



Creative Business Cup Brasil

*Guia para
Modelo de
Negócios*



[PROJECT] **HUB**
CONECTANDO CONTEÚDOS CRIATIVOS

Guia para Modelo de Negócios

A Creative Business Cup é uma competição de ideias de negócios, start ups e empresas das indústrias criativas.

Os modelos de negócios submetidos aos jurados não devem conter mais do que 15 páginas. Os modelos de negócios submetidos devem contemplar os itens abaixo.

- **base de negócios**

- **mercado e consumidores**

Análise de mercado que a empresa está inserida e dos consumidores em potencial – público alvo.

- **produto e/ou serviço**

Descrição do produto / serviço oferecido.

- **monetização e pontos de contato**

- **equipe estratégica**

Time de desenvolvimento e gerenciamento.

- **análise de riscos**

- **capitalização**

Necessidades financeiras e saídas estratégicas

Esses itens não devem ser vistos como uma lista do que um modelo de negócios deve conter. Devem ser usados como uma fonte de inspiração para os participantes, um “check list”, para ajuda-los a formatar seu negócio.

Fique atento aos critérios de avaliação disponíveis no site, eles também ajudam a direcionar a montagem do seu modelo de negócios.

Abaixo de cada tópico há uma lista de perguntas que o empreendedor deve ser capaz de responder, ou pelo menos considerar, ao escrever um modelo de negócios. Como cada empresa, ideia, serviço, é diferente entre si, nem sempre as perguntas aqui colocadas cabem a todos os modelos. Use esta lista como um guia e não como regra.

BASE DE NEGÓCIO

O que a empresa faz?

qual foi a ideia que originou o negócio e como?/ qual o problema que se propõe a resolver?/ qual a urgência deste problema-necessidade : é algo que é “legal” ter acesso ou é algo que é necessário ter acesso?

Feedback e comentários de clientes e parceiros são bem vindo nessa parte.

MERCADO E CONSUMIDORES

Concorrência

Qual o tamanho do mercado no qual a empresa está inserida? / Qual a visão de vocês sobre este mercado dentro dos próximos anos? / Quais os seus principais concorrentes e qual o seu diferencial em relação a eles? Quais os seus concorrentes diretos e qual o seu diferencial em relação a eles?

Stakeholders

Stakeholders todos os players que sofrerão impacto ou estão envolvidos direta ou indiretamente com as atividades da empresa, desde pessoas à instituições.

Qual o seu público alvo e porquê? Qual o contato que teve com o público alvo até o presente momento? / Quem são os principais stakeholders do negócio proposto – pense em toda a cadeia de valor, quem são os players envolvidos, como estão/serão envolvidos, em que parte de toda essa cadeia de valor a empresa atua e como se relaciona com os demais players?

PRODUTO E/OU SERVIÇO

Qual o produto / serviço da empresa?

Descreva em um texto conciso e claro qual o produto/serviço da

empresa/ Que tipo de tecnologia é usada? Já existe protótipo – teste? / O que diferencia o seu produto dos demais oferecidos no mercado?

O produto/serviço está protegido por processo de patente ou proteção autoral?

O que você considera inovador em relação ao seu produto/serviço e por quê?

Qual o estágio de desenvolvimento do produto? Se ainda em desenvolvimento inclua plano de finalização e próximos passos.

Pense na produção e novamente em toda a cadeia envolvida – planejamento, produção, venda, distribuição.

MONETIZAÇÃO E PONTOS DE CONTATO

Como a empresa vai ganhar dinheiro com o produto/ serviço proposto?

Novamente pense em toda a ecologia da empresa, o importante aqui não é indicar apenas o modo de monetização planejado ou em andamento (modelo freemium/ premium/ free _ venda de anúncios/ venda ou aluguel do produto), mas sim demonstrar a eficiência do modelo escolhido dentro da ecologia da empresa (custos fixos, variantes, fluxo de caixa...) Como o produto/serviço é

precificado?/ Qual a estratégia de entrada no mercado?

Quais os principais pontos de contato com o cliente final e principais stakeholders?

Quais os canais de distribuição e comunicação?/ Como serão/ são utilizados?/ Porque esses canais foram escolhidos? / Qual a natureza de relação estabelecida com o cliente final?

EQUIPE ESTRATÉGICA

Quem forma a equipe estratégica da empresa hoje?

Quantos sócios existem no negócio e qual o papel de cada sócio? / Qual a equipe estratégica da empresa e como foi o processo de escolha dessa equipe? / Quais as competências imprescindíveis para o negócio? Se competências importantes faltam na equipe, como isso será suprido – parcerias, terceirização?

ANÁLISE DE RISCOS

Quais os maiores riscos a que o negócios está exposto e qual o planejamento para lidar com eles?

A ideia nessa análise de risco é o posicionamento estratégico da equipe em relação ao negócio: Assim como em todas as “categorias” não há certo, nem errado. O importante aqui é pontuar quais os maiores riscos que o empreendimento

enfrentará e quais os planos de ação frente a esses riscos. Pode ser simplesmente absorver o risco, ou minimiza-lo e neste caso, como serão minimizados, por exemplo.

CAPITALIZAÇÃO

Qual o capital inicial necessário para a implantação da ideia?

Qual o MVP do empreendimento? (Minimum Viable Product / produto mínimo viável) – Isso significa, a grosso modo “como fazer essa ideia acontecer com o mínimo possível sem alterar a proposta de valor inicial?

Como esse capital será gasto? Planos de investimentos e cronograma.

Quantos investidores são aceitáveis? Aqui cabe pensar que cada investidor torna-se sócio. Qual a porcentagem da empresa que estaria disposto a compartilhar com investidores externos?

Por quanto tempo gostaria de compartilhar sua empresa com investidores externos?

Por quanto tempo precisara de investimento externo? Em quanto tempo esses investidores devem ter retorno? Qual a estratégia de saída para potenciais investidores? Existem potenciais compradores para essa empresa?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lembre-se que quantidade não significa qualidade. Quanto menor, mais conciso e objetivo for o modelo de negócios apresentado, mais fácil dos curadores se envolverem e compreenderem suas ideias e estratégias.

Se você não entendeu algum dos itens, procure ajuda, não inclua no seu documento itens sem critério.

Nada do que foi apresentado aqui é obrigatório. Se algumas observações não são válidas para seu plano de negócios explique o porquê, afinal os curadores não tem bola de cristal.

Na área de download existe material para lhe dar suporte, recorra a esse material sempre que tiver dúvidas.

Sucesso e boa sorte!