem agregar valor.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

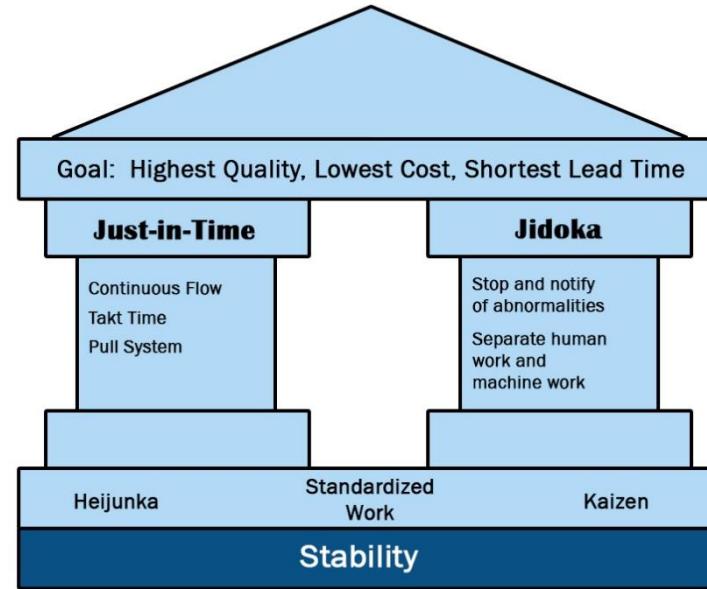


## CONFIGURAÇÃO



**TOYOTA**

As inovações de processo envolvem as **atividades e operações** que produzem os principais produtos ou serviços oferecidos por uma empresa.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Desempenho  
de produto

OFERTA

Esse tipo de inovação envolve **produtos totalmente novos** e também **atualizações e extensões de linha** que agregam considerável valor.

# Tupperware®



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Desempenho de produto

Sistema de produto

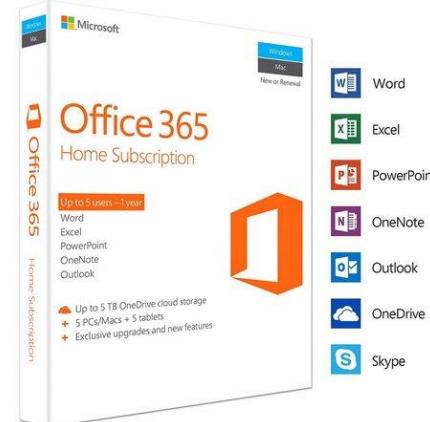
## OFERTA



# Microsoft

As inovações de sistema de produto estão fundamentadas em ideias para **associar e ou agrupar determinados produtos e serviços a fim de criar um sistema robusto e escalonável**.

As inovações de sistema de produto ajudam-no a **criar ecossistemas que atraem e fascinam os clientes e defendem a empresa dos concorrentes**.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Serviços

**EXPERIÊNCIA**



As inovações de serviços garantem e **aumentam a utilidade, o desempenho e o valor** aparente de um produto ou serviço. Elas **tornam um produto (serviço) mais fácil de experimentar, usar e apreciar**; elas revelam **atributos e funcionalidades** que os clientes de outra forma ignorariam; e elas **corrigem problemas e amenizam atribulações** na vida dos clientes.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

Serviços

Canal

**EXPERIÊNCIA**

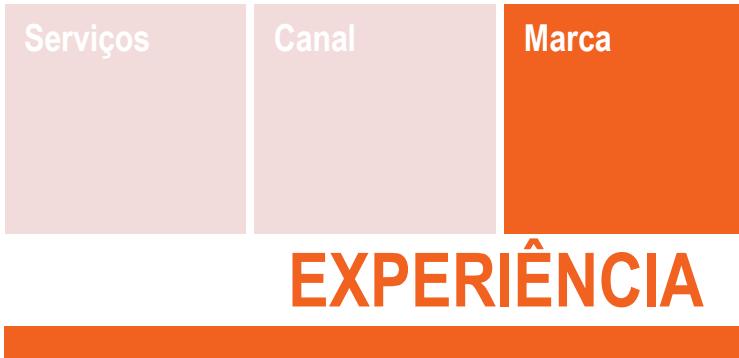


As inovações de canal englobam todas as formas pelas quais você **conecta os produtos e serviços da empresa com seus clientes e usuários**.

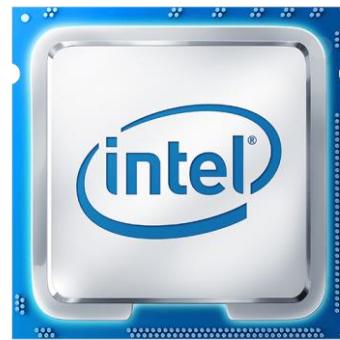
Seu objetivo é garantir que os usuários possam **comprar o que desejam, quando e como desejam, com o mínimo atrito e custo e o máximo prazer**.

Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO

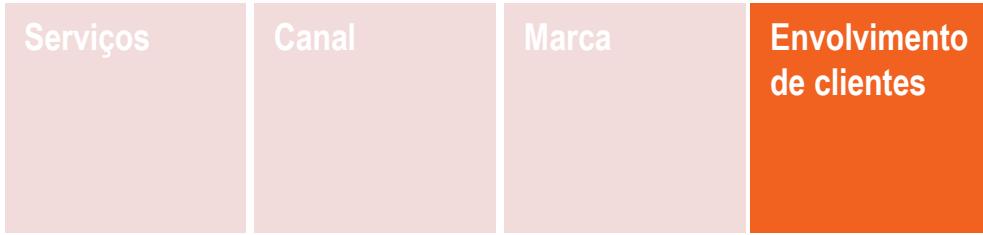


As inovações de marca ajudam a garantir que os clientes e os usuários reconheçam, lembrem-se e optem por seu produto e/ou serviço em detrimento daqueles oferecidos pelos concorrentes ou de substitutos.



Fonte: Keeley et al. (2015)

# TIPOS DE INOVAÇÃO



**EXPERIÊNCIA**



As inovações de envolvimento do cliente **promovem conexões significativas entre clientes e a empresa**.

As grandes inovações de envolvimento do cliente oferecem amplas vias de exploração e **ajudam as pessoas a encontrar alternativas para tornar determinadas partes de sua vida mais memoráveis, gratificantes e prazerosas — e até mesmo mágicas**.

Bloquear acesso a essa série pra  
pessoa que prometeu assistir  
comigo e não cumpriu

# TIPOS DE INOVAÇÃO

## BASTIDORES

Modelo de  
Lucros

Rede

Estrutura

Processo

Desenvolvimento  
de produto

Sistema de  
produto

Serviços

Canal

Mercado

Envolvimento  
de clientes

# DÚVIDAS?

## MODELO DE LUCROS

O caminho para fa-

cer negócios  
e os alvos

Qual é o  
resultado?

Representação da  
oferta e do  
negócio

## REDES

Conexões com outras  
organizações para agregar  
valor

## PROCESSOS

Um método melhor para fazer  
o trabalho

## SISTEMA DE PRODUTO

Produtos e serviços  
compostos

## CANAL

Como as ofertas são  
entregues ao clientes e  
usuários

## ENVOLVIMENTO DE CLIENTES

Formas de interação  
promovidas

# ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO

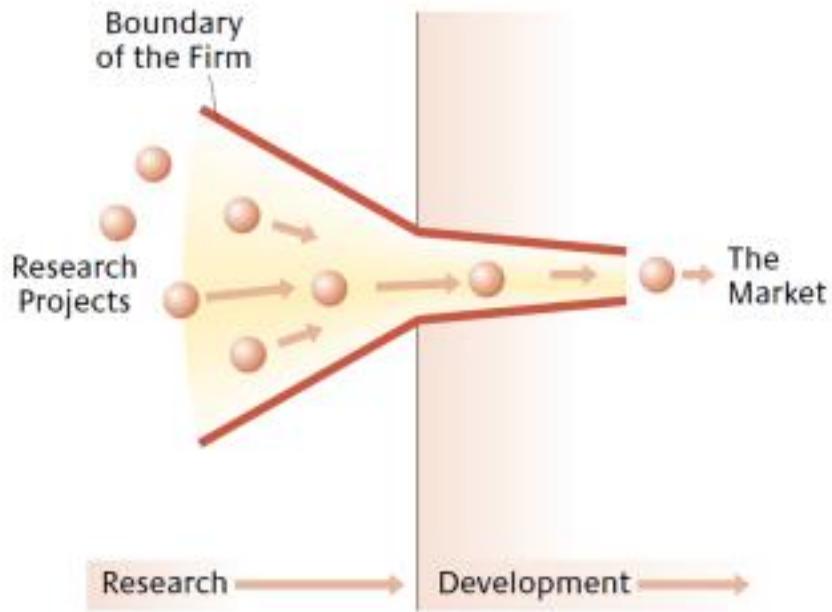


<https://www.youtube.com/watch?v=fr9TzwqOBkU>

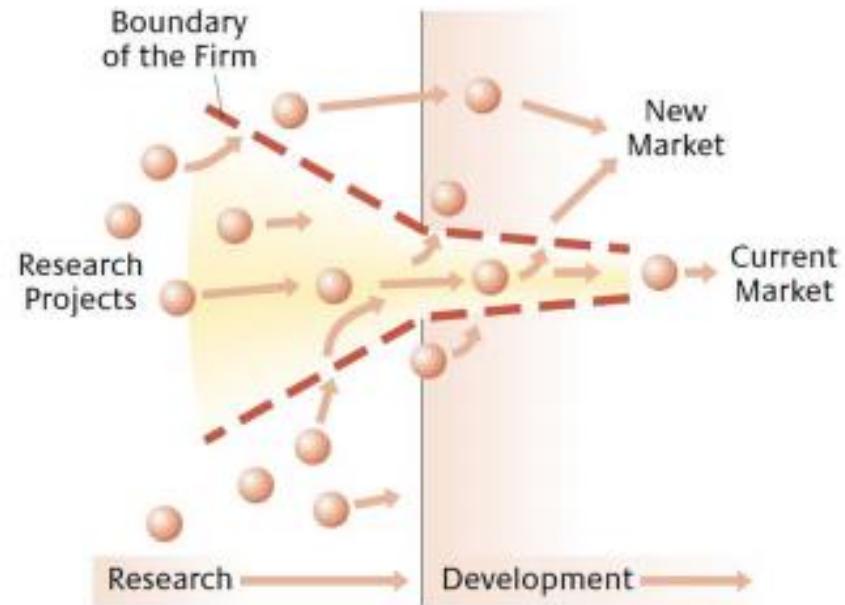
@romao\_rn

# ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO

MODELO DE INOVAÇÃO FECHADA



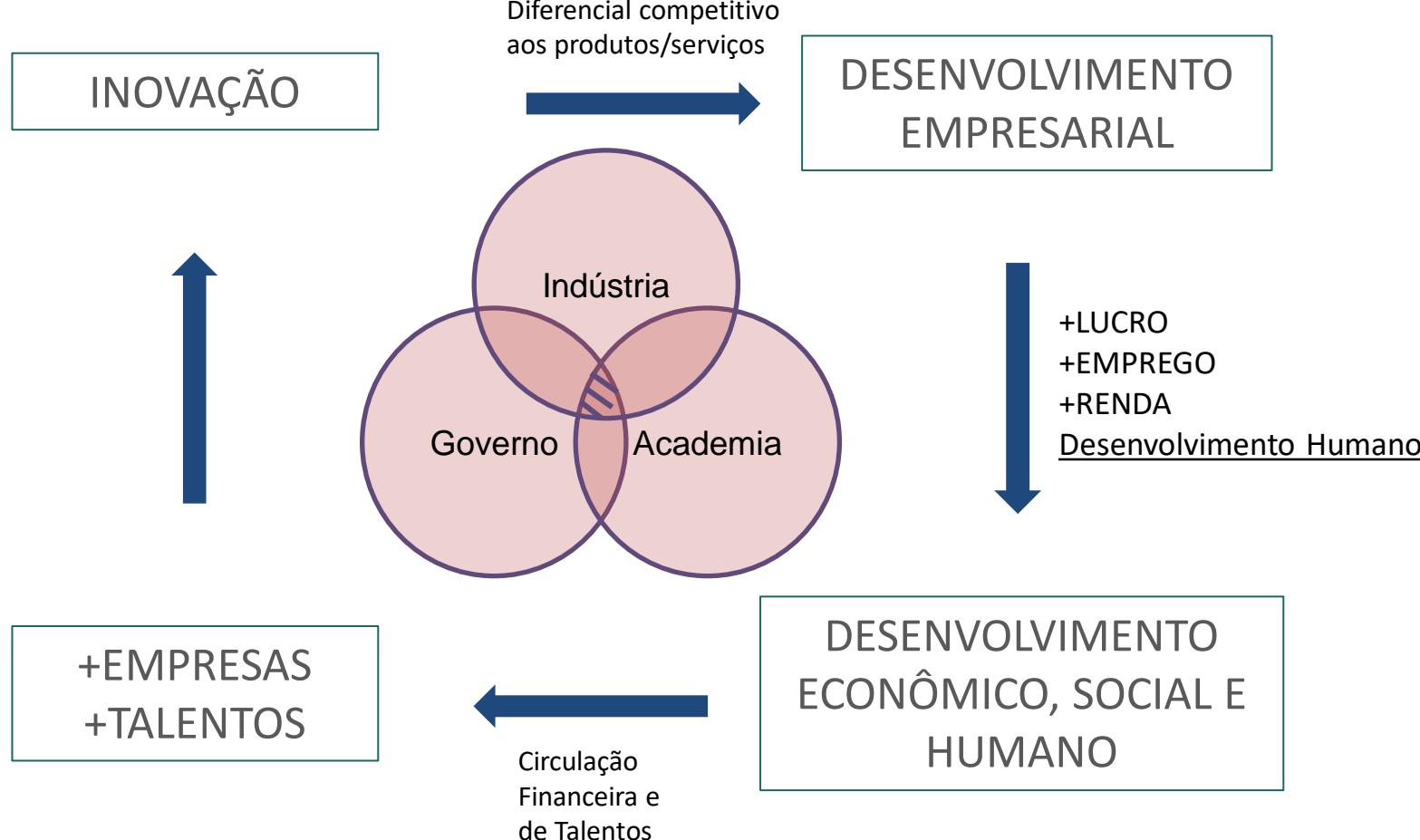
MODELO DE INOVAÇÃO ABERTA



Fonte: Chesbrough H. W., The Era of Open Innovation, 2003

# ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO

## TRÍPLICE HÉLICE



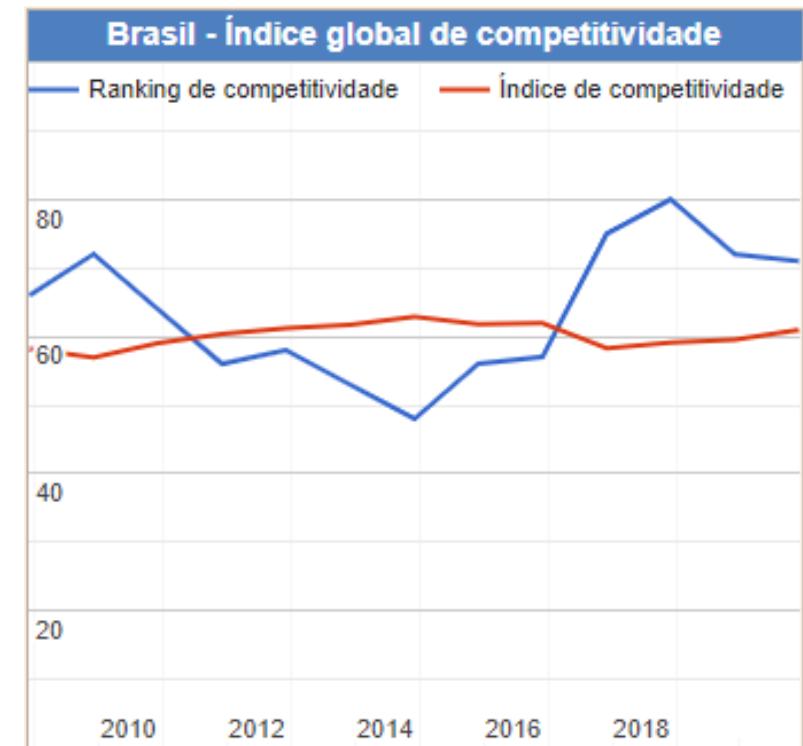
# INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

## Evolução modesta

Brasil sobe uma posição no ranking mundial de competitividade

Posição	País	Escore	Diferença sobre 2018*
1°	Cingapura	84,8	▲ 1
2°	Estados Unidos	83,7	▼ -1
3°	Hong Kong	83,1	▲ 4
4°	Países Baixos	82,4	▲ 2
5°	Suíça	82,3	▼ -1
6°	Japão	82,3	▼ -1
7°	Alemanha	81,8	▼ -4
8°	Suécia	81,2	▲ 1
9°	Reino Unido	81,2	▼ -1
10°	Dinamarca	81,2	-
13°	Coreia do Sul	79,6	▲ 2
15°	França	78,8	▲ 2
28°	China	73,9	-
33°	Chile	70,5	-
43°	Rússia	66,7	-
48°	México	64,9	▼ -2
54°	Uruguai	63,5	▼ -1
57°	Colômbia	62,7	▲ 3
60°	África do Sul	62,4	▲ 7
61°	Turquia	62,1	-
65°	Peru	61,7	▼ -2
68°	Índia	61,4	▼ -10
71°	<b>Brasil</b>	60,9	▲ 1
83°	Argentina	57,2	▼ -2

Fonte: Fórum Econômico Mundial \* em posições



Fonte: <https://pt.countryeconomy.com/governo/indice-global-competitivida/brasil>

# DESIGN THINKING

## UMA ABORDAGEM MULTIDISCIPLINAR

# ENTROPIA





**V**OLATILITY (volatilidade)

**U**NCERTAINTY (incerteza)

**C**OMPLEXITY (complexidade)

**A**MBIGUITY (ambiguidade)



@romao\_rr

Photo by Unsplash

# Uma breve historinha...

**REUNIR OS  
AMIGOS APÓS  
PANDEMIA**

- Cerveja
- Vinho
- Vodka
- Cachaça
- Whisky
- Carne
- Frango
- Camarão
- Peixe
- Frios

- Cerveja
- Frango

- Pilsen
- Puro malte
- Trigo
- Escura
- Fricassê
- Torta
- Frito
- Espetinho

- Pilsen
- Espetinho



Era isso...

