

# Empreendedorismo em informática

Cleidson de Souza  
[cleidson@cdesouza.net](mailto:cleidson@cdesouza.net)

## Contexto...

- Vocês já possuem um entendimento sobre o domínio do problema; mais especificamente, conhecem alguns dos problemas que ocorrem neste domínio;
- Vocês também fizeram um trabalho de ideação visando gerar idéias para resolver estes problemas.
- Está na hora de avaliar estas idéias!

## “Avaliação”

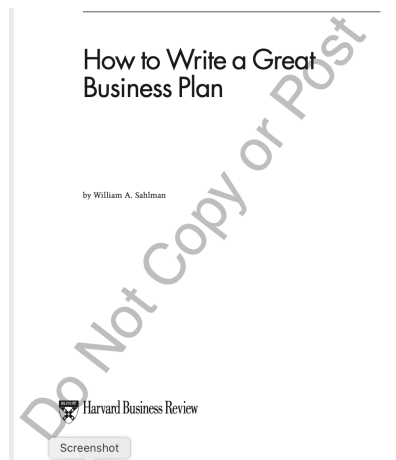
- Qual o “problema” que você resolve? Para quem o problema é resolvido? Qual o seu cliente? O que você traz de valor para ele? Quais as necessidades do cliente que são atendidas? Porque o cliente iria querer, e pagar, pelo seu produto?
- Uma forma de responder estas perguntas é através da definição de um modelo de negócios.
- A forma mais rápida de criar um modelo de negócios é usar o *Business Model Canvas* [Osterwalder *et al.*, 2013].

## Modelo de Negócios

- “Um modelo de negócios descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização” [Osterwalder & Pigneur 2011]
- Um modelo de negócios é o modo como uma empresa vai criar valor, entregá-lo aos seus clientes e gerar renda no processo. Ou ainda, “descreve o que a empresa faz, como chega ao cliente e como criar valor no que faz”.
-

# Modelo de Negócios

- A forma tradicional de escrever um modelo de negócios.
- Um documento com várias páginas descrevendo diversos aspectos como fontes de receita, fontes de despesa, etc;
- Adequada à realidade de pequenas empresas?



# Business Model Canvas

- É uma ferramenta que ajuda a definir o modelo de negócios de uma empresa ou de qualquer projeto em que você for trabalhar;
- Criada por [Osterwalder & Pigneur 2011]

## A tela de modelo de negócios

<b>Parcerias Chave</b> Quem são nossos parceiros-chave? Quem são nossos fornecedores-chave? Quem são nossos canais-chave? Quem são nossos parceiros-chave? Quem são nossos parceiros-chave? Quem são nossos parceiros-chave?	<b>Atividades Chave</b> Que atividades-chave devemos realizar para criar valor? Que atividades-chave devemos realizar para criar valor? Que atividades-chave devemos realizar para criar valor? Que atividades-chave devemos realizar para criar valor? Que atividades-chave devemos realizar para criar valor?	<b>Proposta de valor</b> Que valor oferecemos aos nossos clientes? Que valor oferecemos aos nossos clientes? Que valor oferecemos aos nossos clientes? Que valor oferecemos aos nossos clientes? Que valor oferecemos aos nossos clientes?	<b>Relações com clientes</b> Que tipo de relacionamento queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relacionamento queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relacionamento queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relacionamento queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relacionamento queremos estabelecer com nossos clientes?	<b>Segmentos de mercado</b> Para quem criamos valor? Para quem criamos valor? Para quem criamos valor? Para quem criamos valor? Para quem criamos valor?
<b>Recursos Chave</b> Que recursos-chave precisamos para criar valor? Que recursos-chave precisamos para criar valor? Que recursos-chave precisamos para criar valor? Que recursos-chave precisamos para criar valor? Que recursos-chave precisamos para criar valor?		<b>Canais</b> Que canais preferimos para oferecer nossa proposta de valor? Que canais preferimos para oferecer nossa proposta de valor? Que canais preferimos para oferecer nossa proposta de valor? Que canais preferimos para oferecer nossa proposta de valor? Que canais preferimos para oferecer nossa proposta de valor?		
<b>Estrutura de custos</b> Quais são os custos mais importantes para oferecer nossa proposta de valor? Quais são os custos mais importantes para oferecer nossa proposta de valor? Quais são os custos mais importantes para oferecer nossa proposta de valor? Quais são os custos mais importantes para oferecer nossa proposta de valor? Quais são os custos mais importantes para oferecer nossa proposta de valor?		<b>Fontes de renda</b> Por que valor estamos dispostos a pagar nossa proposta de valor? Por que valor estamos dispostos a pagar nossa proposta de valor? Por que valor estamos dispostos a pagar nossa proposta de valor? Por que valor estamos dispostos a pagar nossa proposta de valor? Por que valor estamos dispostos a pagar nossa proposta de valor?		

