



**Universidade Federal do Ceará**  
**Campus Quixadá**

Empreendedorismo

**Modelo de Negócio**

**Prof. Marcelo Martins**



# O que é?

É a forma como uma empresa cria, entrega e captura valor. Em outras palavras, é a fórmula que transforma time, produto e gestão em receita, lucros e retorno para os acionistas.



## Como fazer?

Respondendo o que é o seu produto ou ideia, como ele se encaixa no mercado, quem são os clientes e a maneira pela qual gera lucro. É importante mostrar que seu modelo é escalável, ou seja, que sua empresa pode aumentar a produção rapidamente e sem expandir os custos na mesma proporção.



## Como validar?

**Apresentando o modelo para pessoas do mercado, clientes e investidores em potencial e encontrando evidências claras de sua viabilidade comercial. É preciso estar sempre disposto a mudar ou abandonar suas premissas iniciais diante das necessidades.**



# Qual o caminho?

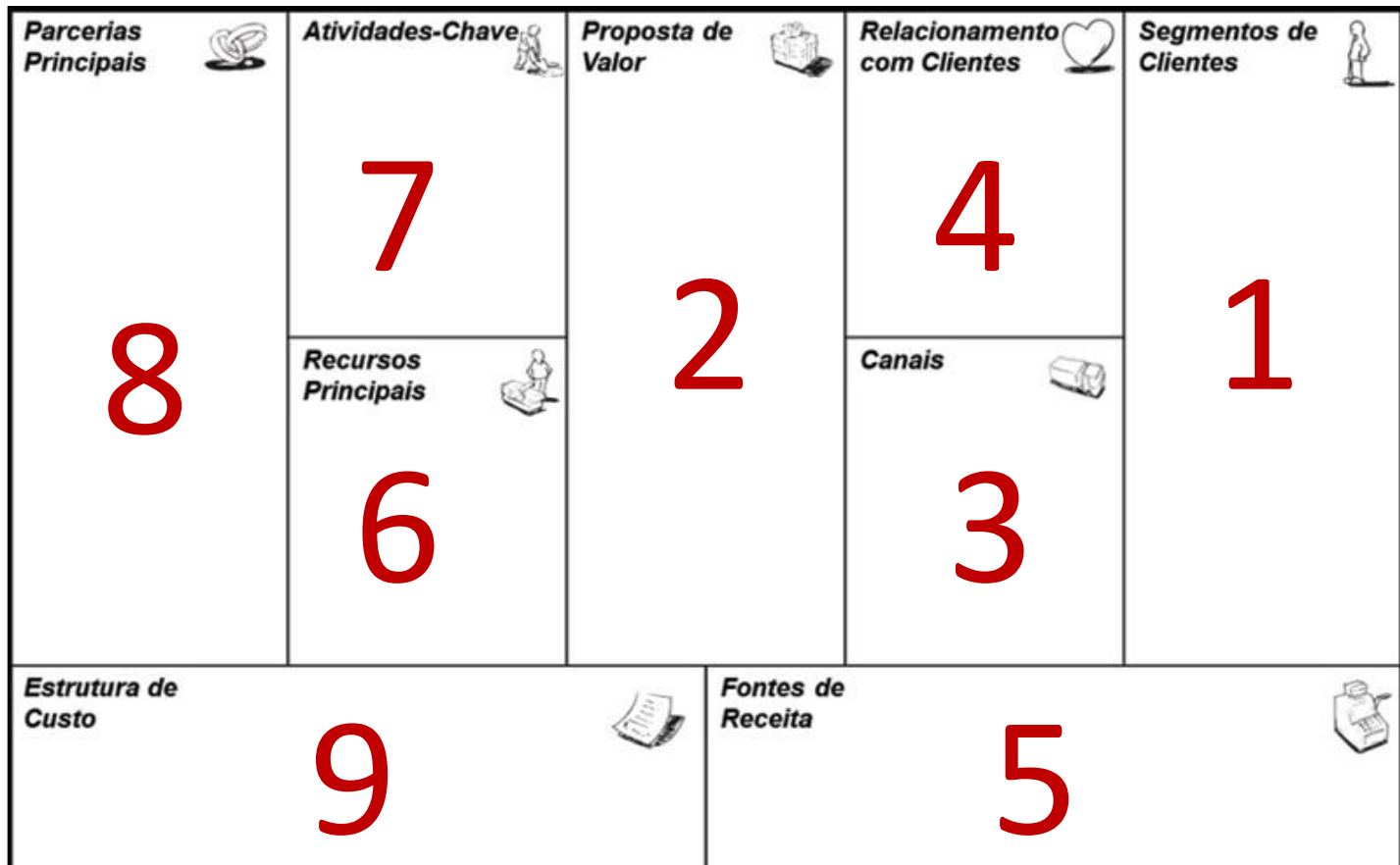
**Startups promissoras reinventam um modelo de negócios tradicional e o atualizam para um contexto diferente ou inventam um modelo totalmente novo.**