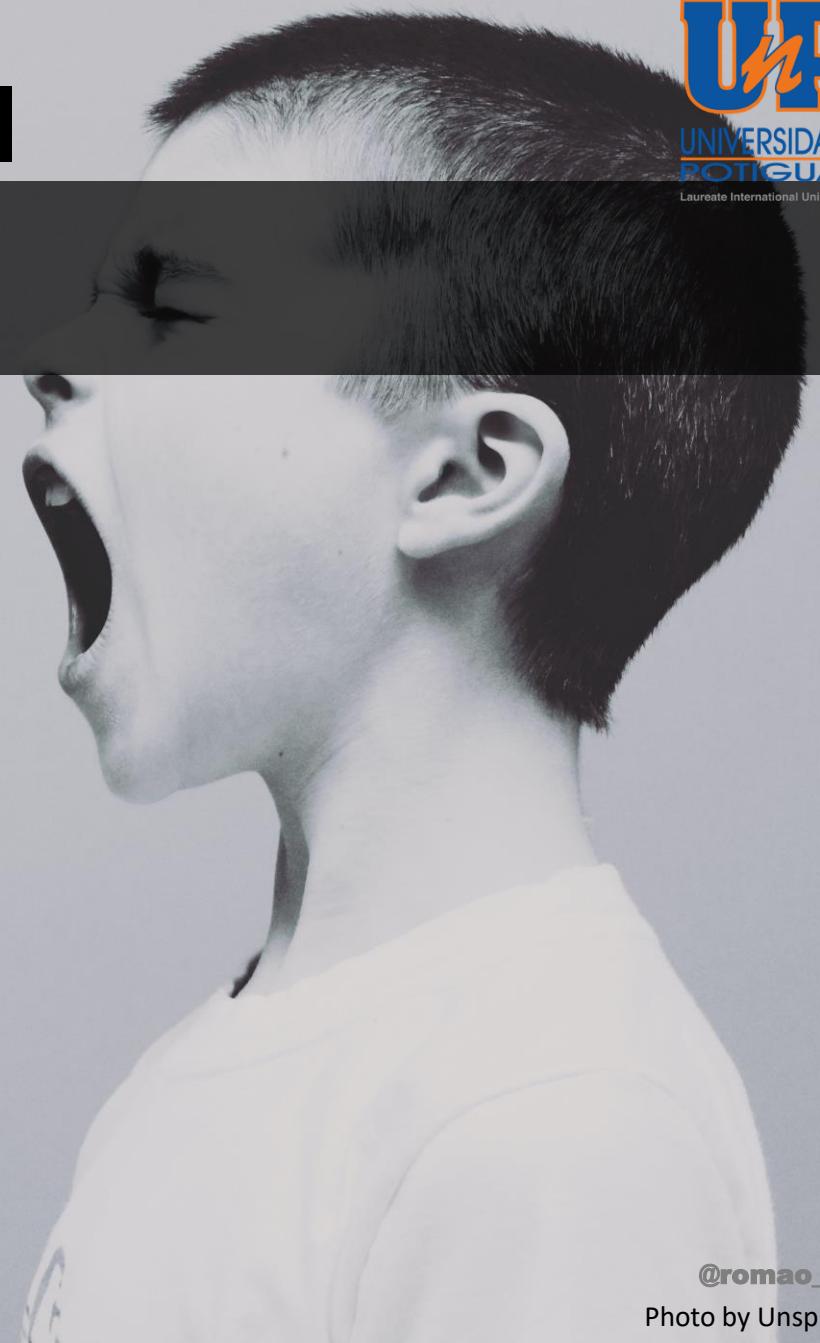
**OBRIGADO!!!**



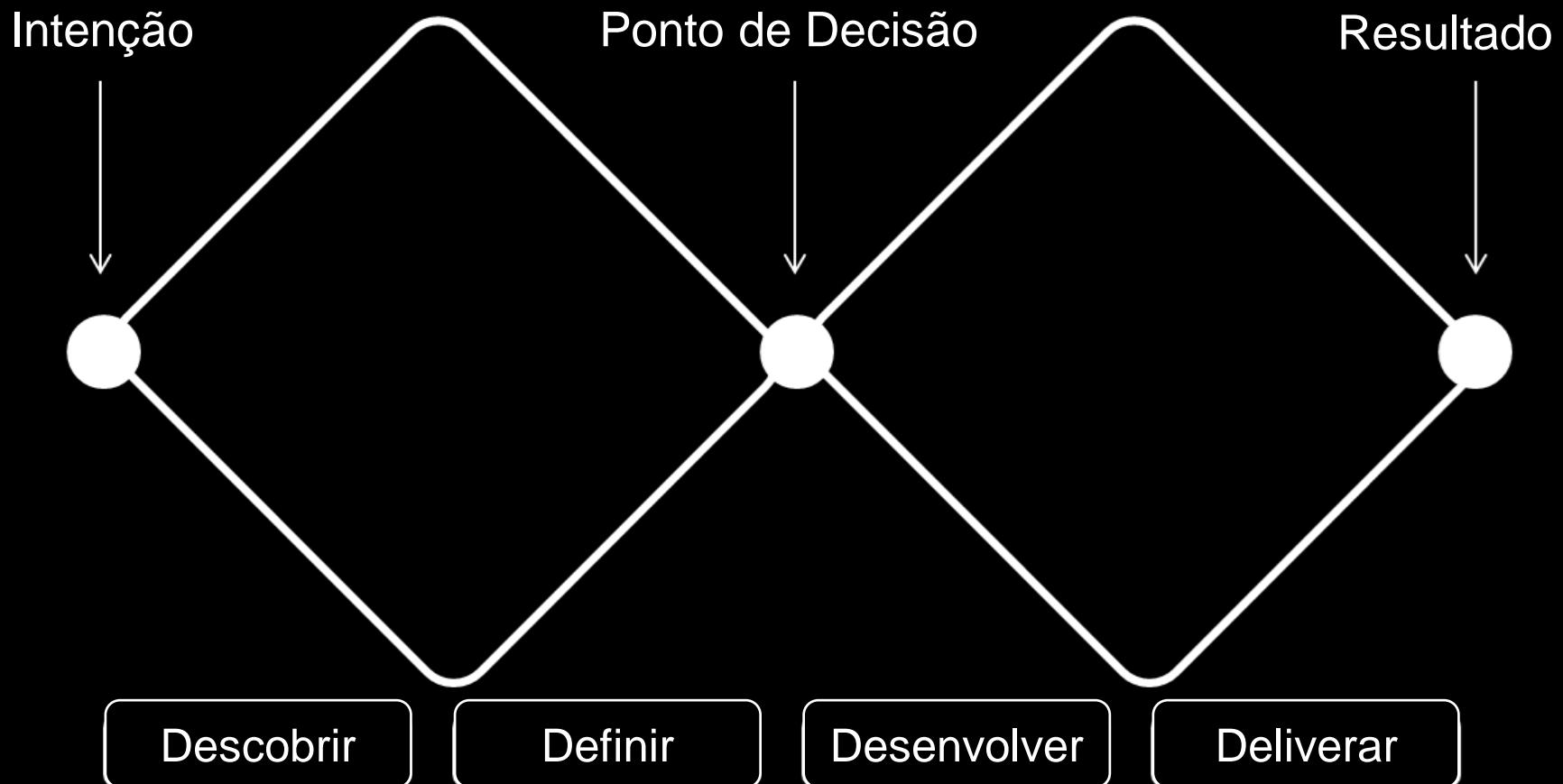
@romao\_mn

Photo by Google Images

# Vamos falar sobre esse tal DESIGN THINKING



# DUPLO DIAMANTE



*Design Council (2005)*

@romao\_rn

# DUPLO DIAMANTE



*Design Council (2005)*

@romao\_rn

Era isso...  
**OBRIGADO!!!**



# Uma breve historinha...

**REUNIR OS  
AMIGOS APÓS  
PANDEMIA**

- Cerveja
- Vinho
- Vodka
- Cachaça
- Whisky
- Carne
- Frango
- Camarão
- Peixe
- Frios

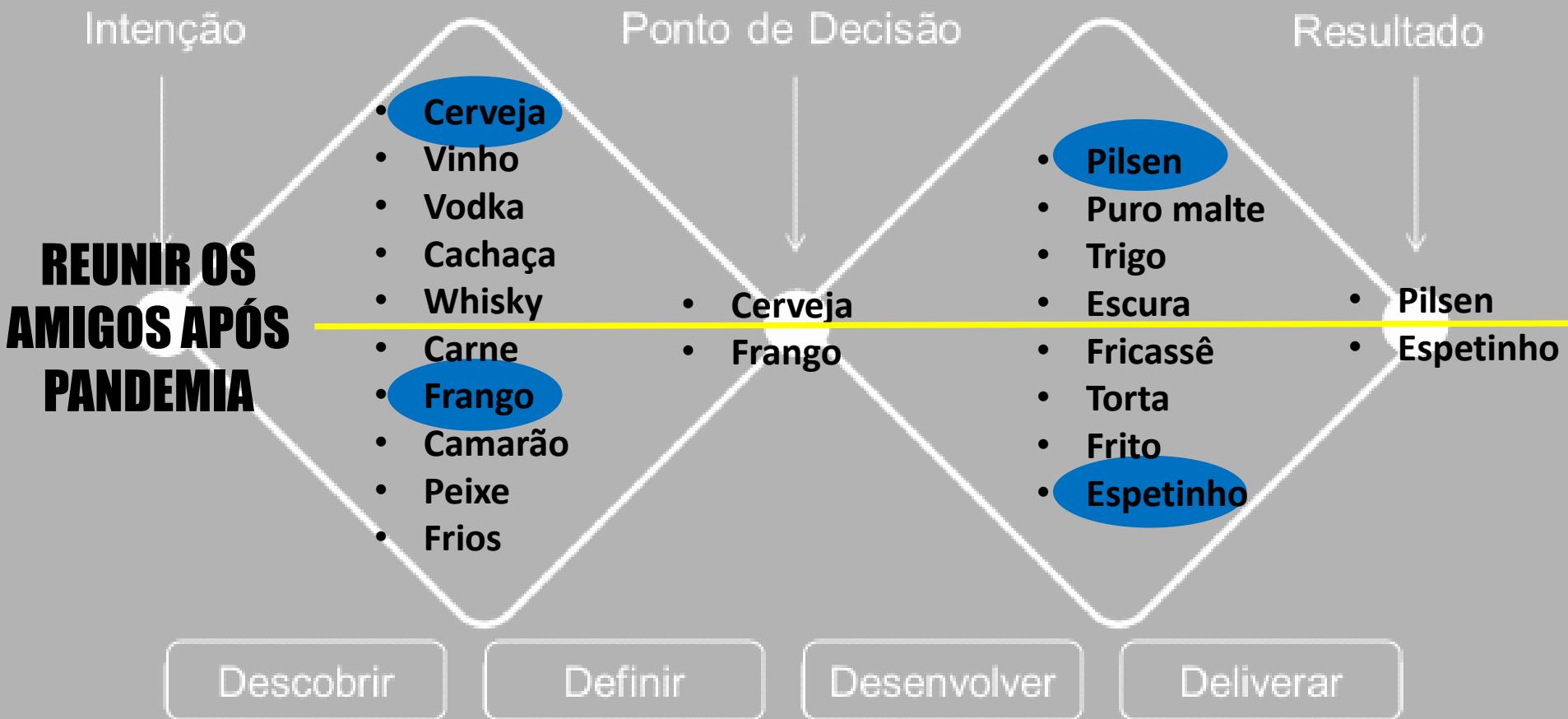
- Cerveja
- Frango

- Pilsen
- Puro malte
- Trigo
- Escura
- Fricassê
- Torta
- Frito
- Espetinho

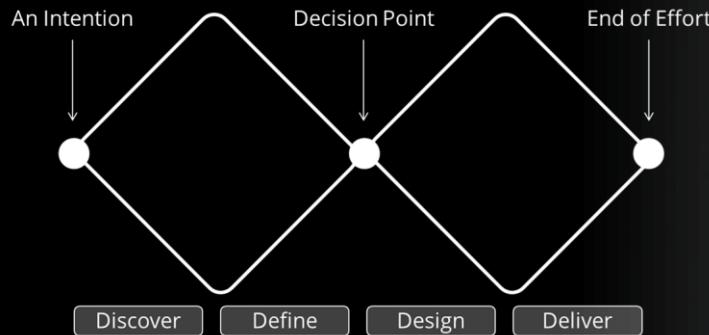
- Pilsen
- Espetinho



# Uma breve historinha...



# Estados mentais do DESIGN THINKING

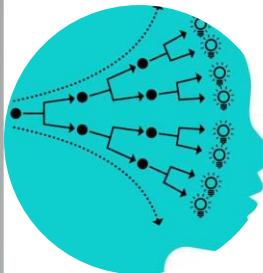




# DIVERGÊNCIA

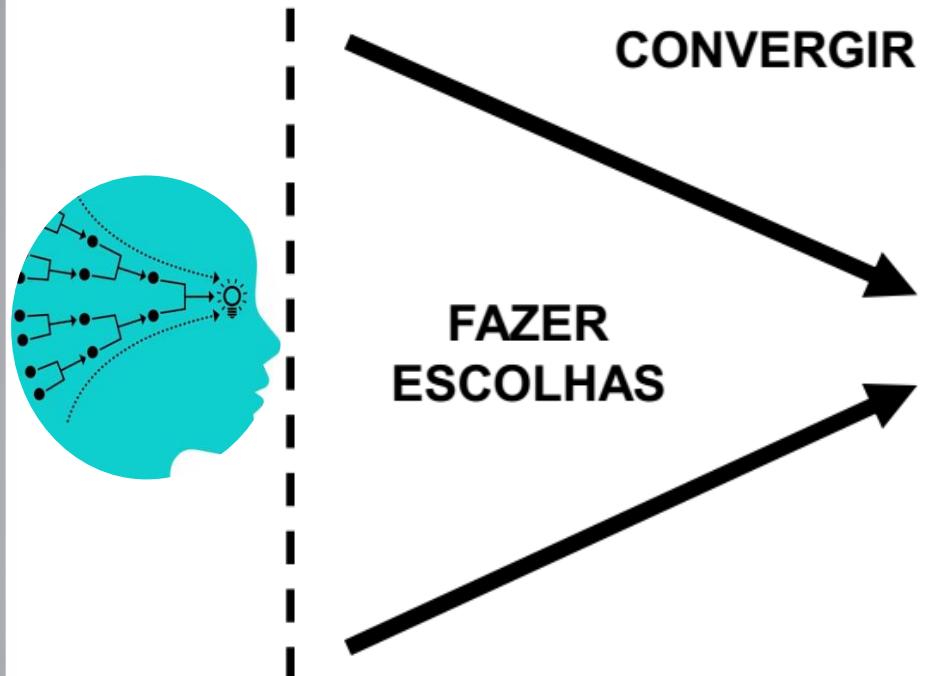
**DIVERGIR**

**CRIAR  
OPÇÕES**





# CONVERGÊNCIA





# ANÁLISE

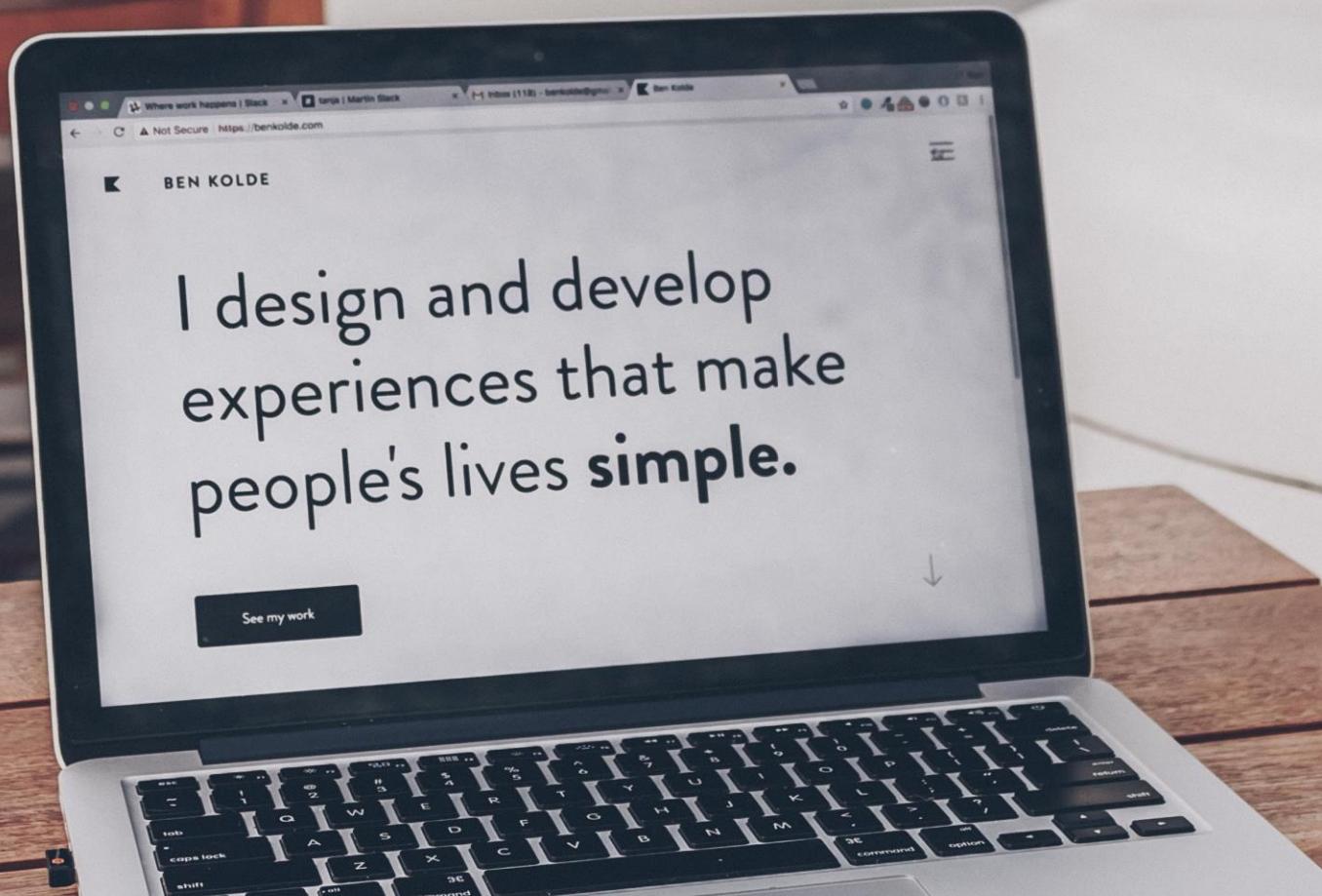
CAPACIDADE DE  
DECOMPOR PROBLEMAS  
COMPLEXOS EM PARTES  
MENORES, A FIM DE  
ENTENDÊ-LOS MELHOR.