# As partes do canvas

1. **Proposta de valor:** Que valor proporcionamos aos nossos clientes? Que problemas dos nossos clientes ajudamos a solucionar? Que necessidades dos nossos clientes satisfazemos? Que pacote de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado? **O que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes!**
2. **Segmentos de mercado:** Para quem criamos valor? Quem são os nossos clientes mais importantes? **Quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa;**
3. **Canais de comercialização:** Através de quais canais nosso segmento de clientes quer ser alcançado? Como estamos alcançando eles no momento? Como estão integrados nossos canais? Quais funcionam melhor? Quais são mais eficientes em custo? Como estamos integrando-os com os hábitos de nossos clientes? **Como o cliente compra e recebe seu produto e serviço!**

## As partes do canvas (2)

**4. Relação com os clientes:** Que tipo de relação esperam os diferentes segmentos de mercado? Que tipo de relação temos estabelecido? Qual é o custo delas? Como elas se integram em nosso modelo de negócio?  
**Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente!**

**5. Atividades chave:** Que atividades chave requerem nossas propostas de valor, canais de distribuição, relações com clientes e fontes de renda?

**6. Recursos chave:** Que recursos chave requerem nossas propostas de valor, canais de distribuição, relações com clientes e fontes de renda? **São os recursos necessários para realizar as atividades-chave;**

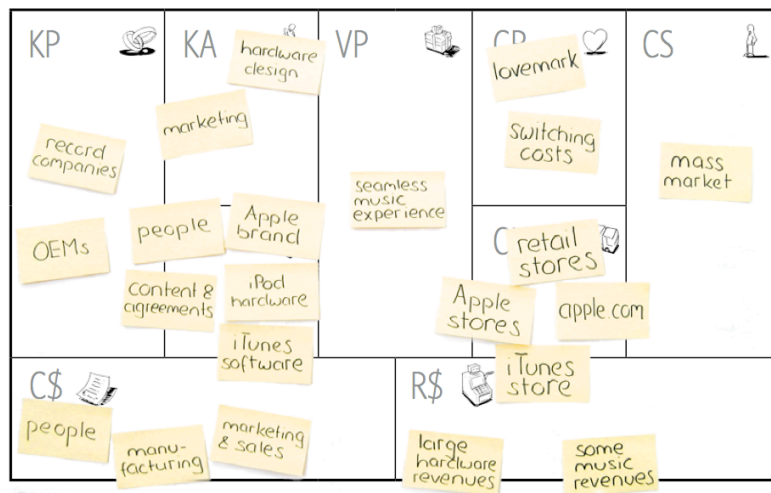
**7. Parcerias chave:** Quem são nossos parceiros chave? Quem são nossos fornecedores chave? Que recursos chave adquirimos dos nossos parceiros? Que atividades chave realizam nossos parceiros? **São as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa!**

## As partes do canvas (3)

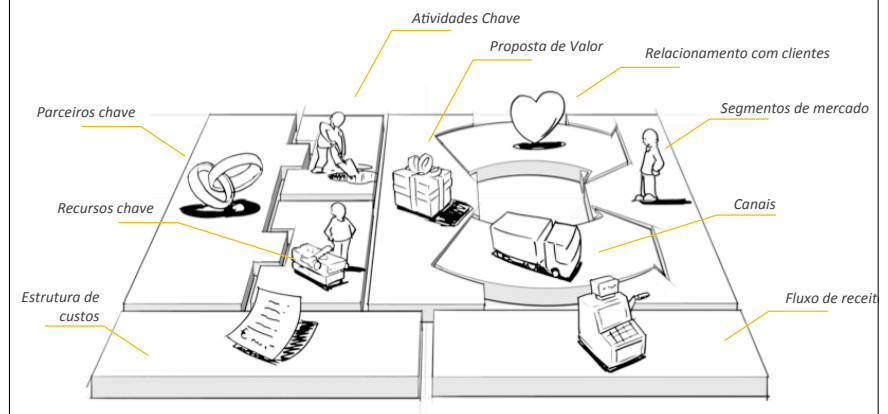
**8. Fontes de renda:** Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes (por segmentos)? Por que pagam atualmente? Como eles pagam atualmente? Como eles gostariam de pagar? Quanto reportam as diferentes fontes de renda ao total da renda? **São as formas de obter receita por meio de propostas de valor.**

