



# Empreendedorismo

As equipes compostas por alunos do 4º semestre devem confeccionar 1 Plano de Negócio e 1 Modelo de Negócio Canvas, e apresentá-los a uma banca especializada. Os documentos são complementares e seus conteúdos são descritos a seguir.

O Plano de Negócio e o Modelo de Negócio Canvas não devem propor, explícita ou implicitamente, um negócio em qualquer uma das seguintes áreas: substâncias ou produtos tóxicos ou ilegais, armas brancas ou armas de fogo, tráfico ou abuso de pessoas, violação de propriedade intelectual, violação de quaisquer leis ou regulamentos, jogo, fornecimento de mercadorias ou serviços ilegais, produção ou venda de tabaco ou de seus derivados, produção ou venda de espécies e protegidas pela lei de qualquer um dos países participantes, e produção ou venda de mercadorias ou serviços que afetam a saúde pública. Caso a Equipe proponha um dos itens acima, a qualquer momento do projeto, este será descartado.

As equipes deverão participar de palestras/oficinas relacionadas ao Empreendedorismo (Palestra sobre Inovação, Oficinas de Planos de Negócios e CANVAS, etc), e esses encontros serão validados como orientação. No máximo 2 componentes de cada equipe deverão participar com o registro de orientação impresso para validar a orientação no final da palestra.

## ***Business Model Canvas (BMC)***

Informações sobre o BMC, e o capítulo que descreve os principais componentes do quadro Canvas podem ser acessados em: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>.

Um modelo de negócio define como uma organização pode criar, distribuir e entregar valor. O objetivo é identificar um problema e, em seguida, apresentar soluções potenciais em um curto prazo e um plano de ação em longo prazo.

Sugere-se duas fontes de informação sobre o desenvolvimento do BMC:

1. Steve Blank, da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, desenvolveu um curso on-line gratuito sobre o BMC: <https://www.udacity.com/course/ep245>
2. Outro link que inclui detalhes sobre a metodologia pode ser encontrado em: <http://www.entrepreneurship.org/Founders-School/The-Lean-Approach/Business-Model-Canvas.aspx>



### ***Formato Recomendado para o Plano de Negócio***

O Plano de Negócio não pode exceder 10 páginas (mínimo 07), utilizando fonte Arial ou Times New Roman, tamanho 12.

O plano de negócio deve descrever detalhadamente os sete elementos que compõem o BMC. As partes que compõem o Plano de Negócio são descritas a seguir:

**1. Segmentos de clientes** – Para quem estamos criando valor? Quais são as características destes clientes?

- a. Tipo de mercado: focado na venda direta para os consumidores (Business to Consumer) ou a empresa vai vender para outras empresas (Business to Business).
- b. Segmentação de clientes: características, hábitos de compra, comportamento e necessidades
- c. Seleção Segmento: com base nos elementos mais necessários para o benefício do produto ou serviço
- d. Tamanho do segmento: Qual é o tamanho do segmento e o quanto é fácil atingi-lo.

**2. Proposição de Valor** - Qual o pacote de produtos e serviços que serão utilizados para criar valor para um Segmento de clientes específico?

- a. Identificar as necessidades e expectativas dos clientes que não são bem atendidas no segmento selecionado.
- b. Desenvolvimento de uma compreensão do valor do produto ou do serviço proposto.
- c. Quais são os benefícios do produto ou serviço.
- d. Quais são as melhores formas de comunicar os benefícios do produto ou serviço.

**3. Relacionamento com Clientes** – Quais as atividades que serão utilizadas para que a empresa possa interagir com seus clientes, durante o processo de compra e pós-compra?

- a. Identificar os objetivos em cada parte do processo de compra (conquista de clientes, retenção, avaliação, compra e fidelização).
- b. Definir as principais atividades que devem ser realizadas em cada etapa do processo.
- c. Seleção dos canais de comunicação ideais.

**4. Desenvolvimento de Produtos e Serviços** - como a empresa irá construir e entregar os produtos ou serviços propostos?

- a. Quais são os materiais primários necessários para construir o produto ou serviço?
- b. Como você vai obter esses recursos e continuar a obter esses recursos?



c. Como é que vai definir um preço competitivo, com base no mercado e nos clientes? Algumas opções incluem preço baseado em custos, baseado no mercado ou com base no valor percebido pelo cliente.

5. Modelo operacional - Quais são as principais atividades da empresa e os recursos chaves necessários para realizar essas atividades?

a. Quais atividades são necessárias para a sua empresa entregar seus produtos ou serviços principais? Algumas opções incluem a inovação, operações (planejamento, produtividade, etc.), marketing, serviços ao cliente ou vendas.

b. Quais recursos são necessários para o desenvolvimento do produto ou serviço? Pode incluir recursos físicos (máquinas, veículos, imóveis, etc), a propriedade intelectual, recursos humanos e recursos financeiros.

6. Principais Parcerias – Como os parceiros (pessoas físicas ou jurídicas) vão colaborar na entrega dos produtos ou serviços?

a. Qual a importância dos parceiros para a realização de atividades que você não pode ou não estão bem posicionadas para entregar?

b. Quem são esses potenciais parceiros?

c. Quais são as vantagens e desvantagens de cada uma das potenciais parcerias?

7. Custos - Quais são os principais responsáveis pela sua estrutura de custo?

a. Como você vai organizar as principais atividades e obter os recursos-chave necessários para a sua empresa?

i. Como o marketing e a comunicação serão realizados?

b. Como é que vai gerenciar custos e manter-se competitiva?

8. Avaliação do Plano.

a. Análise Ambiental SOWT - Forças (Strengths), Fraquezas (Weaknesses), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats).

b. Avaliação do Plano - possibilidade ou não de sua execução e riscos existentes (mercadológicos, técnicos, ambientais e financeiros)