# SÍNTSE

**PROCESSO CRIATIVO  
CAPAZ DE  
JUNTAR AS PARTES  
PARA CRIAR  
NOVAS IDEIAS  
COMPLETAS.**

# Os valores do DESIGN THINKING



# COLABO RAÇÃO



Photo by [rawpixel.com](#) on [Unsplash](#)

# EMPATIA

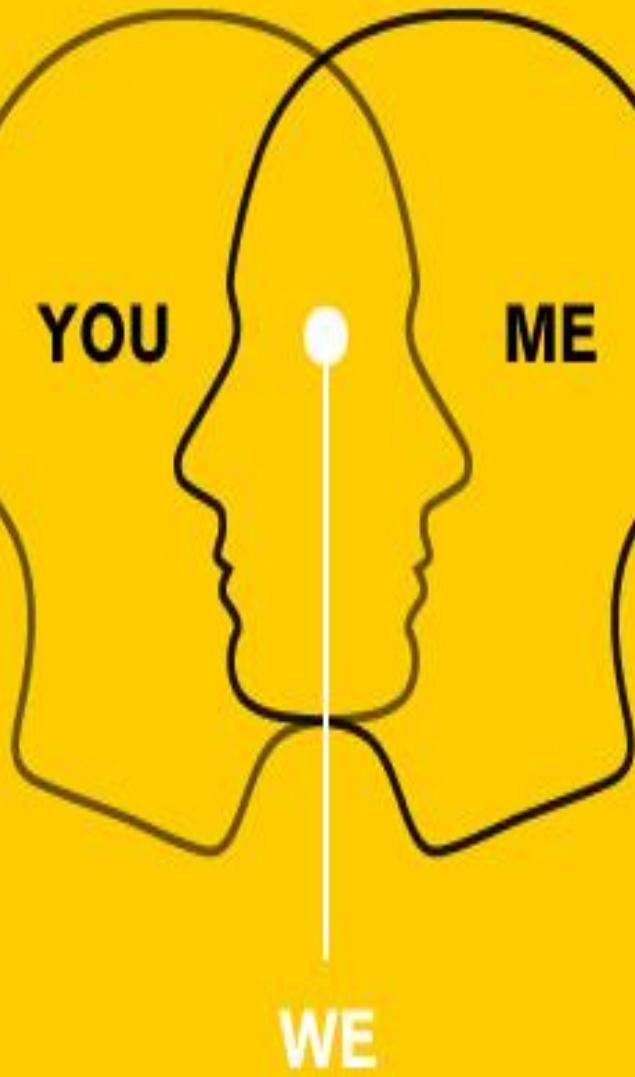


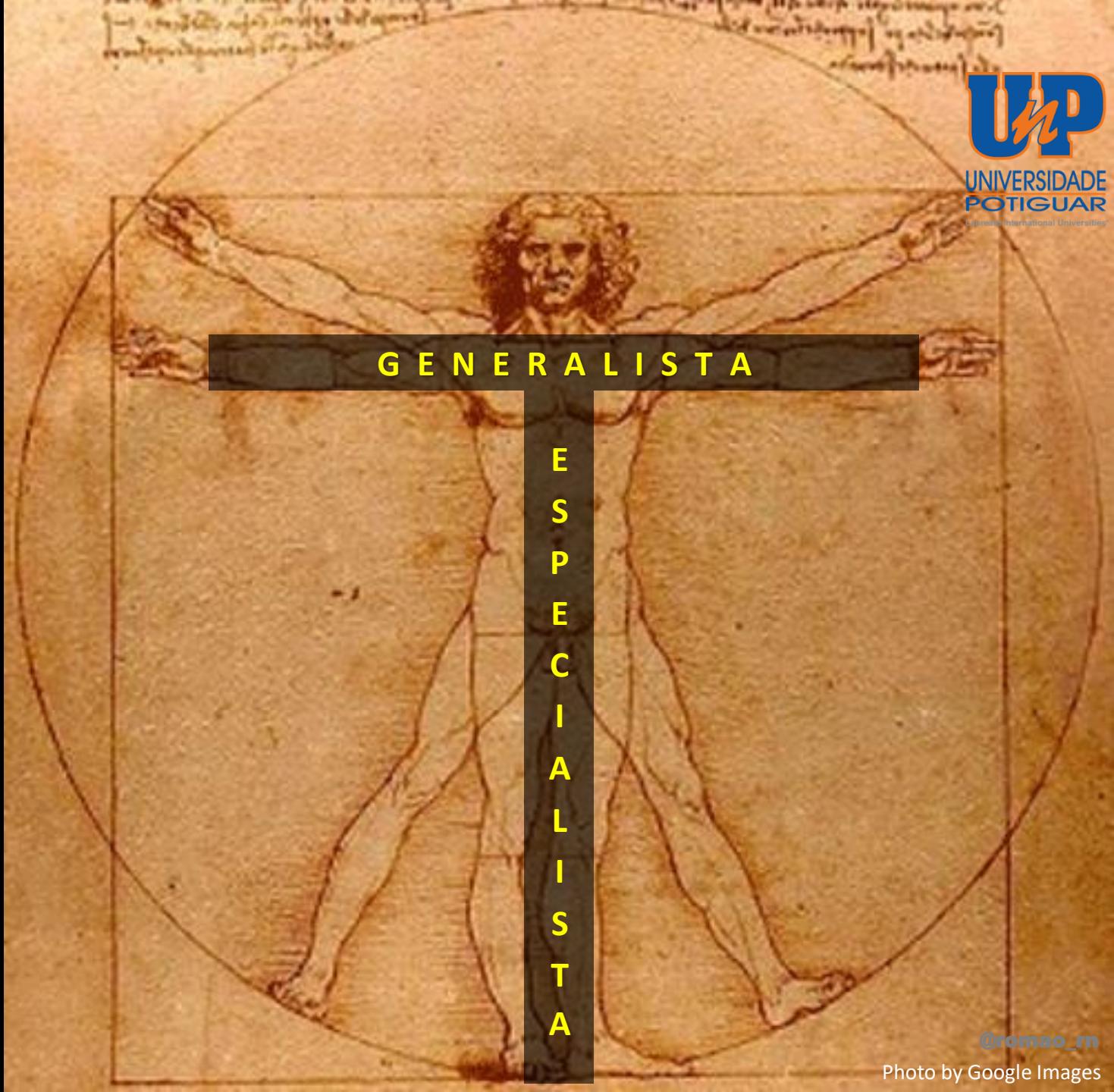
Photo by [www.theemotionmachine.com](#)

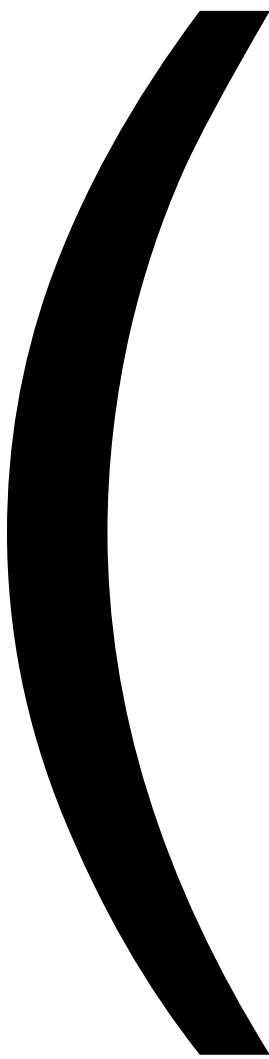
# EXPERIMEN TAÇÃO



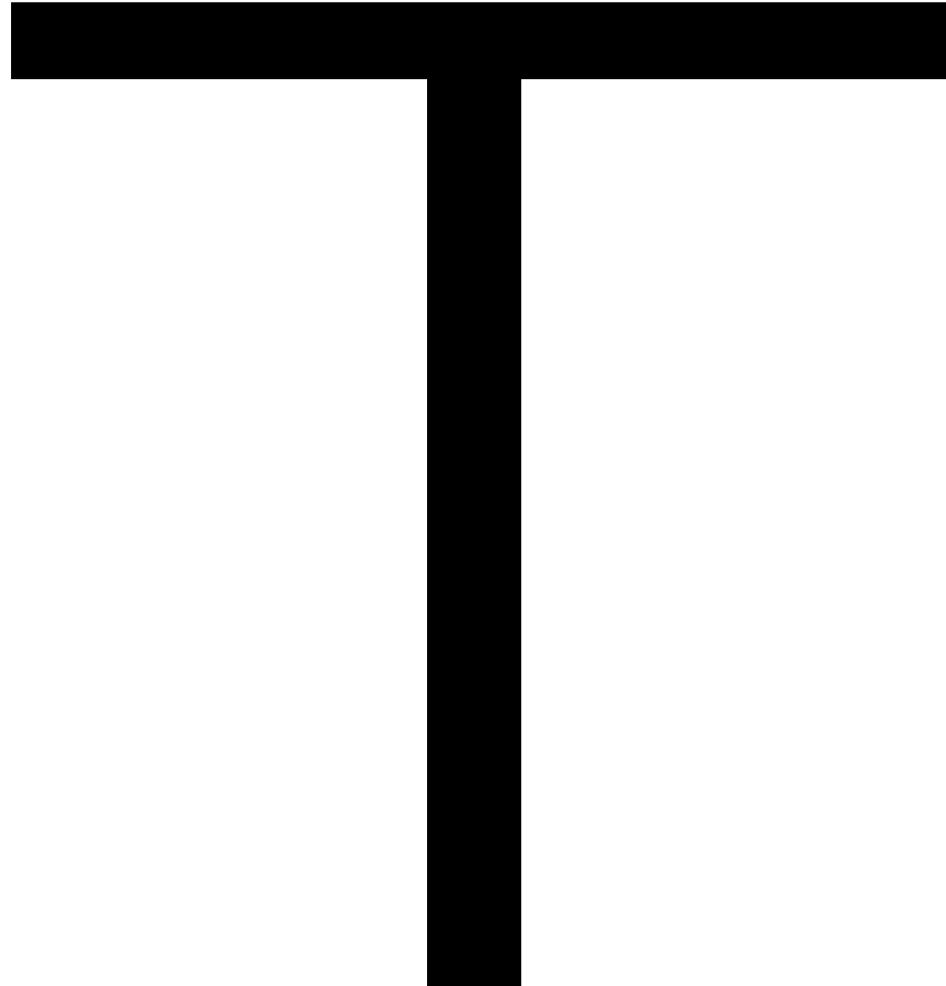
@romao\_rn

# COLABO R A C A O





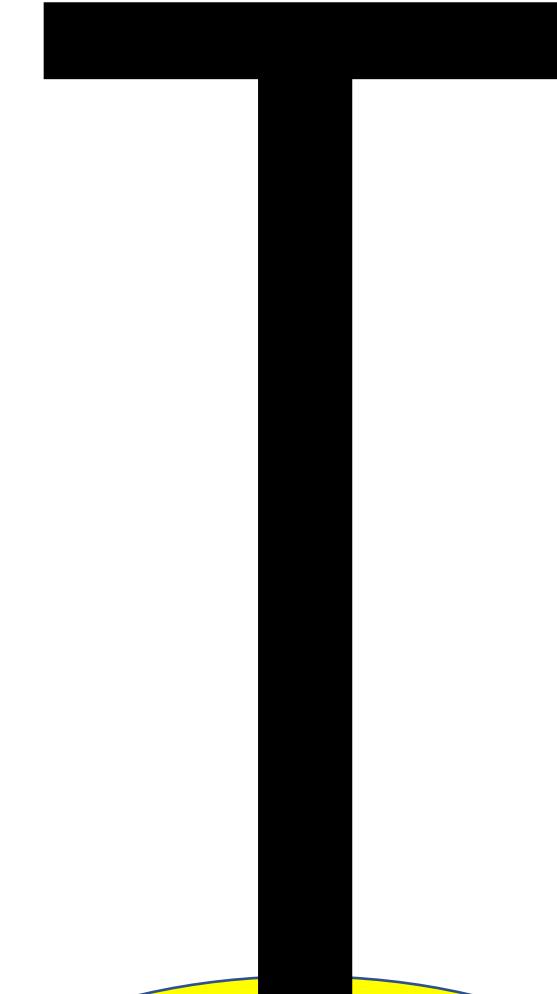
# PERFIL “T”





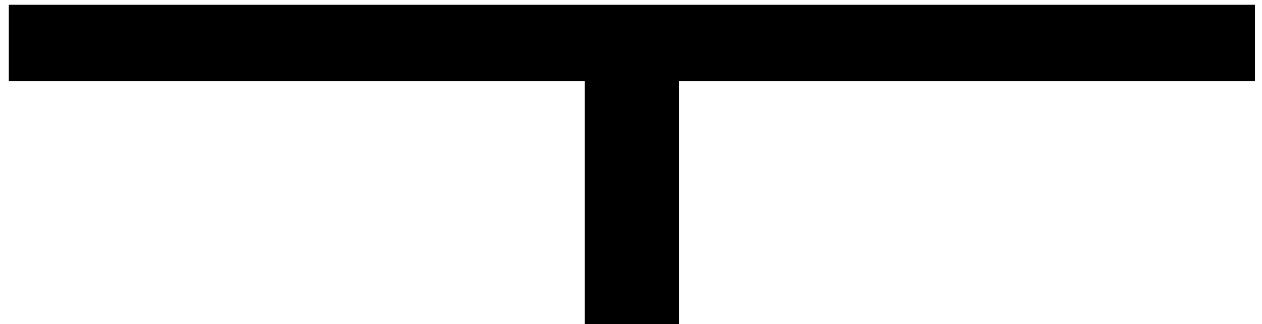
# PERFIL “T”