**9. Estrutura de custos:** Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso negócio? Quais são os recursos chave mais caros? Quais são as atividades chave mais caras? **São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar.**

## Exemplo: Ipod (Apple)



## Estrutura



## estrutura (2)

### • Dimensão Esquerda

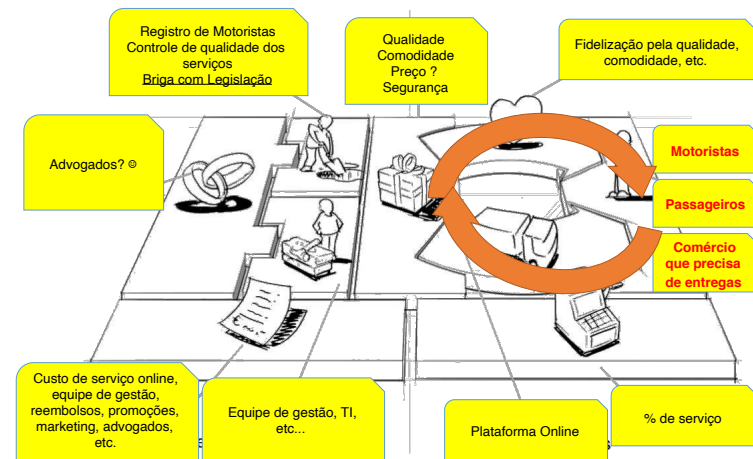
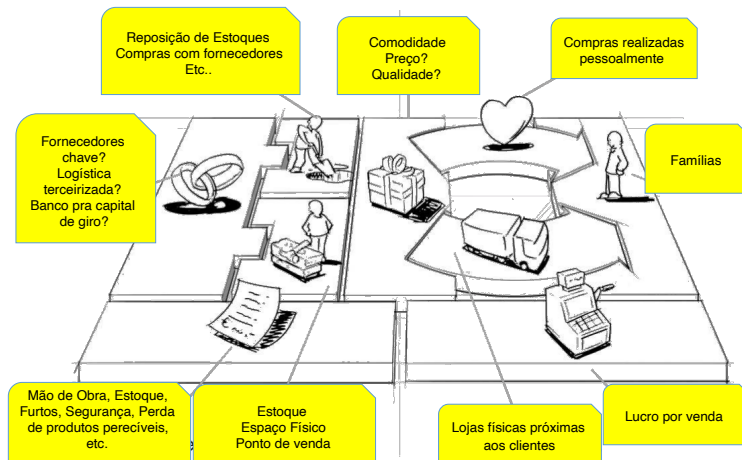
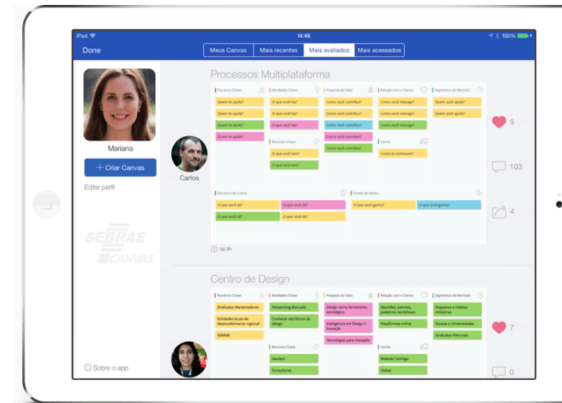
- Recursos-chave,
- Atividades-chave,
- Parceiros-chave e
- Custos.