**Por onde começar?**

# Quadro de Modelo de Negócios (CANVAS)

- Ferramenta que auxilia empreendedores a definirem o modelo de negócios de suas empresas e observá-las de forma sistêmica, integrada, rápida e visual
- Pode ser utilizado em diversas situações, seja no início de uma atividade empreendedora, seja no planejamento de atividades ou para conhecer melhor o negócio de um produto específico
- São considerados nove componentes essenciais para as principais atividades de qualquer empreendimento, sem as quais um negócio dificilmente pode ser iniciado

## Quadro de Modelo de Negócios





# 1 – Segmento de clientes

- A quem sua organização pretende atender ou resolver algum problema? Identifique para quem você entregará um valor ou um serviço representativo.
- Procure identificar uma categoria de clientes pelos seus hábitos ou costumes. Evite segmentar por faixa etária ou classe social. Agrupe-os pelos gostos ou necessidades em comum.
- Exemplo: pessoas que gostam de pizzas de diferentes sabores e que dispõe de tempo para saboreá-las.

## 2 – Proposta de valor

- A proposta de valor descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específicos. É o motivo pelo qual os clientes mudam de uma empresa em detrimento de outra. Deve resolver necessidades ou dores dos segmentos de clientes atendidos.
- Exemplo: oferecer alimento de forma variada e diversificada por meio de pizzas saborosas e diferenciadas.

# 3 – Canais

- O bloco dos canais descreve como uma organização interage com o segmento de cliente para a entrega da Proposta de Valor. Identifica os principais meios físicos de contato com os clientes seja na fase de aquisição, manutenção ou pós-venda.
- Exemplo: site; redes sociais; aplicativo para mobile; jornal do bairro.

# 4 – Relacionamento com clientes

- Este bloco descreve os tipos de relacionamentos que cada empresa pretende estabelecer com segmentos específicos de clientes. O tipo de relacionamento pretendido deve ficar definido, podendo variar entre um sistema automatizado até o contato pessoal.
- Exemplo: de forma dedicada, gerando fidelização e empatia.

# 5 – Fontes de receita

- O fluxo de receita representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada segmento de cliente. Compete à organização questionar qual o valor que cada segmento de clientes está disposto a pagar. Pode ser por diferentes maneiras: taxa de uso, venda de produtos, assinatura, aluguel, publicidade e propaganda, licenciamento, comissão etc.
- Exemplo: venda de produtos; clube de assinantes e propaganda nas toalhas de mesas.

## 6 – Recursos principais

- Os recursos principais são os elementos ativos para oferecer e entregar a melhor proposta de valor ao segmento de clientes. Podem ser os recursos físicos; humanos, financeiros, etc.
- Exemplo: pizzaiolo, ambiente agradável; matéria prima de qualidade; atendentes treinados.

# 7 – Atividades-chave

- As atividades principais são aquelas que são necessárias e imprescindíveis para uma adequada entrega da proposta de valor. Normalmente começam com um verbo de ação, conforme o que se segue:
- ☐ Resolução de Problemas: o negócio relaciona-se à solução de problemas vinculados a algum serviço.
- ☐ Produção: desenvolvimento, fabricação e entrega de produtos.
- ☐ Plataformas ou redes: solução de relacionamento ou de comunicação para redes.