# PERFIL “T”

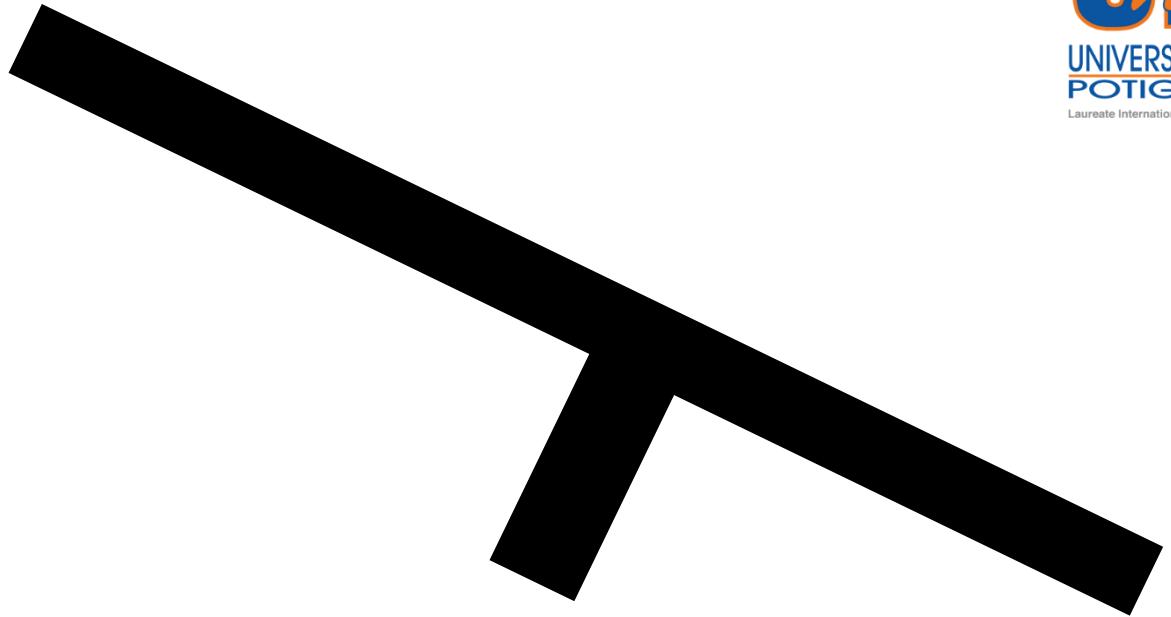


PROBLEMA

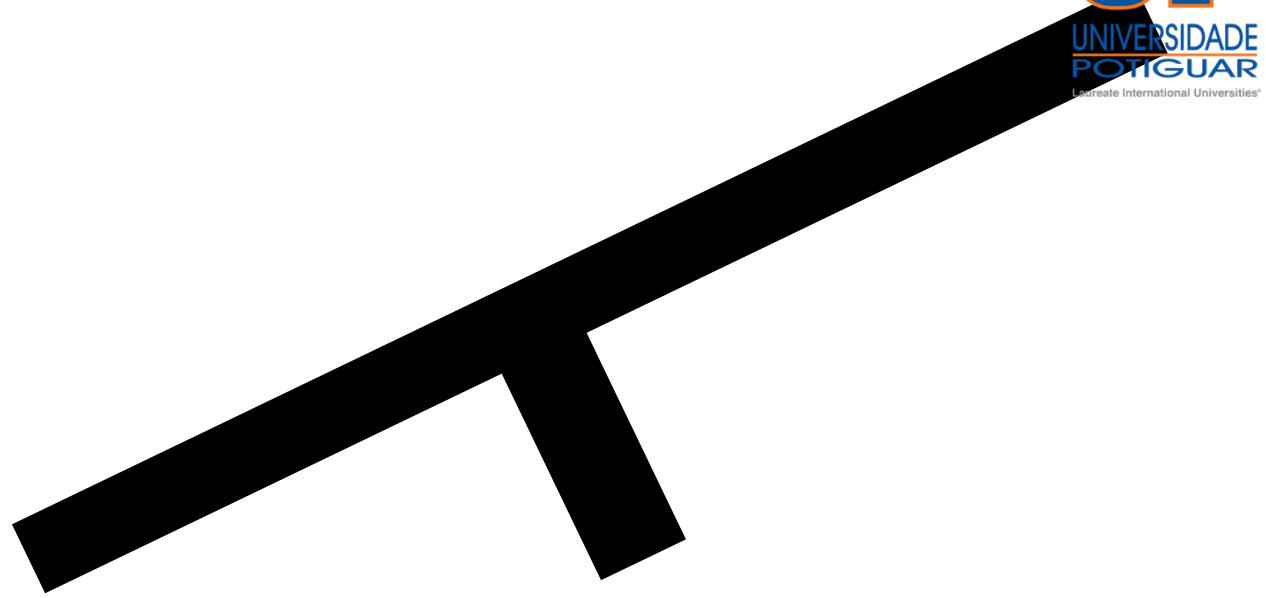
# PERFIL “T”



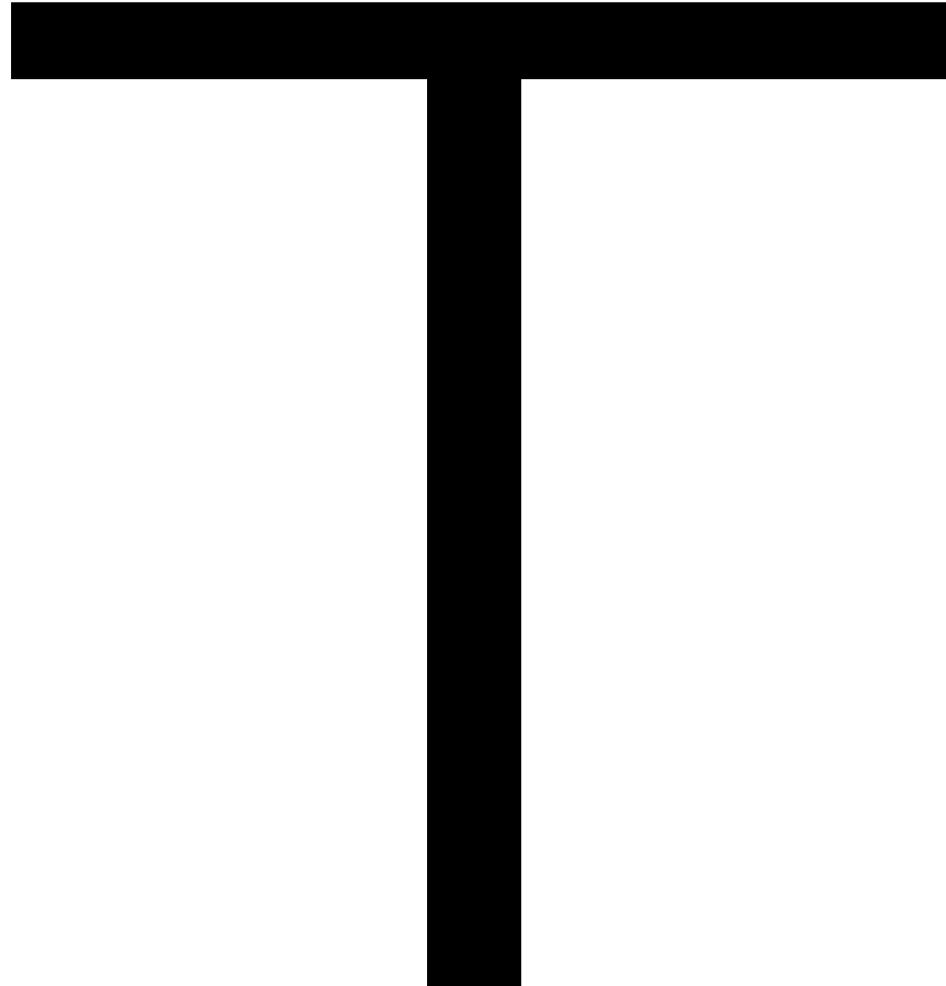
# PERFIL “T”



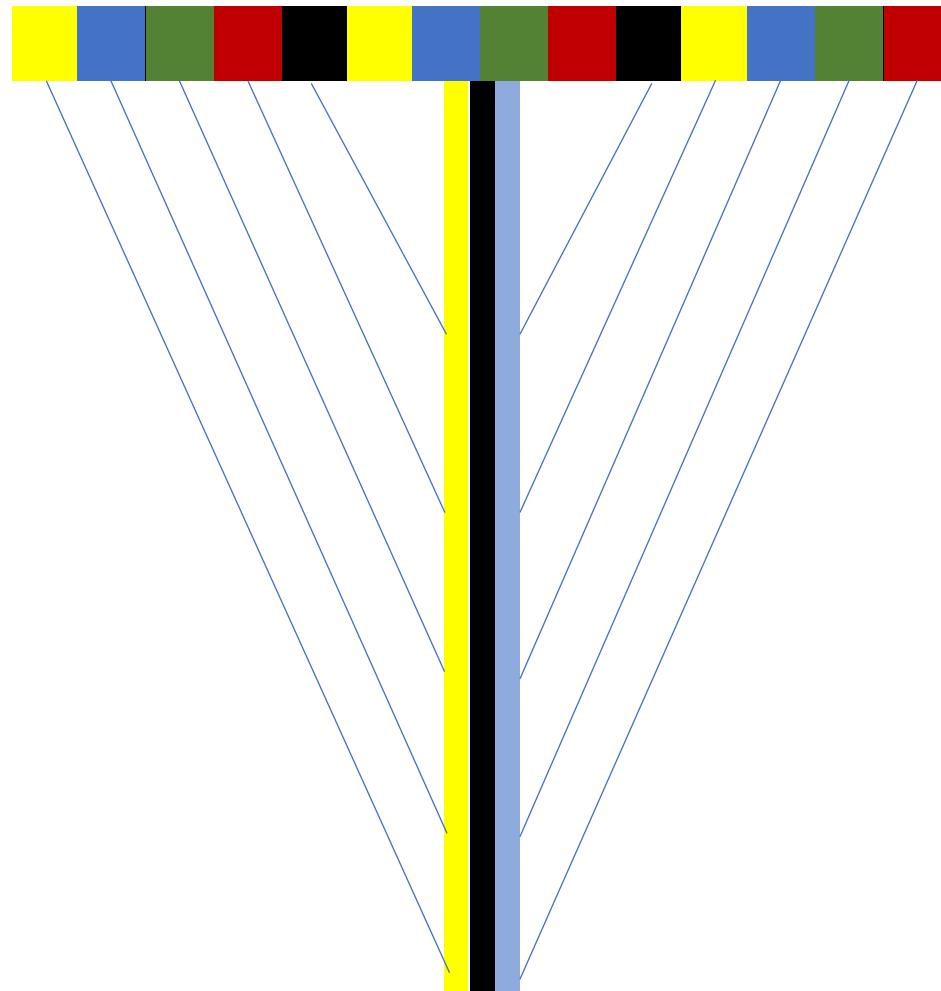
# **PERFIL “T”**

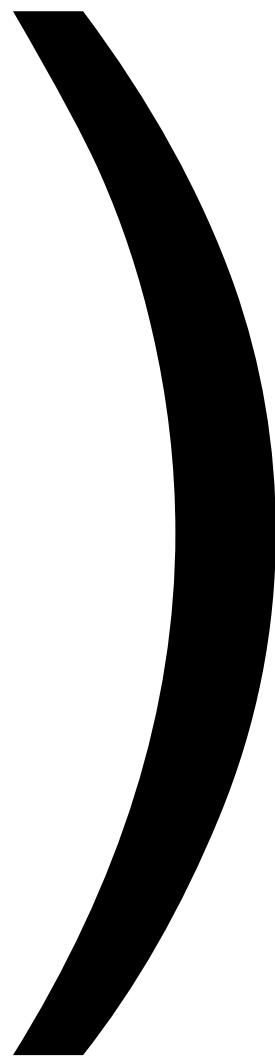


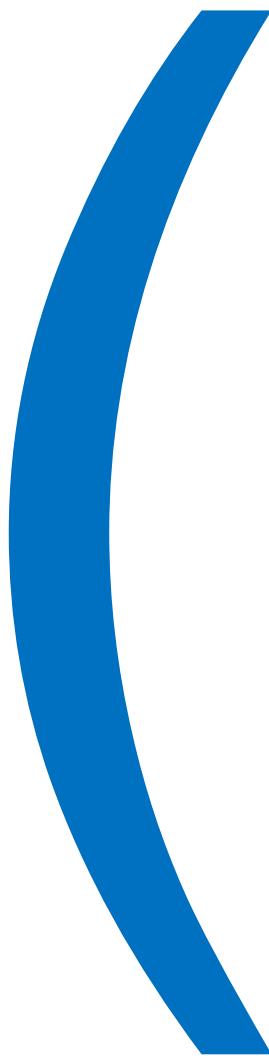
# PERFIL “T”