### • Dimensão Direita

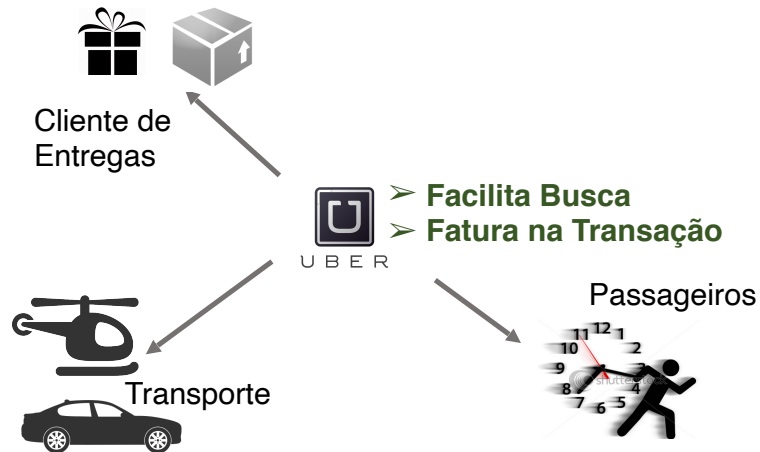
- Segmentos de Clientes,
- Propostas de Valor,
- Canais de Distribuição,
- Relacionamento com Clientes e
- Receita

## Mais informações sobre Canvas de Modelo de Negócio

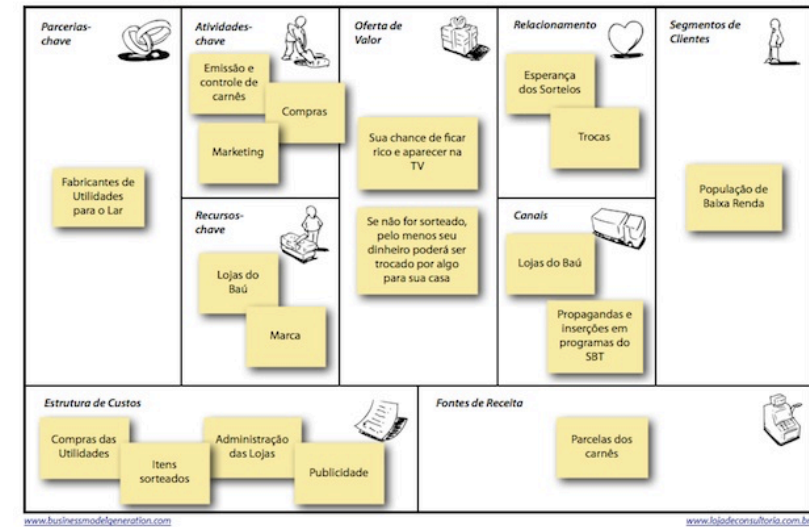
<http://sebraecanvas.com/>



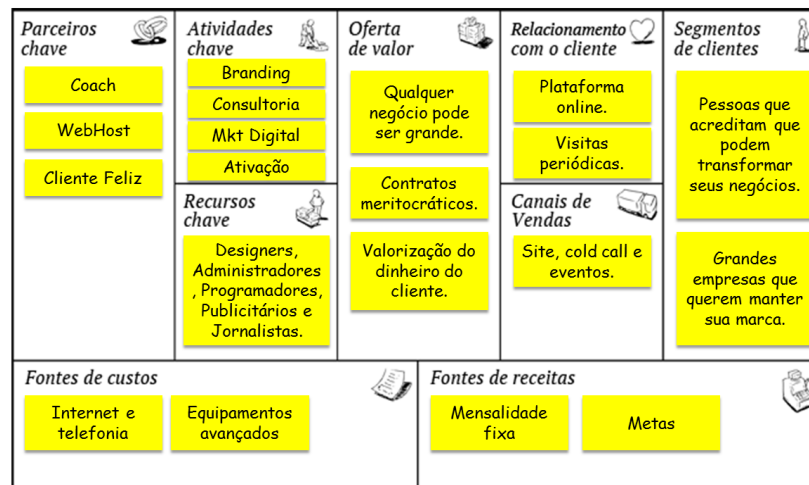
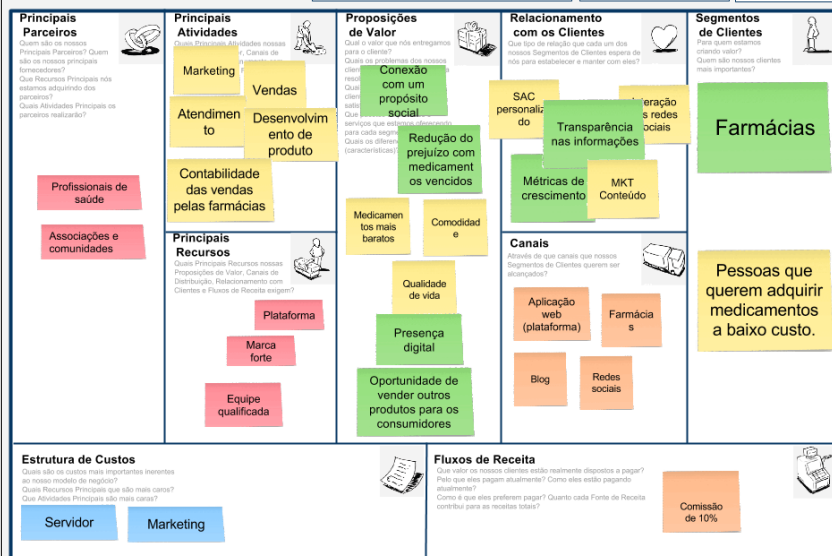
# Plataforma Uber