# 7 – Atividades-chave

- □ Tarefa a ser executada para a efetivação do negócio: Atividades relacionadas ao dia a dia da organização e que sejam fundamentais para o seu funcionamento.
- Exemplo:
  - - desenvolver novas receitas para o cardápio;
  - - treinar pessoal e capacitá-los;
  - - adquirir as matérias primas;
  - - promover a divulgação dos serviços;
  - - selar parcerias chave.



# 8 – Parcerias principais

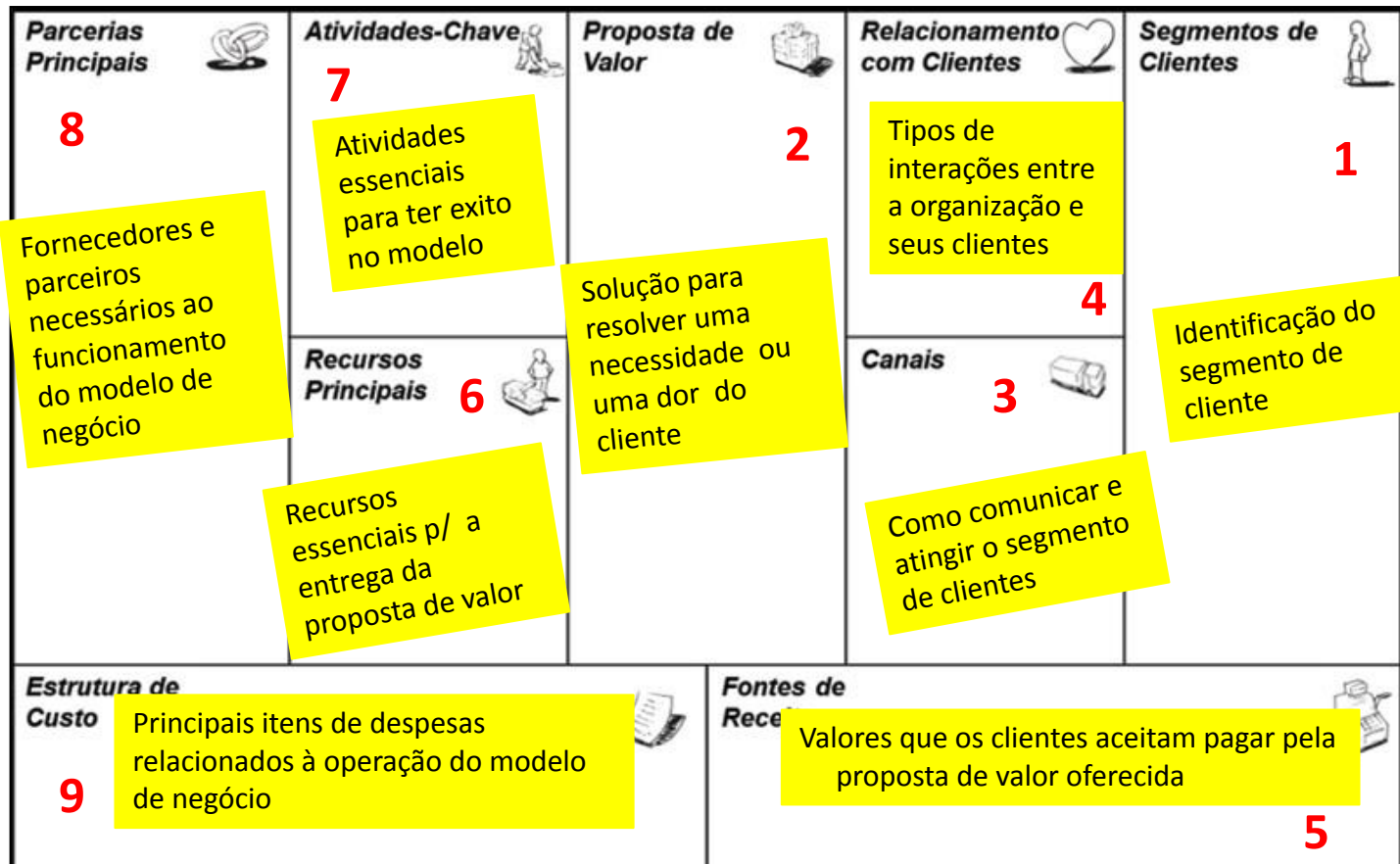
- É a rede de fornecedores e parceiros necessários para o funcionamento do negócio. Normalmente são elementos externos à organização e efetivamente contribuem para que tudo ocorra de maneira adequada.
- Exemplo:
  - - fornecedor da máquina de cartão de crédito;
  - - associação de bairro.