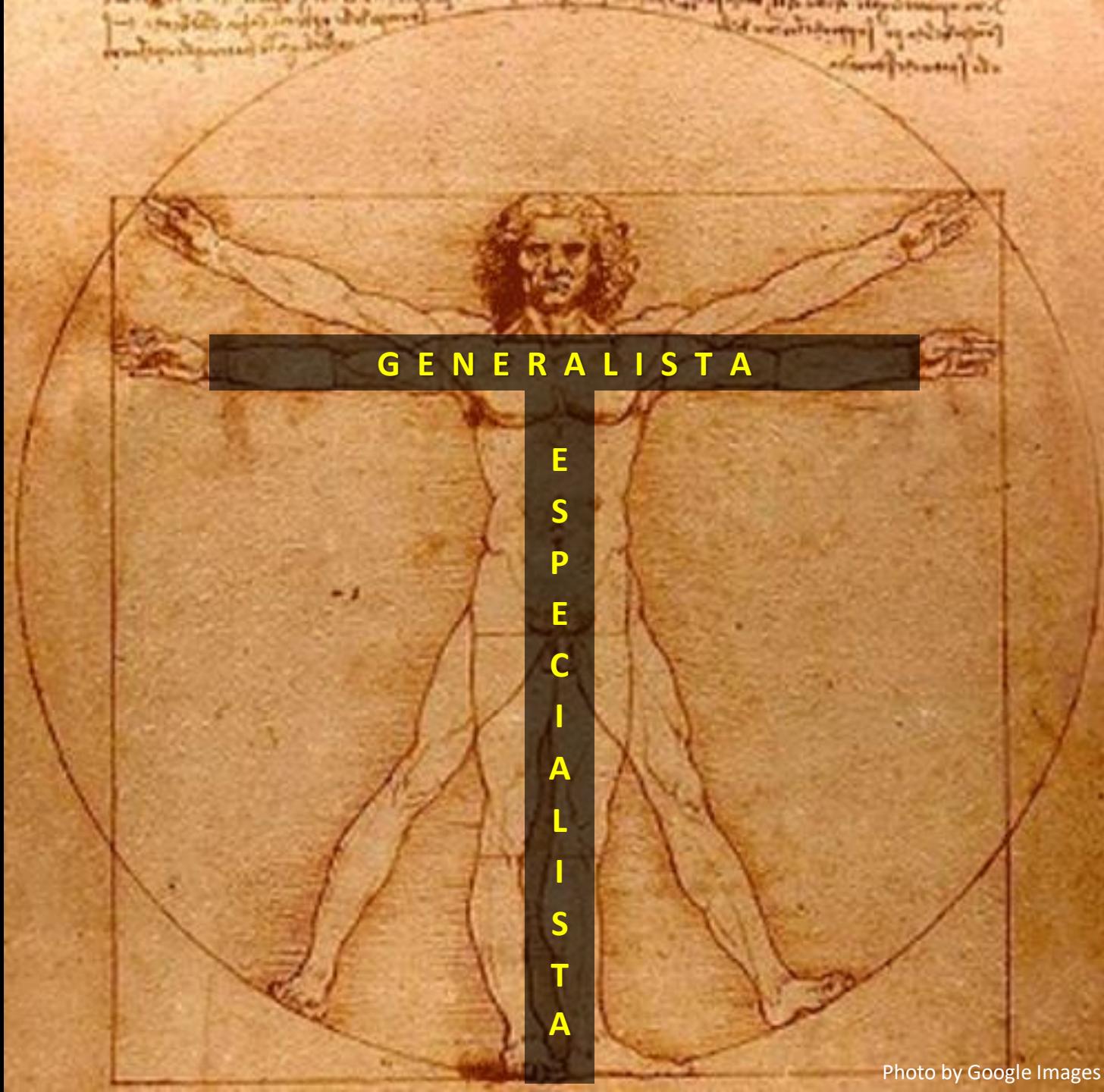


# PERFIL “T”





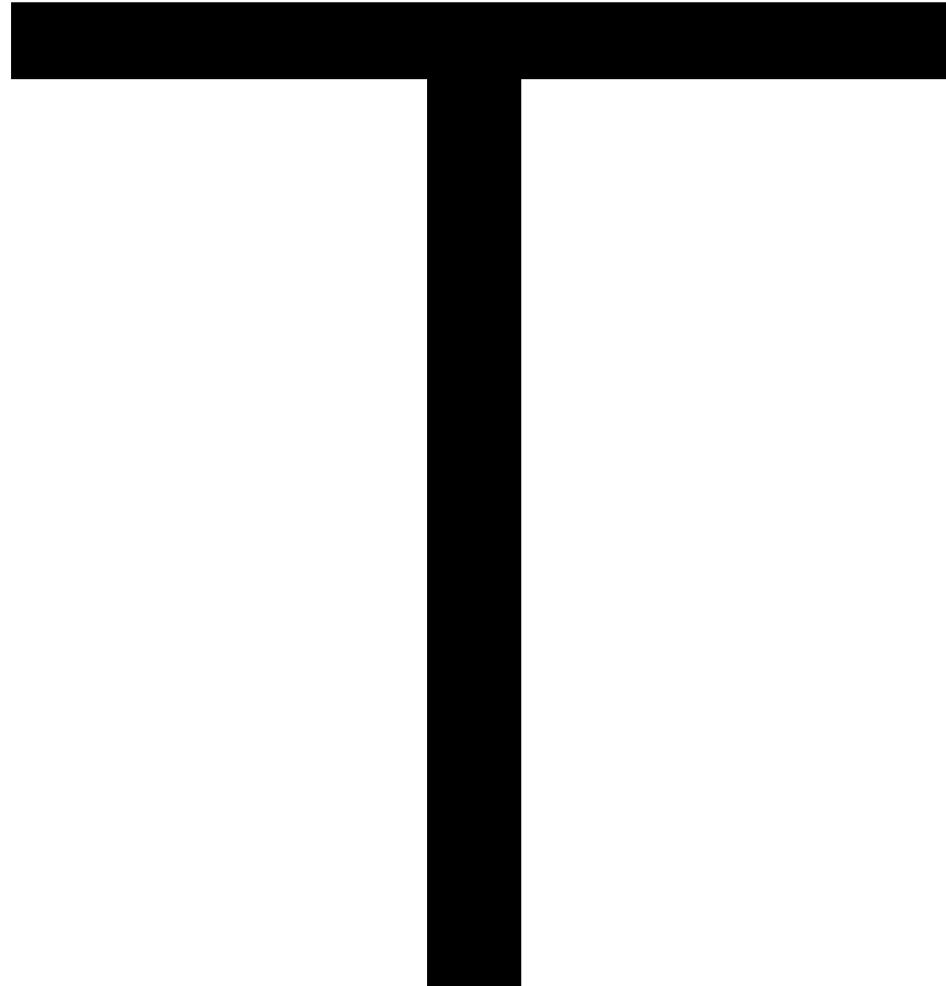




# Times **GENSPECIALISTAS**

E  
S  
P  
E  
C  
I  
A  
L  
I  
S  
T  
A

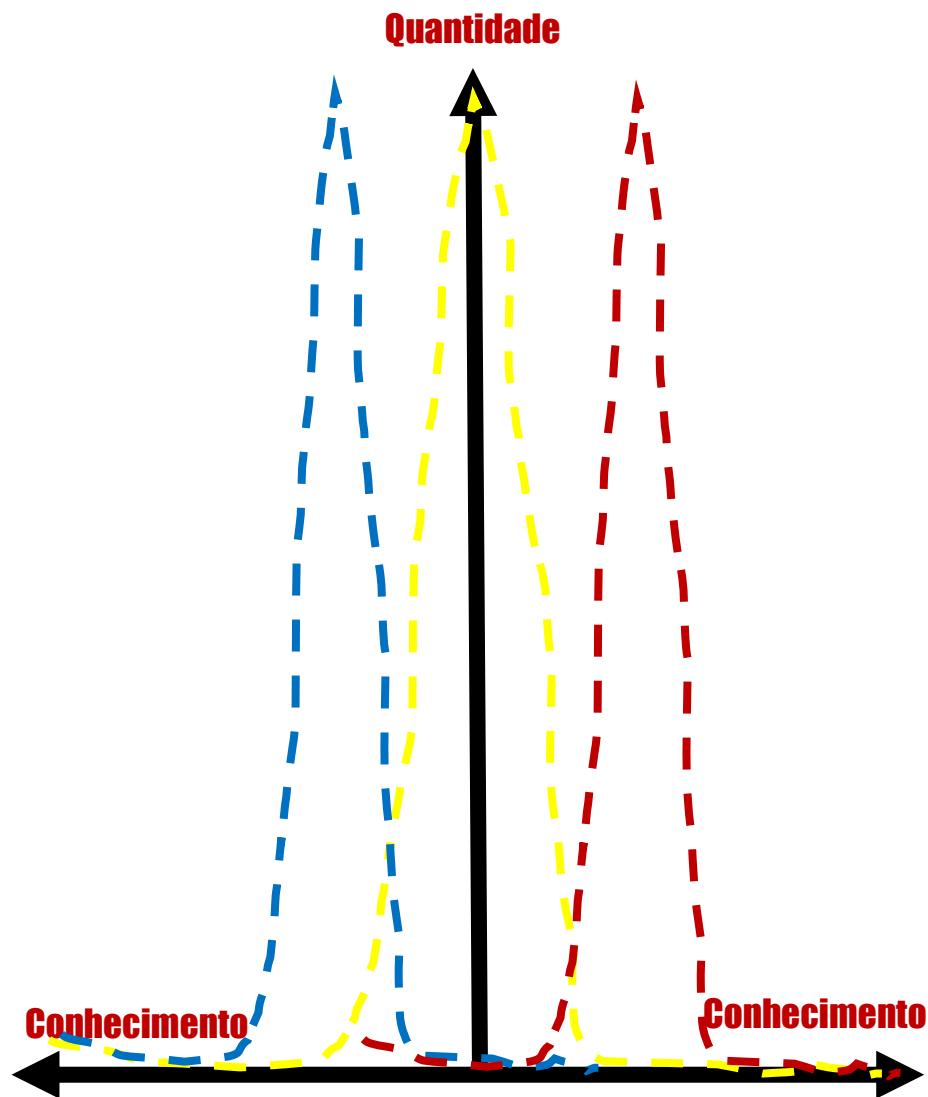
# PERFIL “T”

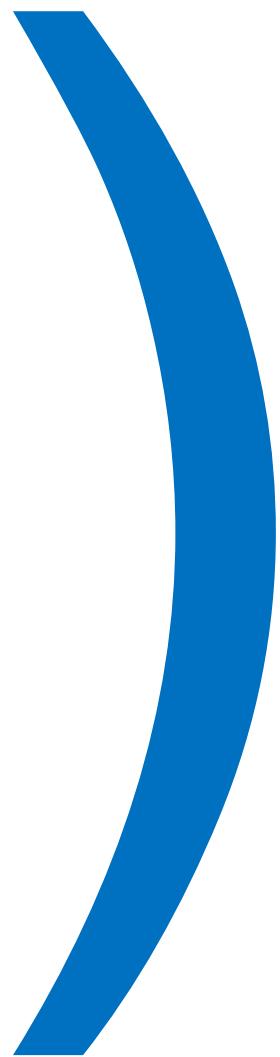


# Times Genspe cialistas



# Times Genspe cialistas





# EMPATIA



**Empatia** é  
se ver no rosto  
do seu cliente.



# EXPERIMENTAÇÃO



# Dica para implementar o **DESIGN THINKING**



**M**IND (mente)

**U**NCOMFORTABLE (desconfortável)

**V**OLATILITY

**U**NCERTAINTY

**C**OMPLEXITY

**A**MBIGUITY

# SOLUÇÃO ???

VOLATILITY

VISION

UNCERTAINTY

UNDERSTANDING

COMPLEXITY

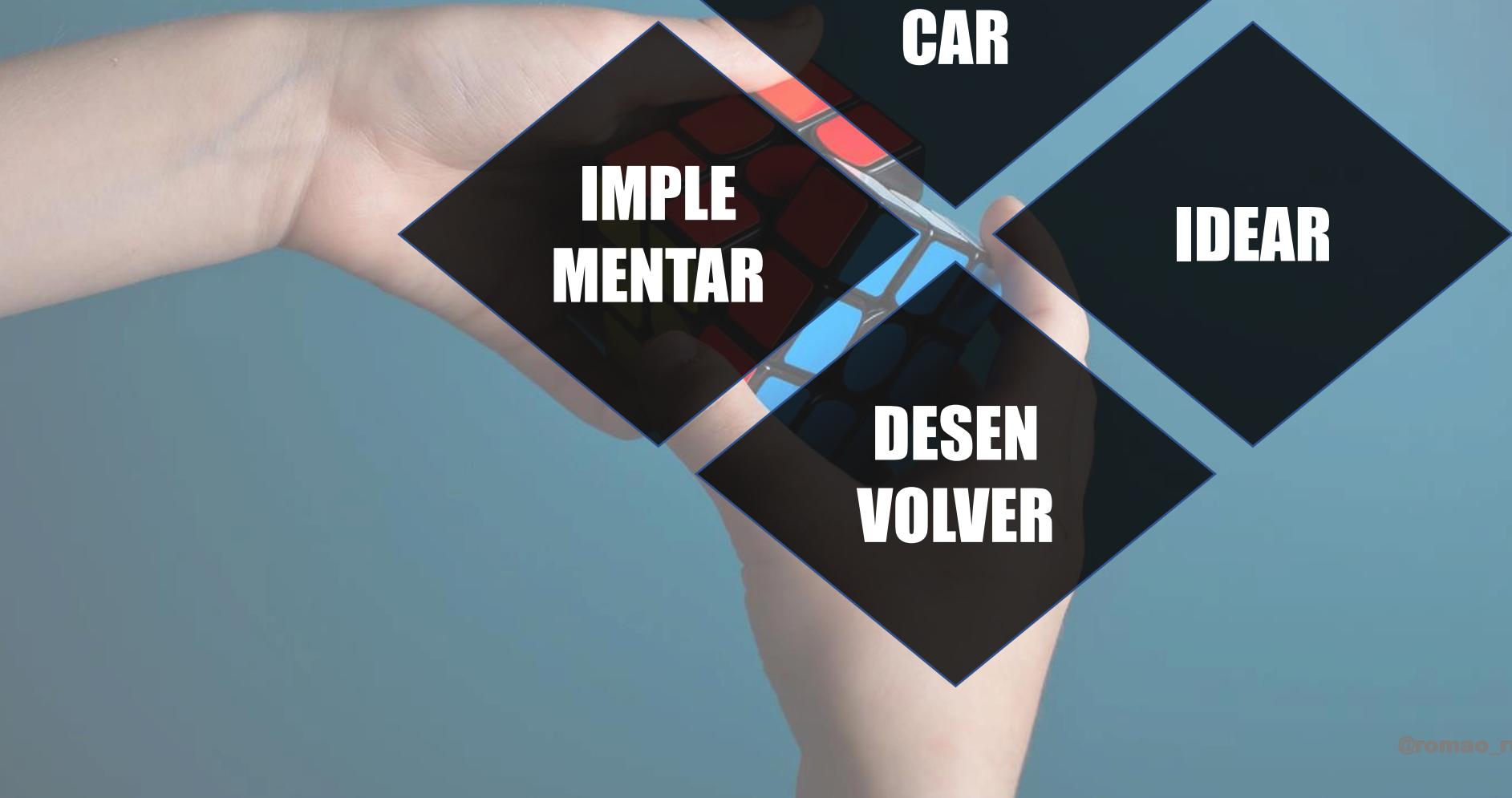
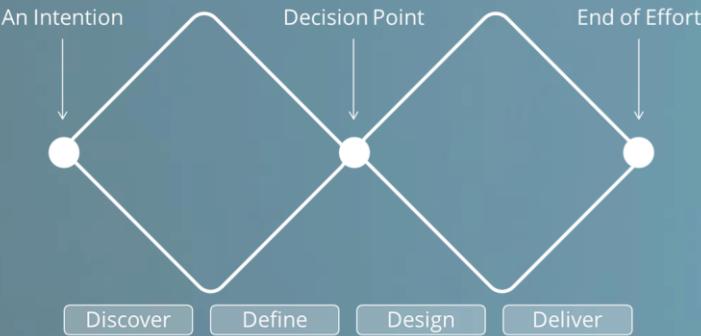
CLEARITY

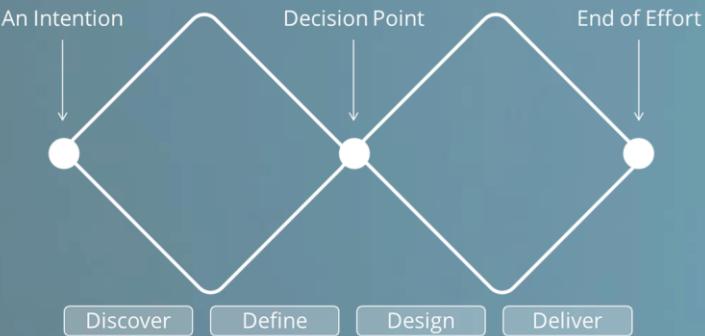
AMBIGUITY

AGILITY

# CREATIVE PROBLEM SOLVING-CPS







**CLARIFI  
CAR**

NÃO ADIANTA  
CAVAR BEM, SE  
ESTIVER CAVANDO NO  
LUGAR ERRADO.















500px

@romao\_m

Photo by 500px





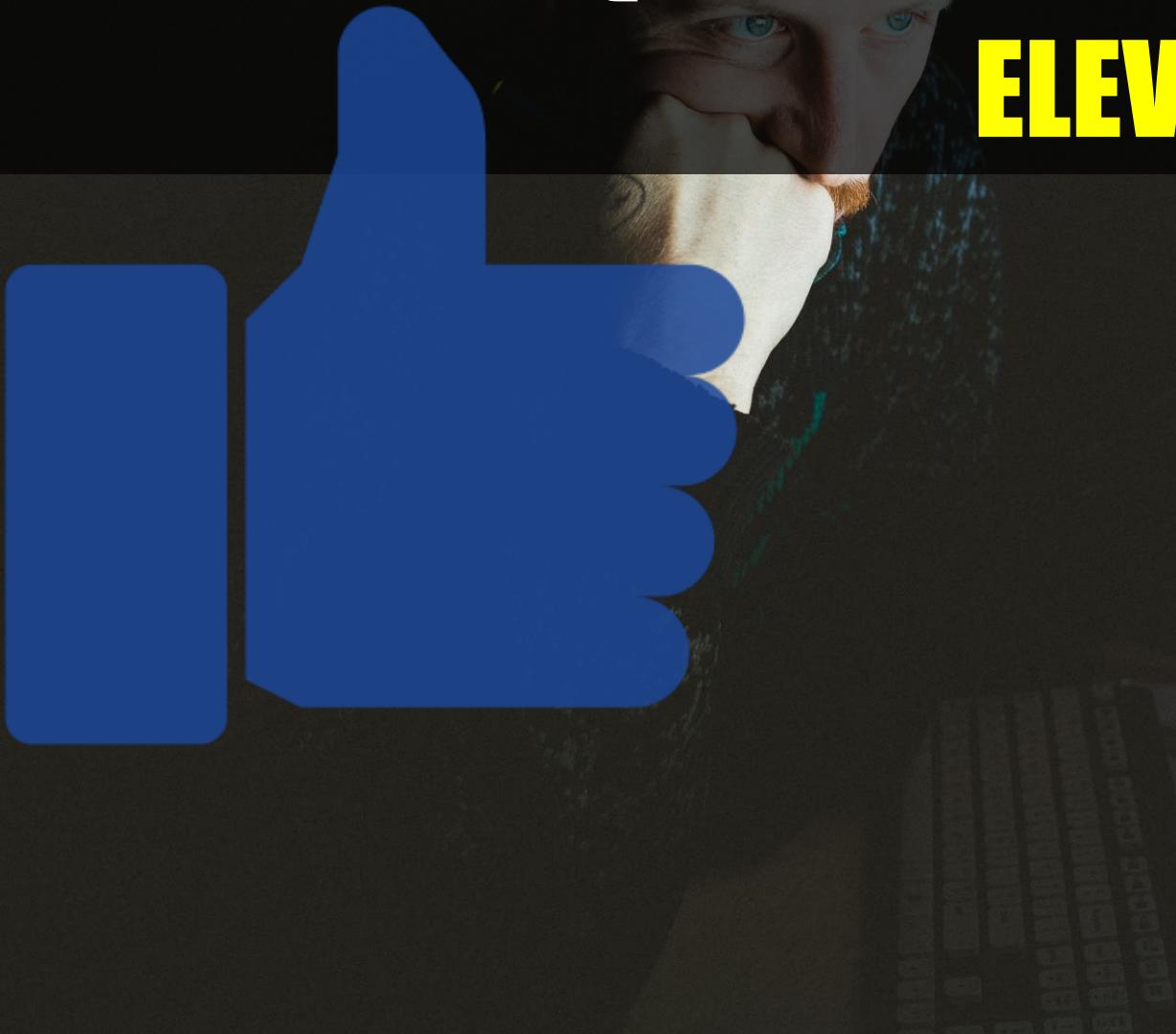




# COMO DEIXAR O ELEVADOR MAIS RÁPIDO?



# POR QUE AS PESSOAS ACHAM O ELEVADOR LENTO?



**CLARIFI  
CAR**

**FAÇA DIVERGÊNCIAS  
CONVERGÊNCIAS PARA  
ENCONTRAR A  
PERGUNTA CERTA!**



@romao\_rn

Image by Google Images

R E

[Narrador]  
E atenção! Se liga ai,  
que é hora da revisão.

$$A = \text{base} \cdot \text{altura}$$
$$m \cdot 6 \text{ cm} = 36 \text{ cm}^2$$

VOLATILITY

VISION

UNCERTAINTY

UNDERSTANDING

COMPLEXITY

CLEARITY

AMBIGUITY

AGILITY



DIVERGÊNCIA

CONVERGÊNCIA

ANÁLISE

SÍNTESE

# COLABORAÇÃO



Photo by [rawpixel.com](#) on [Unsplash](#)

# EMPATIA

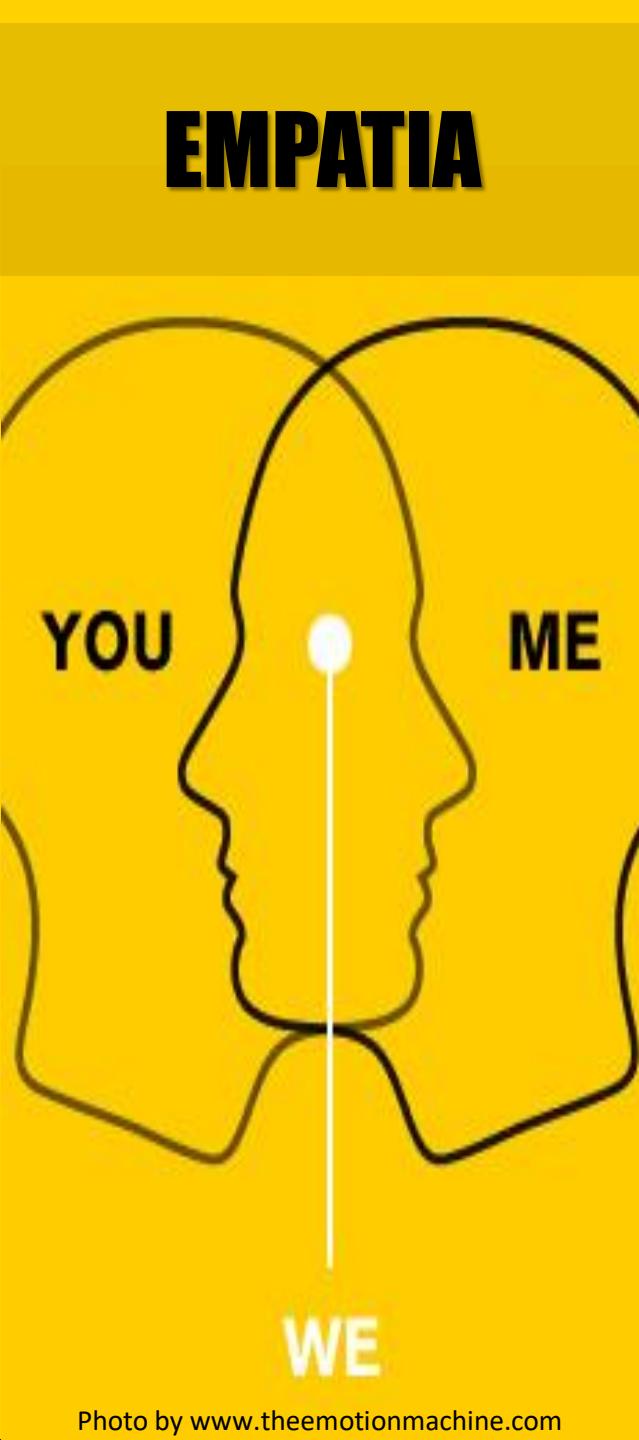


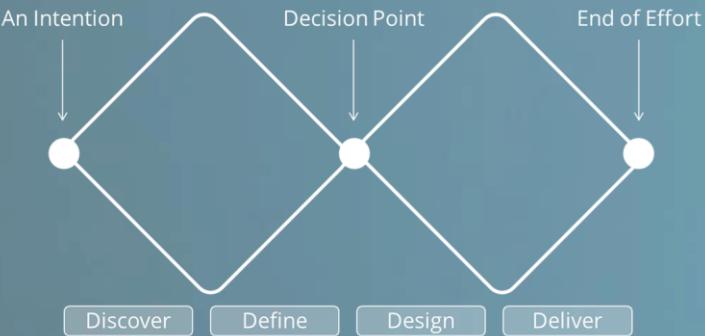
Photo by [www.theemotionmachine.com](#)