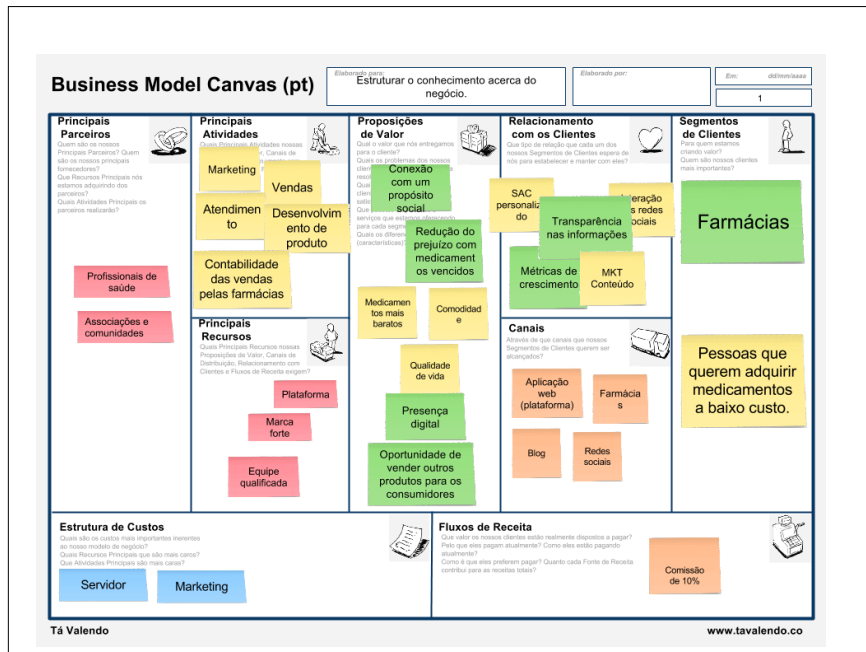


## Modelo de Negócios - Baú da Felicidade



## Business Model Canvas (pt)





# Beachhead Market

## [Aulet, 2013]

- Um “beachhead market” é um mercado focado e/ou estratégico que permite a uma companhia uma chance de aprendizado antes de entrar no mercado prioritário.
- Três Critérios para definir um mercado:**
  - Todos os clientes do mercado compram produtos similares;
  - Os clientes do mercado tem um mercado de compra e vendas similar e esperam que os produtos “criem valor” para eles da mesma maneira;
  - Existe a possibilidade de propaganda “boca-a-boca” entre os clientes, tal que eles mesmos possam servir de referências para outras pessoas

# Beachhead Market

## [Aulet, 2013]

- Critérios a serem usados**
  - O cliente alvo tem financiamento?
  - O cliente alvo é acessível aos vendedores da empresa?
  - O cliente alvo tem uma razão clara para comprar?
  - Hoje você consegue entregar o produto completo para o cliente?
  - Existe competição para o seu produto?
  - Se você conquistar este cliente alvo, isto facilitará a conquista de novos clientes?
  - O mercado é consistente com o que você espera de sua empresa?
- Não selecione o maior mercado, nem o mais difícil!

## Exercício 4

- Duas partes
  - Conduzir um brainstorm para gerar idéias sobre produtos que ajudam as pessoas no domínio de interesse de vocês.
  - Escolher 3 idéias. Uma delas é a mais não-convencional possível, a mais conservadora, e a terceira vocês escolhem.
    - Definir e documentar um “beachhead market” para cada idéia;
    - Criar um *business canvas* para cada uma das 3 idéias;
    - O “beachhead market” será entregue no mesmo documento do *business canvas*.
- Entrega: 1 de novembro de 2013. 16:00h.

## Referências

- <http://viversemchefe.com/melhor-do-que-um-plano-de-negocio-o-business-model-canvas/>