# 9 – Estrutura de custo

- Neste bloco, evidenciam-se os principais custos inerentes ao negócio. Não é o plano de contas, mas os principais itens que estejam relacionados à entrega dos demais blocos e que efetivamente são fundamentais.
- Exemplo:
  - - matérias primas;
  - - pessoal;
  - - divulgação;
  - - logística.

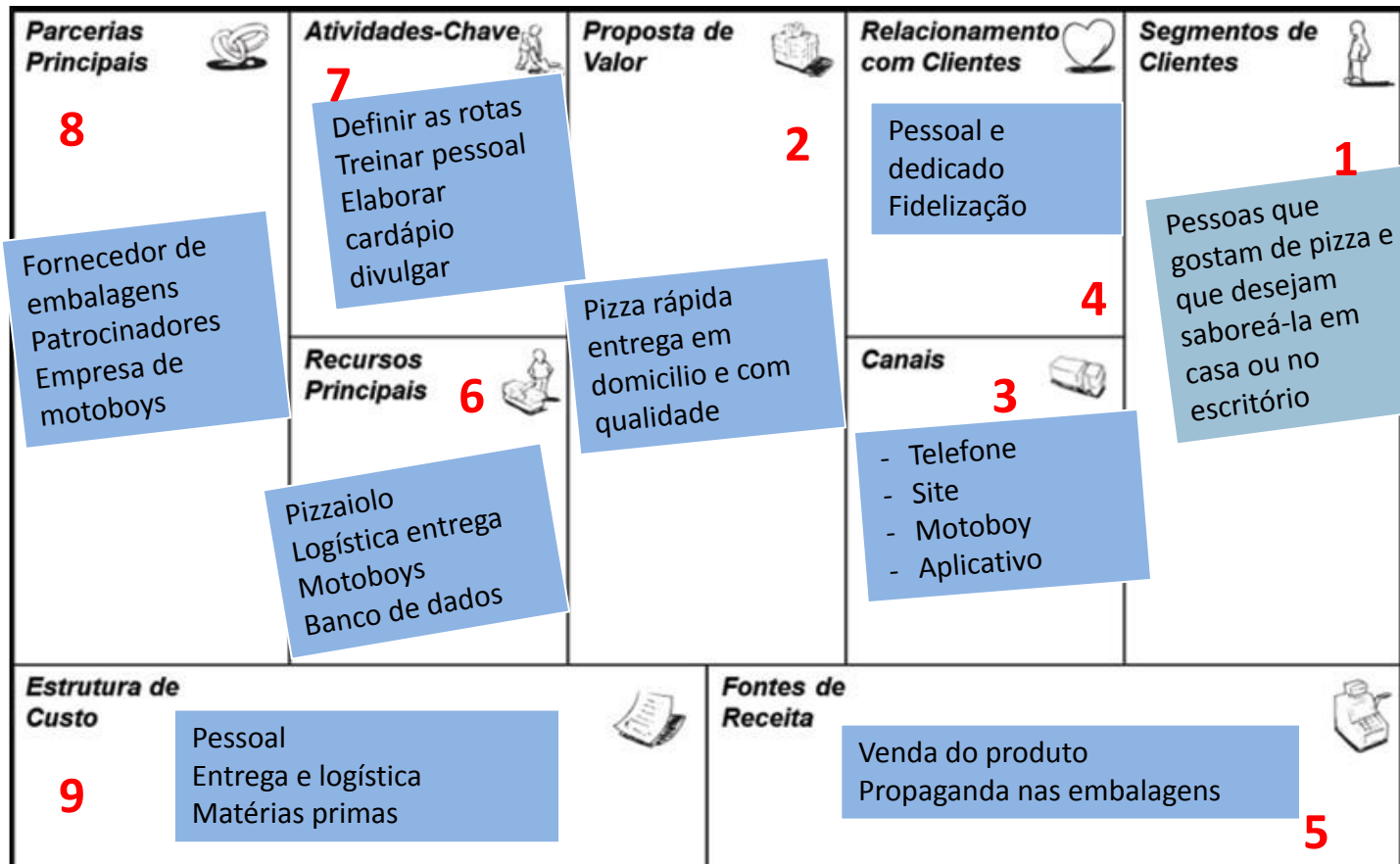