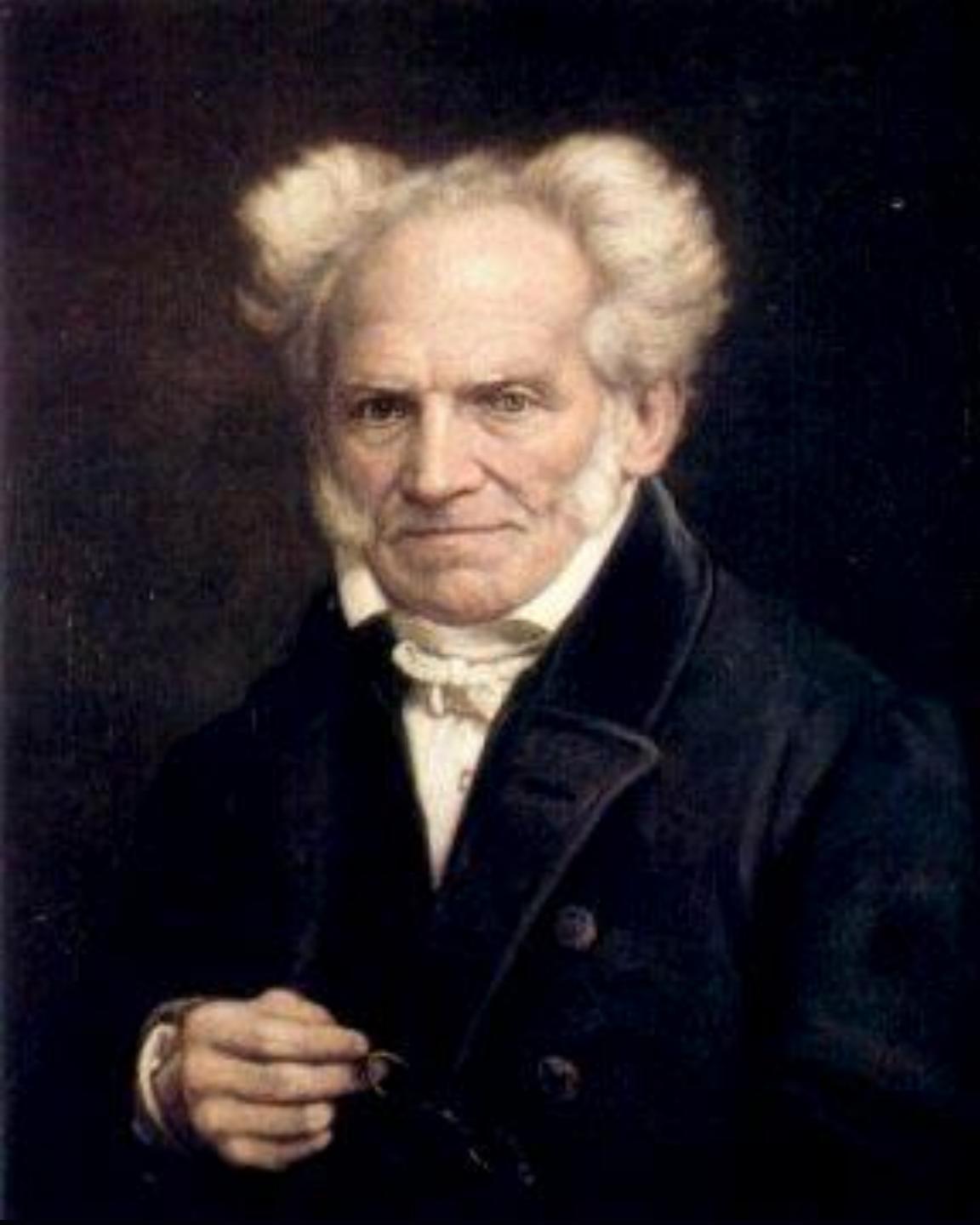
# EXPERIMENTAÇÃO



@romao\_rn

Photo by [www.boardofinnovation.com](#)



A portrait painting of Arthur Schopenhauer, a German philosopher. He is shown from the chest up, wearing a dark blue three-piece suit, a white cravat, and a white waistcoat. He has long, wavy, light-colored hair and is looking slightly to his left with a thoughtful expression. His right hand is visible, pointing towards the viewer.

"A tarefa não é ver  
aquilo que  
ninguém viu ainda,  
mas pensar o que  
ninguém ainda  
pensou sobre  
aquilo que todo  
mundo vê."

**ARTHUR  
SCHOPENHAUER**



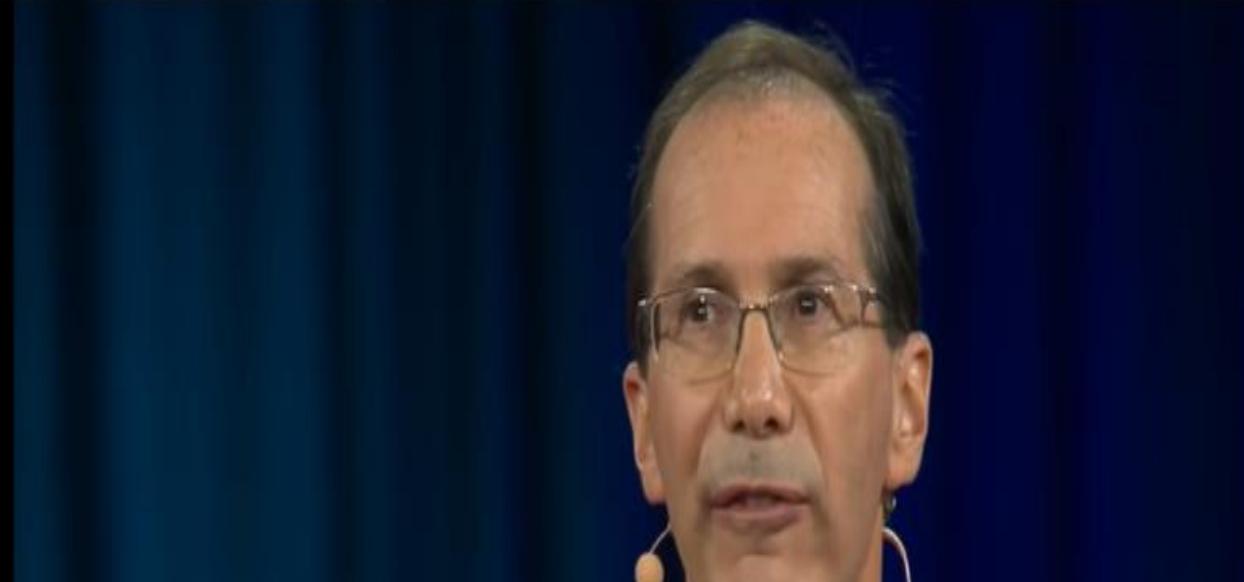
**T. HANKS**

**OBRIGADO**

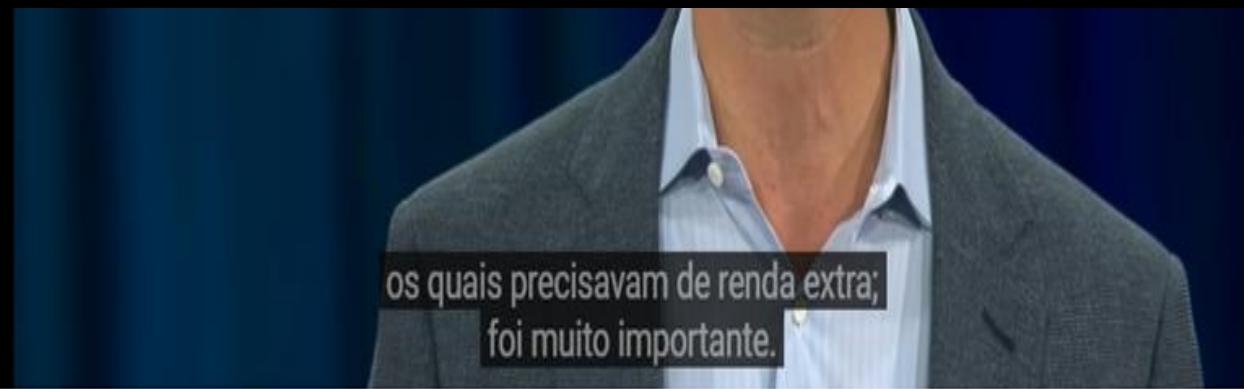
**BORA PRO ALMOÇO**

# EMPREENDEDORISMO





**<https://www.youtube.com/watch?v=bNpx7gpSqbY>**



@romao\_rn

The single biggest reason why start-ups succeed | Bill Gross

3.734.189 visualizações • 1 de jun. de 2015

79 MIL

1,5 MIL

COMPARTELHAR

SALVAR

...

CONVERGE+  
by Globant  
Reinvent the future:  
AI-powered organizations

September 17th

STEVE WOZNIAK



# ESTRATÉGIAS DE INOVAÇÃO

# STARTUP ENXUTA

# STARTUP ENXUTA (TOYOTISMO)



# STARTUP ENXUTA - DEFINIÇÃO

## STARTUP

“É UMA INSTITUIÇÃO HUMANA DESTINADA A CRIAR NOVOS PRODUTOS (BENS OU SERVIÇOS) SOB CONDIÇÕES DE EXTREMA INCERTEZA.” ERIC RIES

## ENXUTA

ELIMINAR ATIVIDADES SUPÉRFLUAS E CANALIZAR TODA NOSSA ENERGIA PARA A CRIAÇÃO DE VALOR.

---

Objetivo de uma startup é descobrir a coisa certa e criar – a coisa que os clientes querem e pelo qual pagarão – o mais rápido possível.

# STARTUP ENXUTA – PRINCÍPIOS

## EMPREENDEDORES ESTÃO POR TODA PARTE

Uma instituição humana projetada para criar novos produtos/serviços sob condições de grande incerteza.

## EMPREENDEER É ADMINISTRAR

Uma Startup é uma instituição e não um produto. Requer um novo tipo de gestão para seu contexto de extrema incerteza.

# STARTUP ENXUTA – PROCESSO “MVP”

## WHAT IS A MINIMUM VIABLE PRODUCT



**M**

Minimum

The most rudimentary,  
bare-bones foundation  
of the solution possible



**V**

Viable

Sufficient enough for  
early adopters

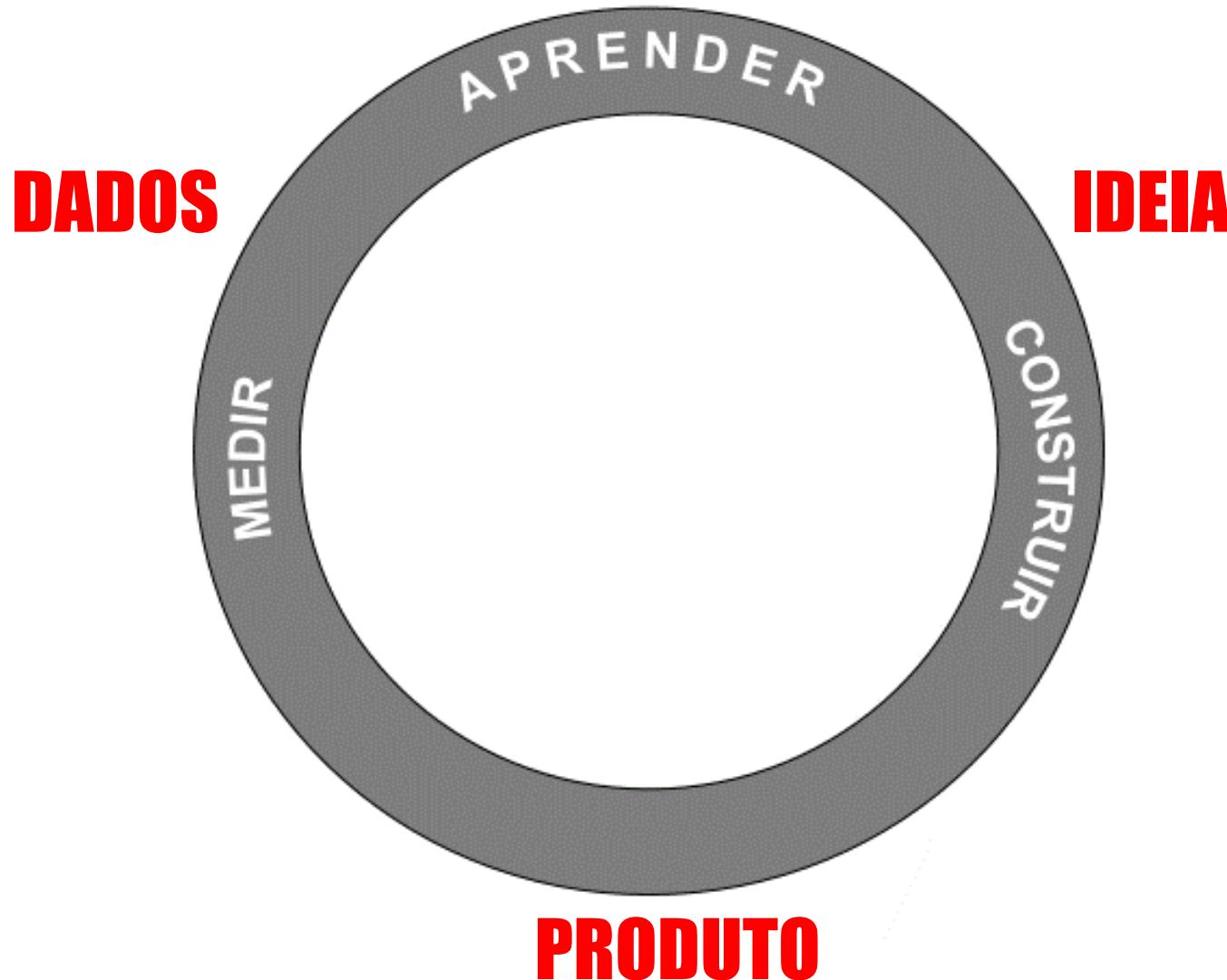


**P**

Product

Something tangible  
customers can touch  
and feel

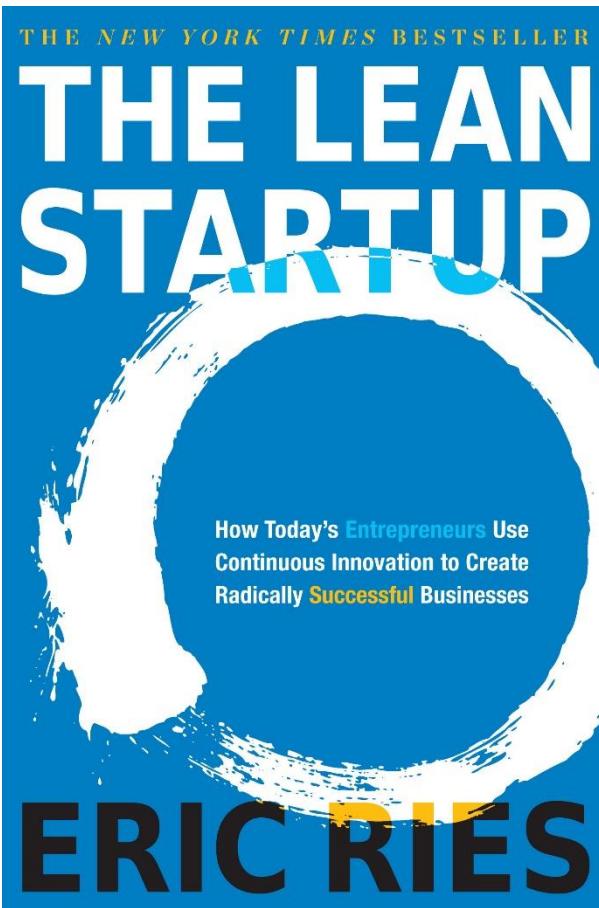
# STARTUP ENXUTA – CICLO DE FEEDBACK



# STARTUP ENXUTA – COMPARATIVOS

## MVP

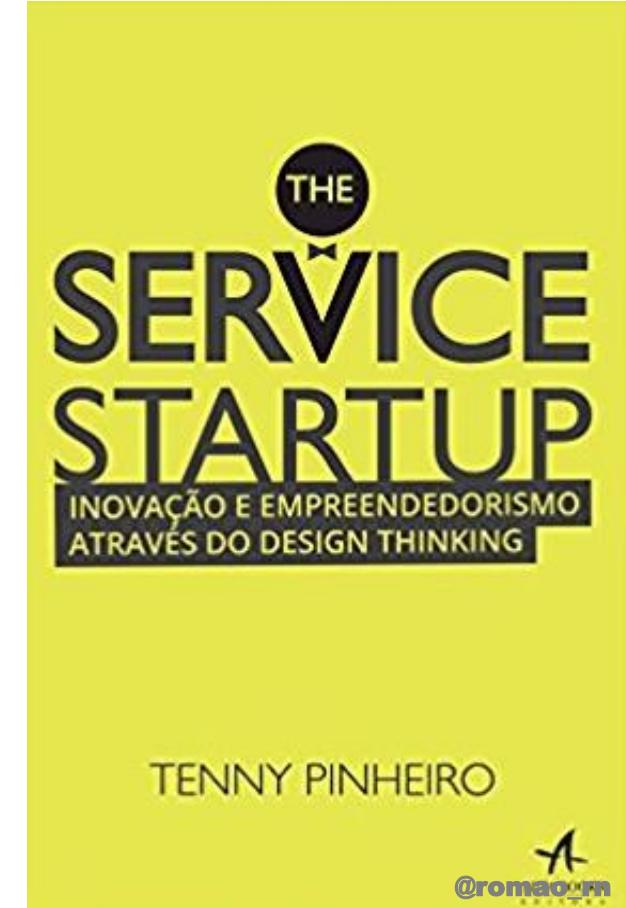
**Minimum Viable Product**  
(Produto Mínimo Viável)