# Quadro de Modelo de Negócios

Itens essenciais e sequência sugerida no seu preenchimento



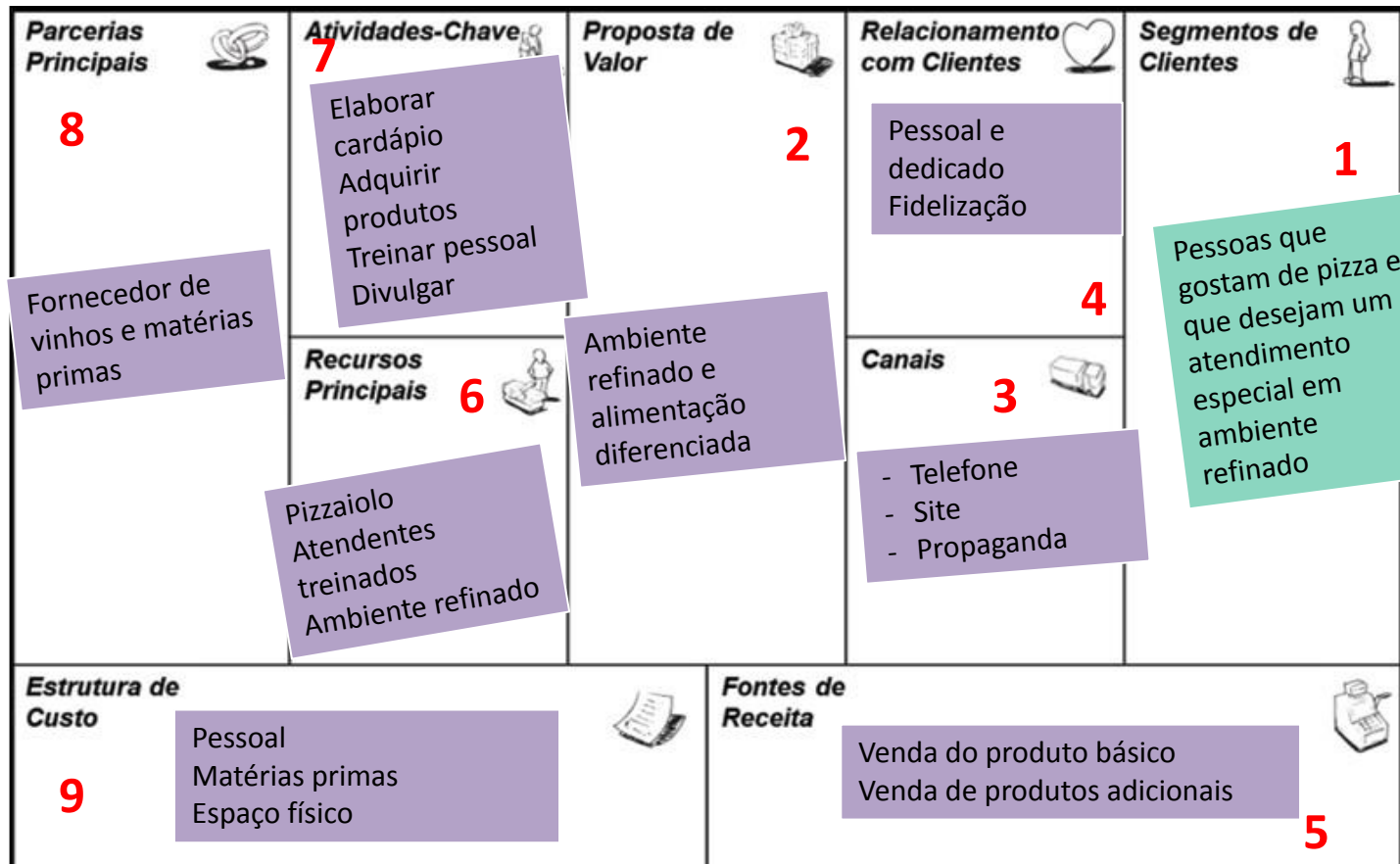
# Quadro de Modelo de Negócios

## Pizzaria Delivery



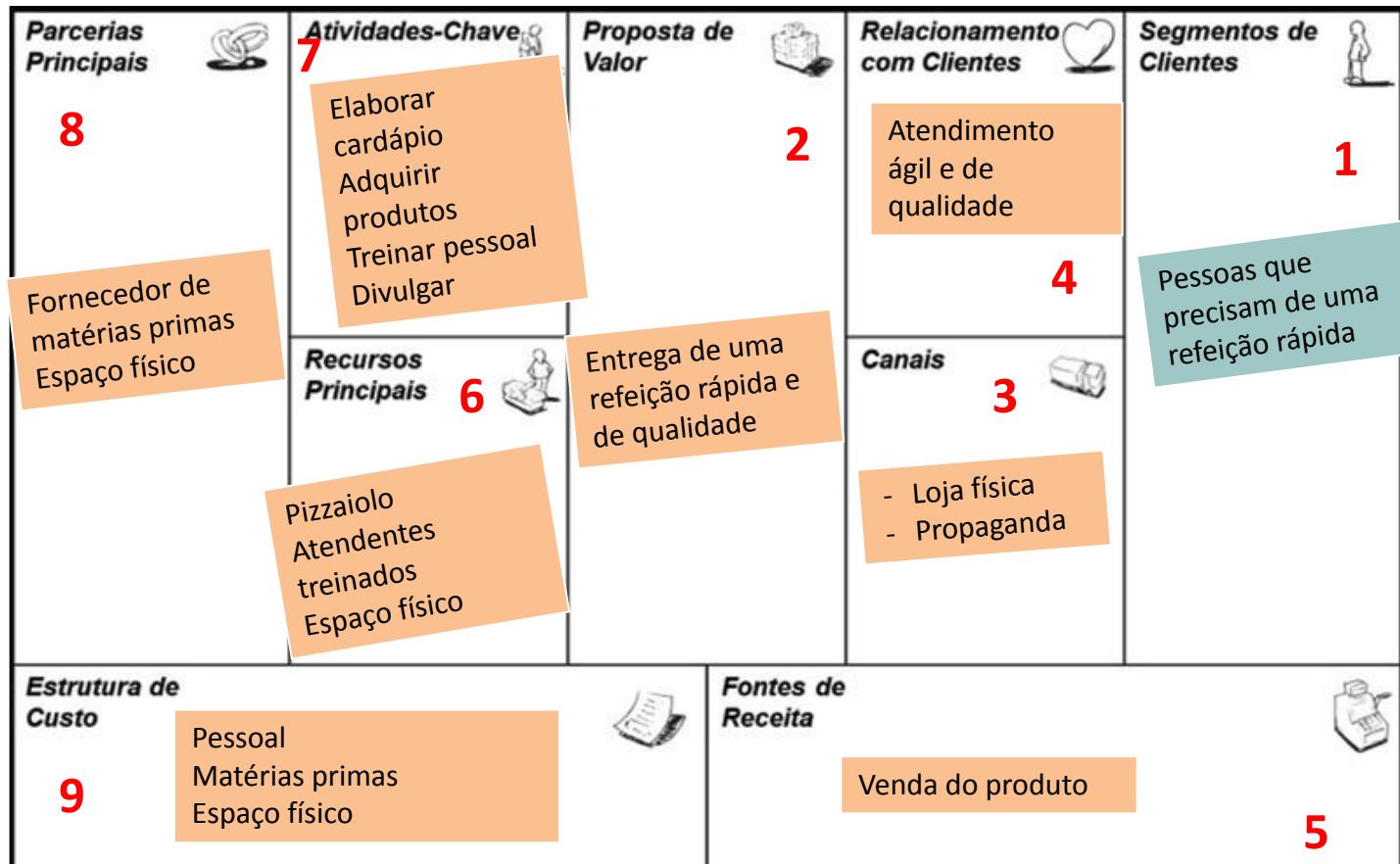
# Quadro de Modelo de Negócios

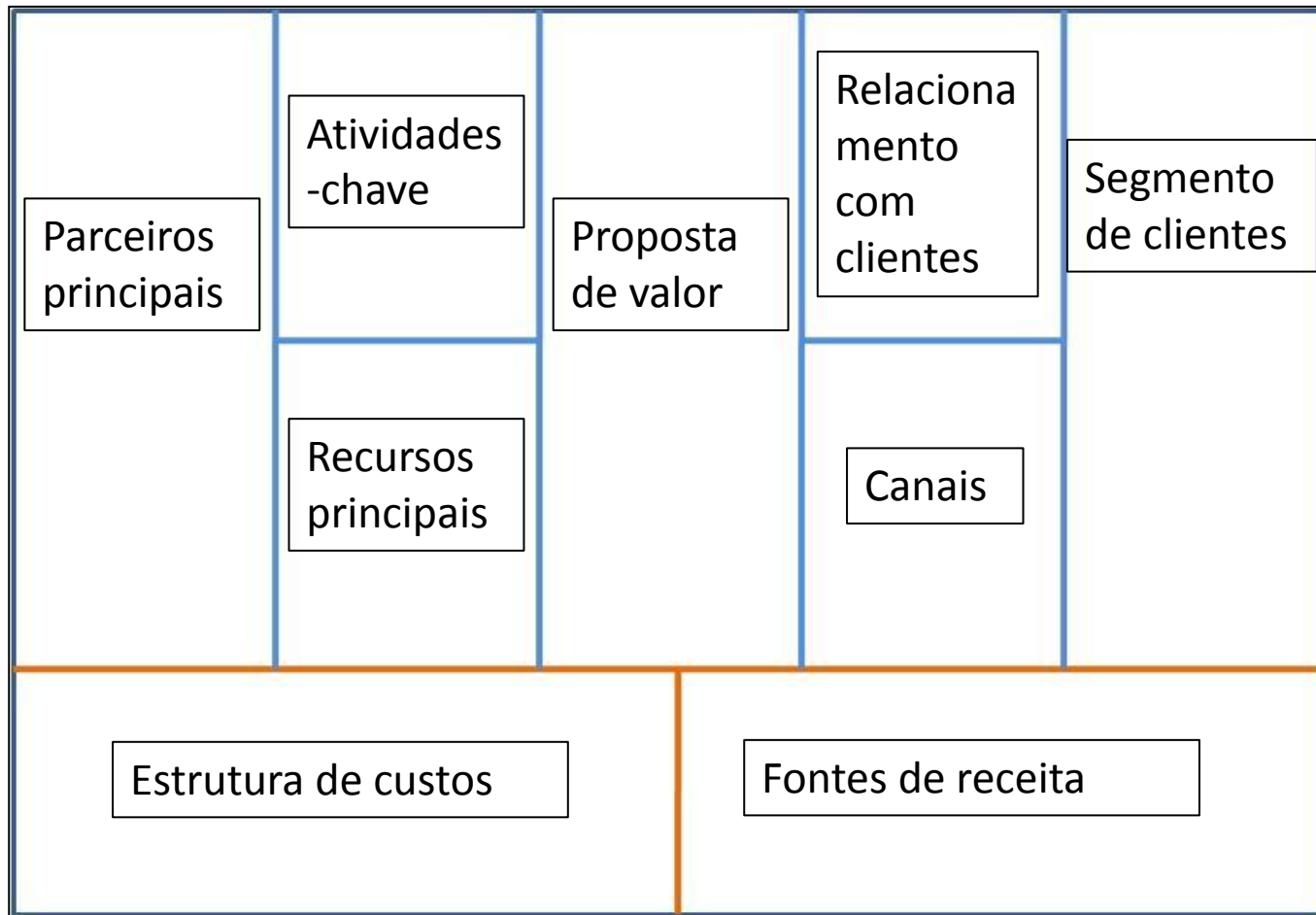
## Pizzaria a La Carte



# Quadro de Modelo de Negócios

## Pizzaria Express





Técnica 1 T 2 H