- A versão mais simples possível
- Validação
- Testar hipóteses fundamentais
- Adquirir conhecimento

## MVS

**Minimum Valuable Service**  
(Serviço Mínimo de Valor)

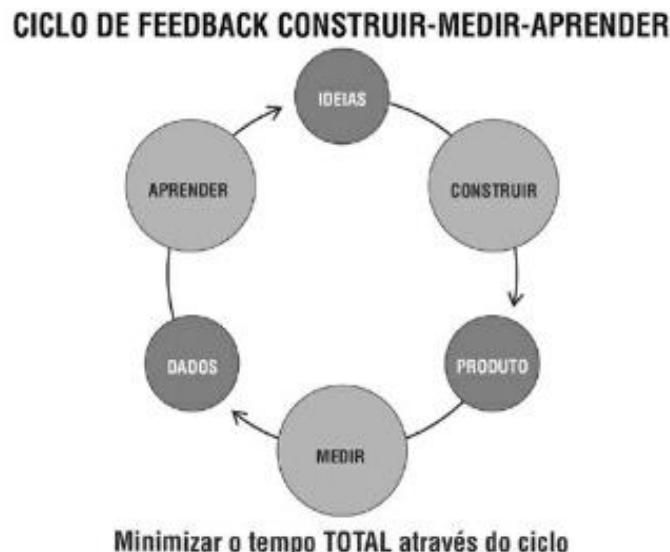




# STARTUP ENXUTA – COMPARATIVOS

## MVP

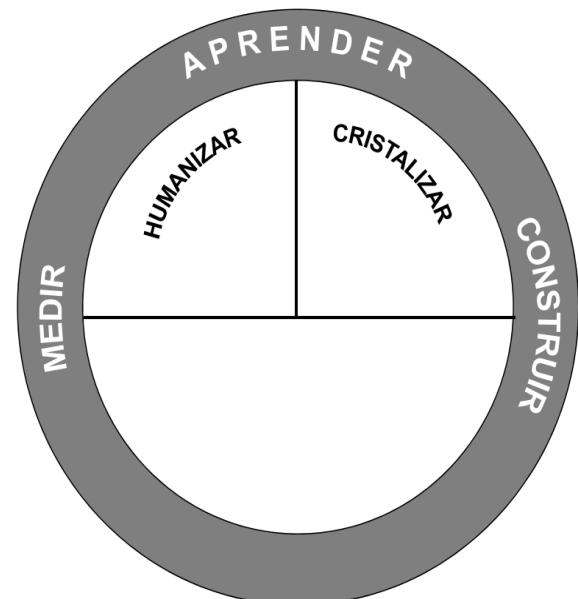
**Minimum Viable Product**  
(Produto Mínimo Viável)

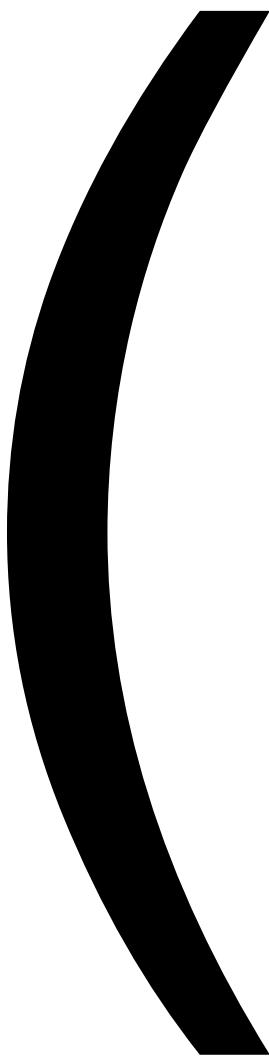


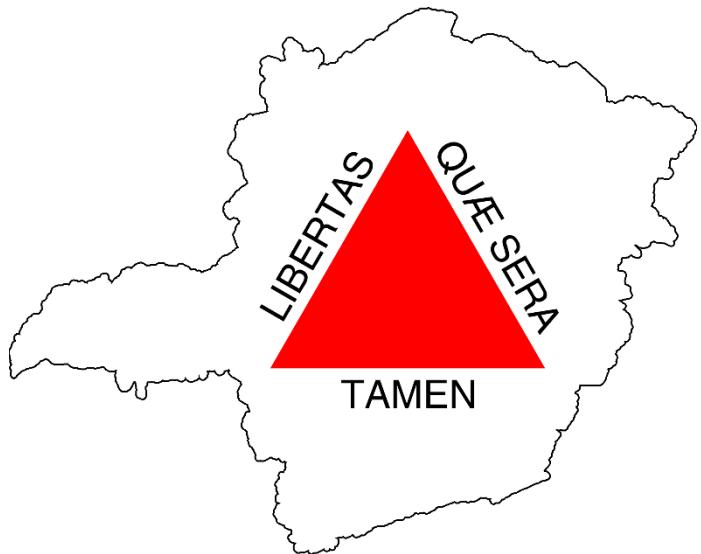
- A versão mais simples possível
- Validação
- Testar hipóteses fundamentais
- Adquirir conhecimento

## MVS

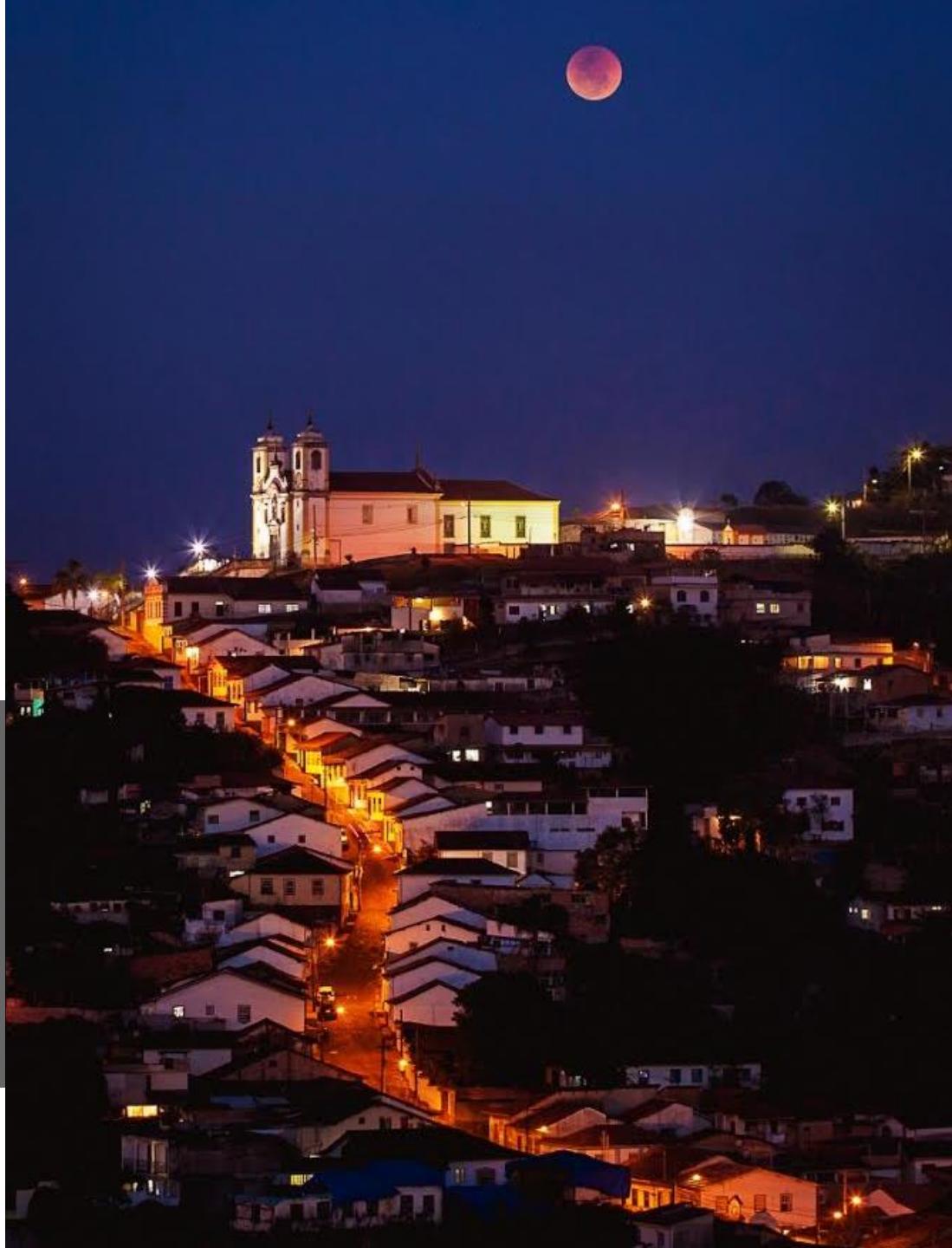
**Minimum Valuable Service**  
(Serviço Mínimo de Valor)





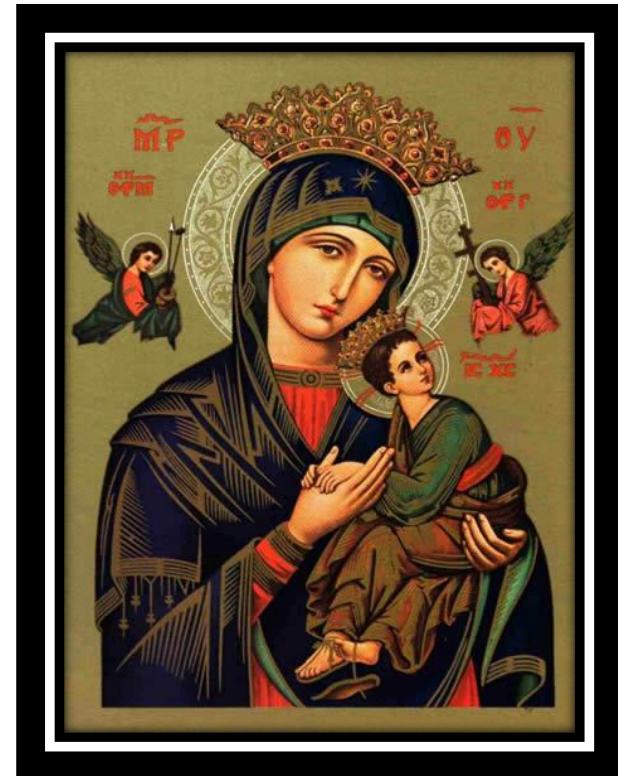


**MAIS UM  
EXEMPLO**





**Nossa Senhora  
Aparecida**



**Nossa Senhora  
do Perpétuo Socorro**



# Linguagem

## MVP

### Minimum Viable Product

(Produto Mínimo Viável)

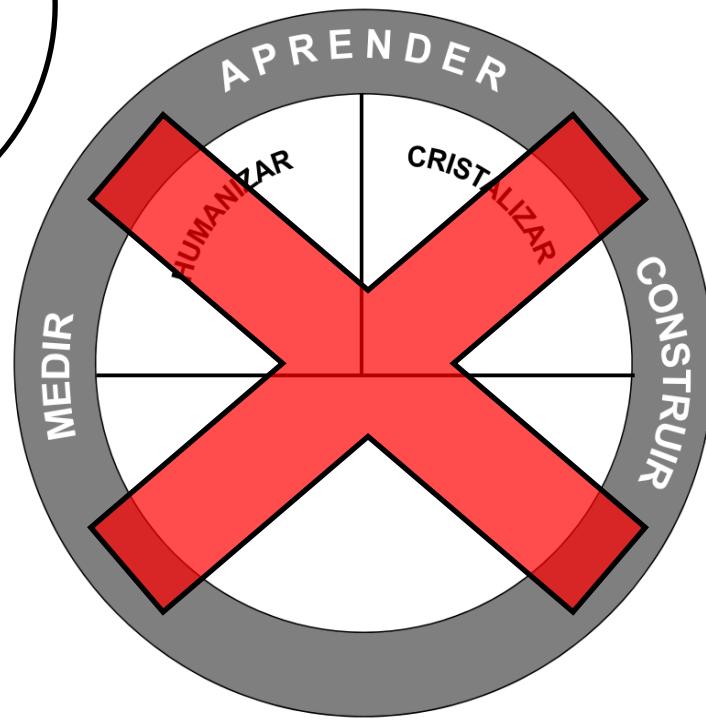
- A versão mais simples possível
- Validação
- Testar hipóteses fundamentais
- Adquirir conhecimento

# MVS

**Minimum Valuable Service**  
(Serviço Mínimo de Valor)



## Linguagem



## Diálogo entre 2 mineiros

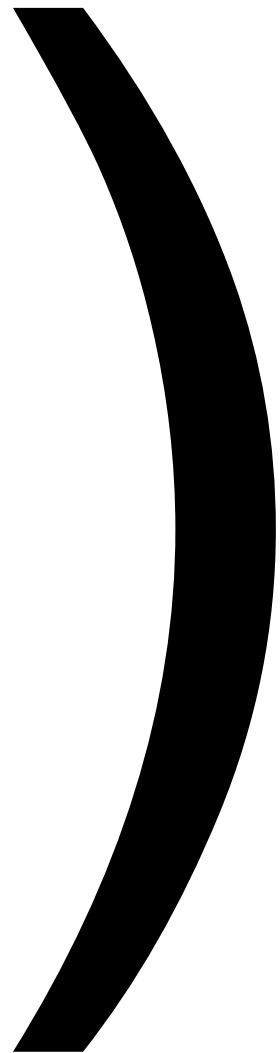


- Noksetá?
- Tokicocê.
- Nondikikocê?
- Trazdocêssô.
- Faverdadsô. Oncocetá?
- Otoonkocetá.
- Maonkotô?
- Onkocetássô??? Cetáonkotô!
- Numtotivenusô!
- Toinai!
- Yondéokinoisvai?
- Cevaoncovô?
- Issossêisso. Maoncocevai?
- Vococê!
- Covococêissossei! Maoncovocossê?
- Seindanausá? Ticontásso!
- Xotifalá. Socevaionconumgodi-cevaissó, sô!
- Nenchusakussô! Sototifalano-ototifalu!
- Tobrincânusso.
- Godissunão!
- Tocheganai.
- Tspér!

# Linguagem de Programação

## Ocê++

- Noksetá?
- Tokicocê.
- Nondikikocê?
- Trazdocêssô.
- Faverdadsô. Oncocetá?
- Otoonkocetá.
- Onkocetássô??? Cetaonkotô!
- Numtotivenusô! Toinai!
- Nondéokinoisvai?
- Cevaoncovô?
- Issossêisso. Maoncocevai?
  - Vococê!
- Covococêissossei! Maoncovocossê?
  - Seindanausá? Ticontásso!
- Xotifalá. Socevaionconumgodi-cevaissó, sô!
  - Nenchusakussô! Sototifalano-ototifalu!
  - Tobrincânusso.
  - Godissunão!
  - Tocheganai.
  - Tspér!





YouTube BR

startup enxuta ted



1.00

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



**Porque a melhor coisa em ser  
um empreendedor desconhecido,**

@romao\_rn

|| ▶ 🔍 0:50 / 3:53

Lições da Startup Enxuta.mp4

Próximo

REPRODUÇÃO AUTOMÁTICA 

5.595 visualizações • 25 de abr. de 2012

40   0   COMPARTELHAR   SALVAR   ...

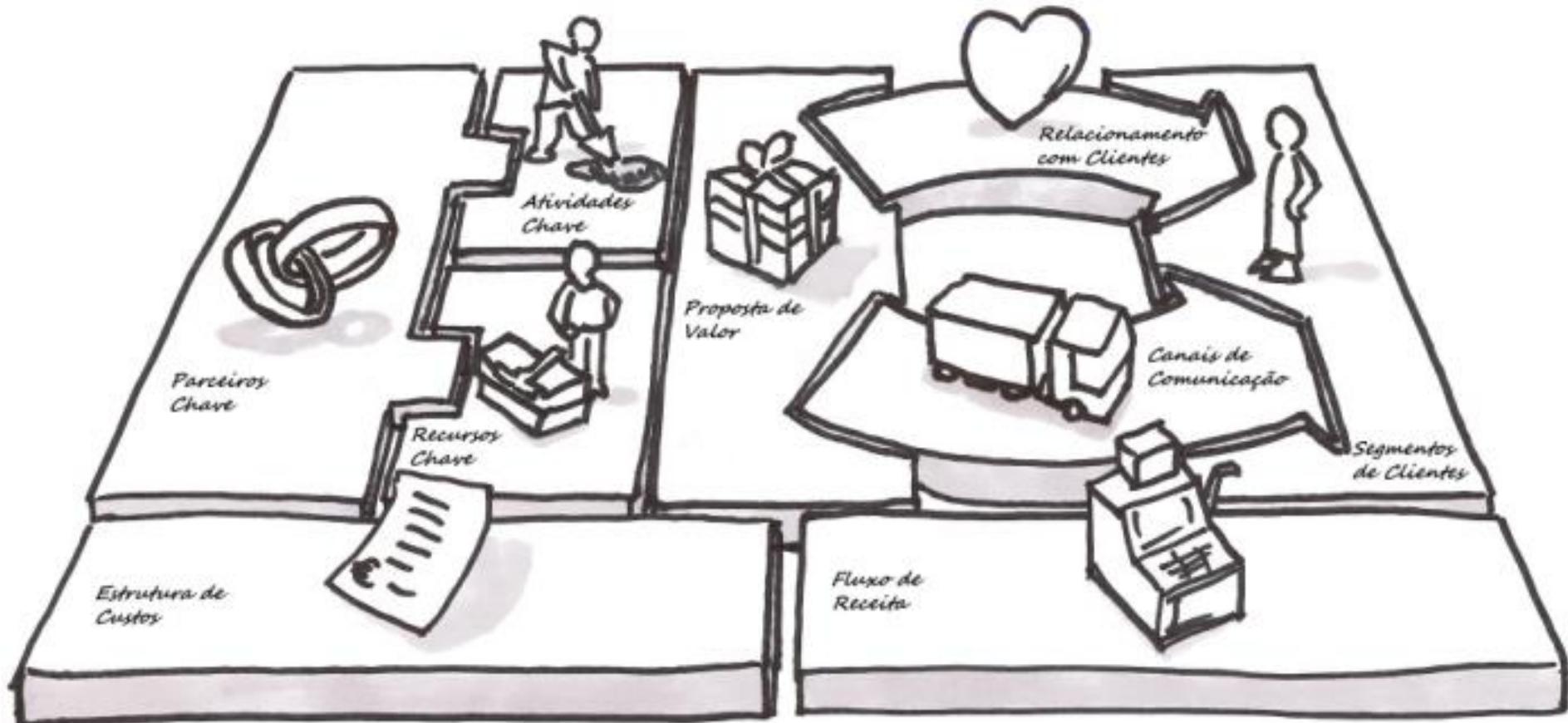
[Livro] A startup enxuta | Eric  
Ries [microaula]

# BUSINESS MODEL CANVAS

## Proposta inicial do Osterwalder para Modelo de Negócio



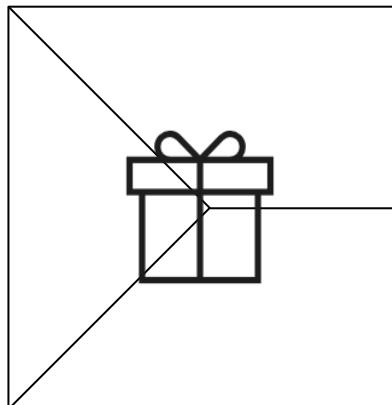
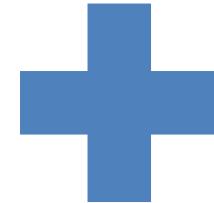
# BUSINESS MODEL CANVAS



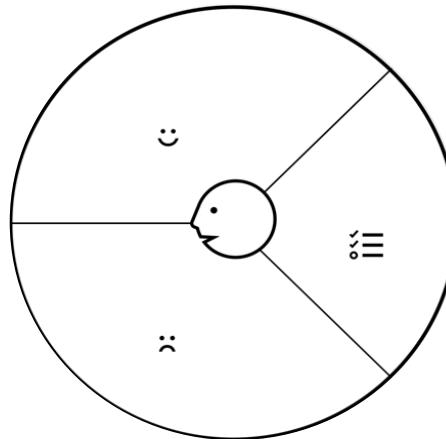
# BUSINESS MODEL CANVAS



**BUSINESS  
MODEL CANVAS**



**VALUE PROPOSITION**

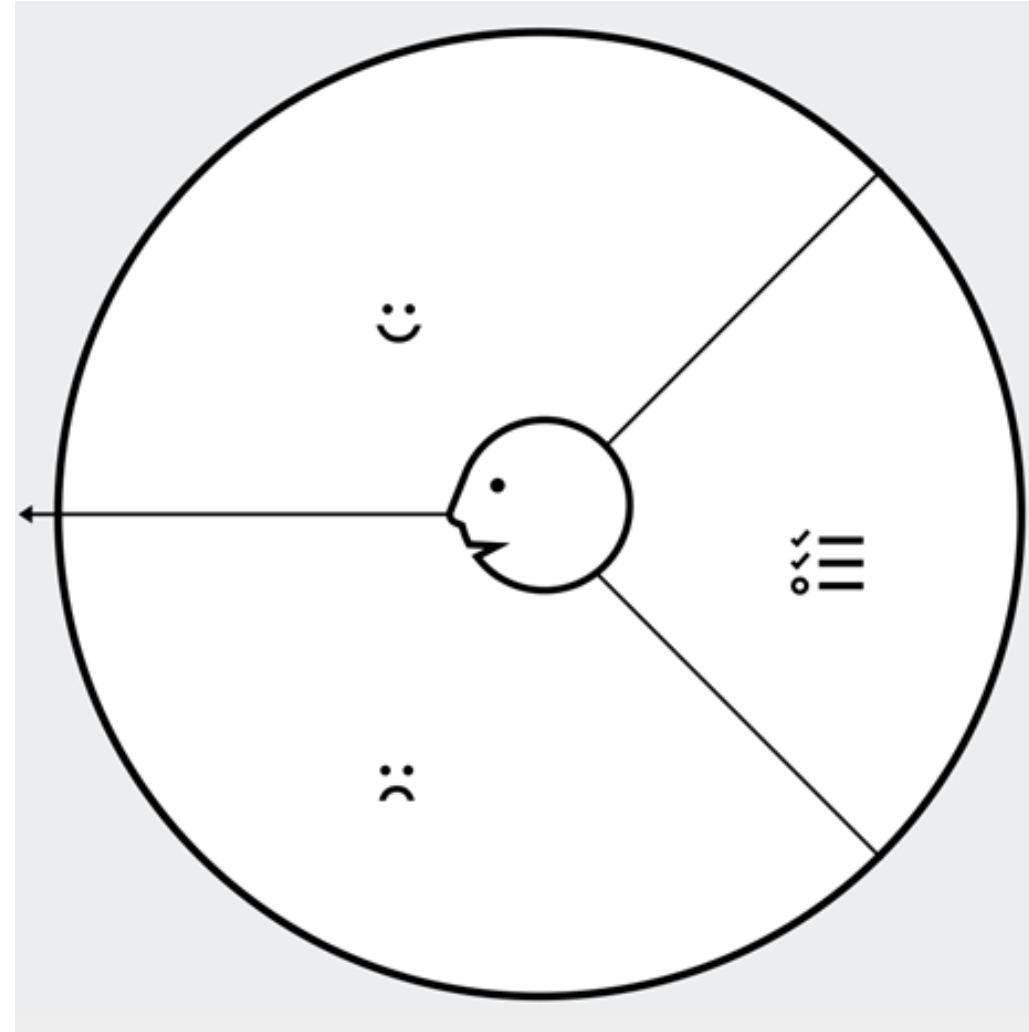


**CUSTOMER SEGMENT**

**VALUE PROPOSITION  
DESIGNER**

# CANVAS DE CLIENTE

- O canvas (de segmento) do Cliente descreve um **segmento de cliente específico** de maneira mais estruturada e detalhada
- Detalha os interesses do cliente nas respectivas **tarefas, dores e ganhos.**



# CANVAS DE CLIENTE

**Skate  
acoplável  
a carrinho  
de bebê**



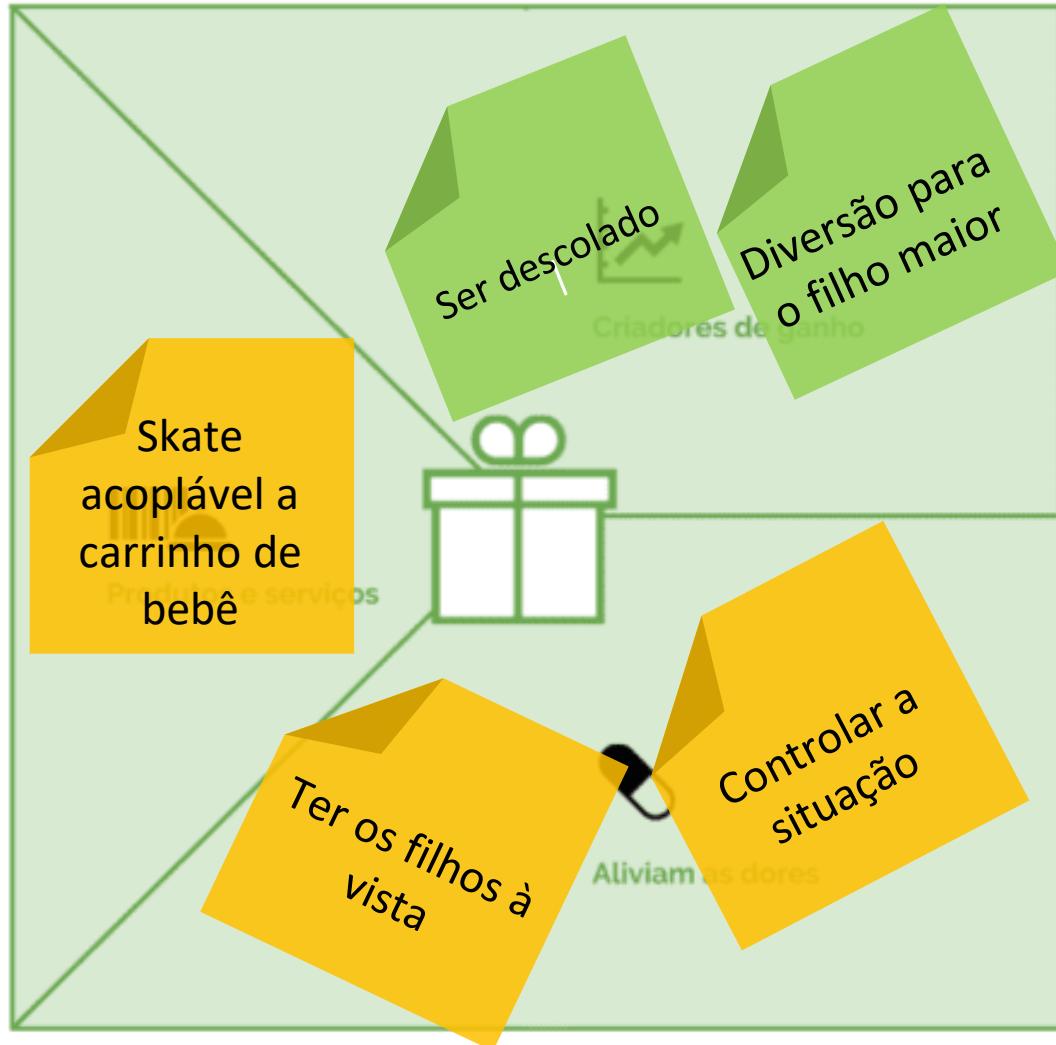
# MAPA DE EMPATIA



QUAIS SÃO SUAS  
**DORES**  
Medos  
Frustrações  
Obstáculos

QUAIS SÃO OS  
**GANHOS**  
Objetivos  
Desejos e necessidades  
Medidas de sucesso

# CANVAS DE VALOR



**Skate  
acoplável  
a carrinho  
de bebê**

# BUSINESS MODEL CANVAS

Parcerias Principais		Atividades-chave		Proposta de Valor		Relacionamento com Clientes		Segmentos de Clientes	
		Recursos Principais				Canais			

Estrutura de Custo



Fontes de Receita



# EXEMPLO: Uber

Parceiros-Chaves	Atividades-Chaves	Proposta de Valor	Relações com Clientes	Segmento de Clientes
Processadores de Pagamento  Companhias de Tecnologia Cartográfica  Investidores	Dev. e Man. do App  Marketing e Publicidade  Operações  <b>Recursos-Chaves</b>  Aplicativo Rede de Motoristas Mão-de-Obra Marca	Plataforma que conecta motoristas e passageiros  Luxo de Baixo Custo  Ganhe dinheiro quando quiser  O jeito mais fácil de chegar lá	Avaliações de Viagens  <b>Canais de Relacionamento</b>  Aplicativo do Uber	Pessoas que precisam de transporte  Pessoas que desejam ganhar dinheiro dirigindo
<b>Estrutura de Custos</b>			<b>Fonte de Renda</b>	
Salário de Funcionários		Marketing e Publicidade	Cobranças por viagens normais	Cobranças por viagens de luxo
Lucro dos Motoristas		Dev. e Man. do Aplicativo		



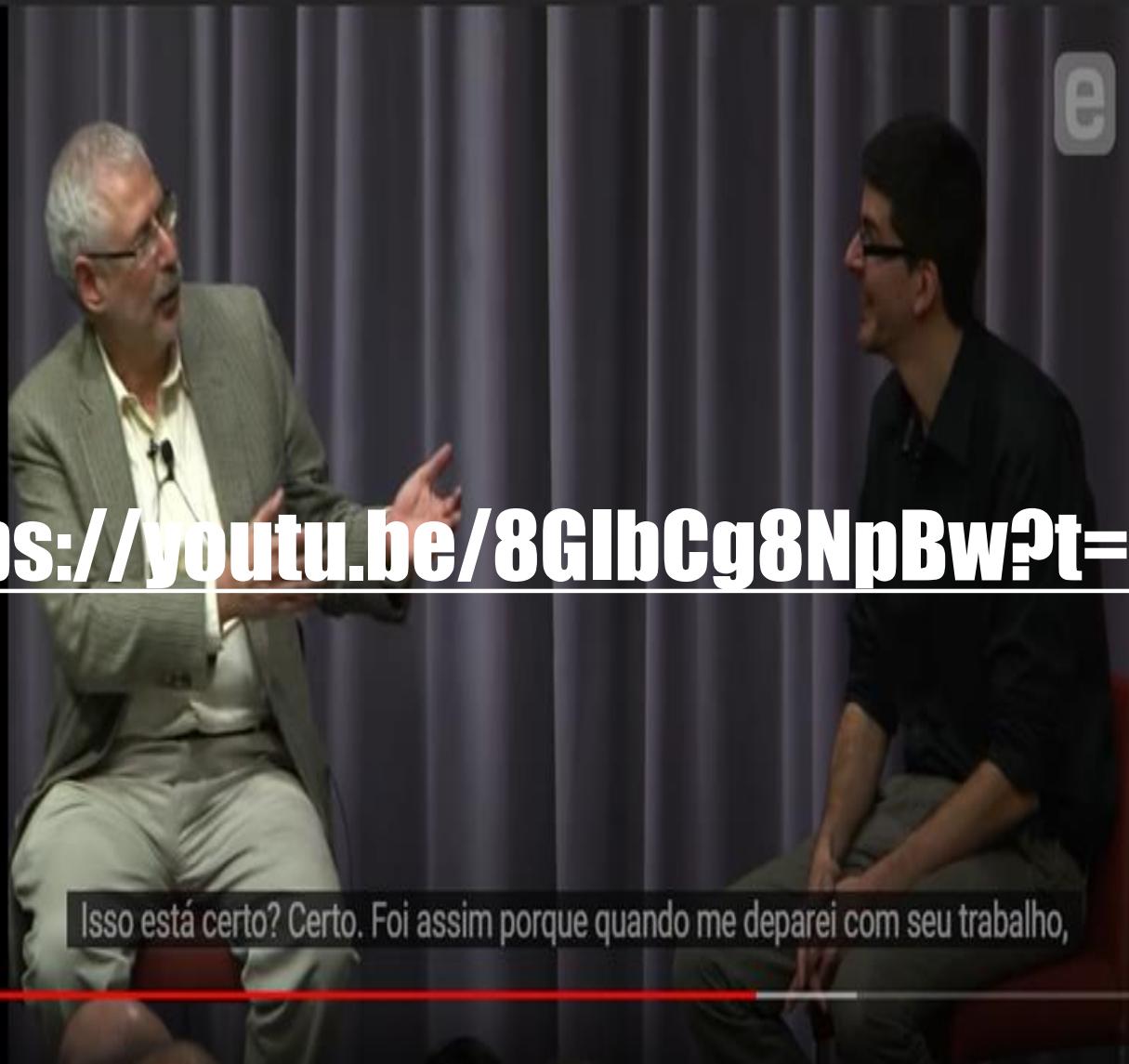
YouTube BR

business model canvas ostewalder



1.00

<https://youtu.be/8GlbCg8NpBw?t=1936>



@romao\_rn

▶ ▶ 🔍 32:16 / 53:20



Alexander Osterwalder: Tools for Business Model Generation [Entire Talk]

Próximo

REPRODUÇÃO AUTOMÁTICA

# Obrigado!



Universidade  
Potiguar

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES