



**INSTITUTO
FEDERAL**
Santa Catarina

FIC

EMPREENDEDORISMO *e Gestão de* PEQUENOS NEGÓCIOS



FUNÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO



FUNÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO

PLANEJAR - é definir um FIM e estabelecer os MEIOS para atingir (rotas de ação) para chegar nesse fim.

ORGANIZAR - ALOCAR (Quem? O que?)

DIRIGIR - Gerenciamentos dos PROCESSOS

CONTROLE - Comparar, avaliar e medir (Relação entre o idealizado com o realizado)



YouTube BR

marco ferrari



Início



Em alta



Inscrições



Biblioteca



Histórico



Seus vídeos



Assistir mais tarde



Vídeos marcados co...



Mostrar mais

INSCRIÇÕES



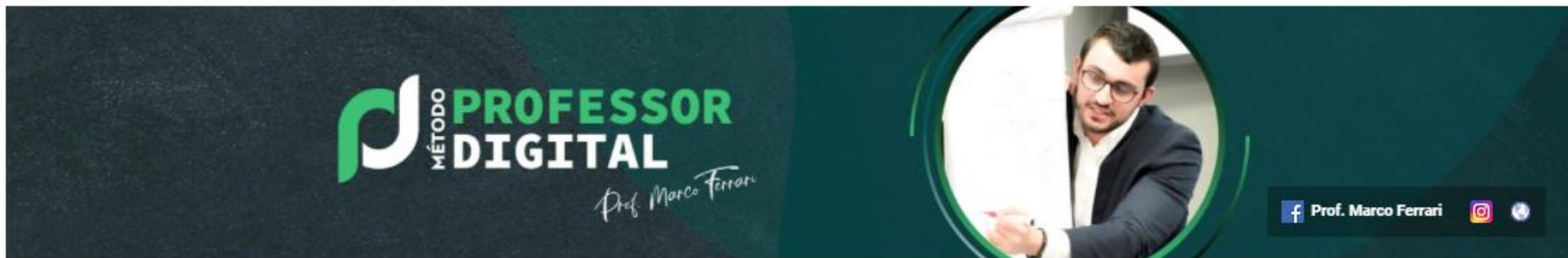
Debs Aquino



Murilo Gun



DeProfPraProf



Marco Ferrari

175 mil inscritos

INSCRITO



INÍCIO

VÍDEOS

PLAYLISTS

COMUNIDADE

CANAIS

SOBRE



Seja bem-vindo



Planejamento - Conceitos Iniciais

84 mil visualizações • há 3 anos



Marco Ferrari

Acesse os slides desse vídeo em: <https://www.passeidireto.com/perfil/prof-marco-ferrari> Adquira agora sua apostila com mais de 400 questões comentadas, clique: <https://go.hotmart.com/U44364070Q?>...



STARTUP

Uma **STARTUP**, termo da língua inglesa sem tradução oficial para a língua portuguesa, é uma "empresa emergente" que tem como objetivo principal desenvolver ou aprimorar um MODELO DE NEGÓCIO, preferencialmente escalável, disruptivo e repetível; o uso do termo 'empresa' têm sido questionado para startups.

Para um negócio ser repetível significa que ele é capaz de entregar o mesmo produto em escala potencialmente ilimitada. Dessa forma, não é viável muitas customizações ou adaptações, pois a meta é multiplicar. Já ser **escalável** significa crescer cada vez mais sem que isso influencie no modelo de negócios. Como resultado, um modelo de negócio **repetível e escalável** que tem um fit no mercado tem grandes chances de ser uma startup de sucesso.

SERIA TODO EMPREENDIMENTO UM DIA UMA STARTUP?

A resposta é: não! Existem algumas características que definem esse tipo de empresa que excluem negócios tradicionais. Elas são: modelo de negócio inovador, repetível e escalável e cenário de incertezas.

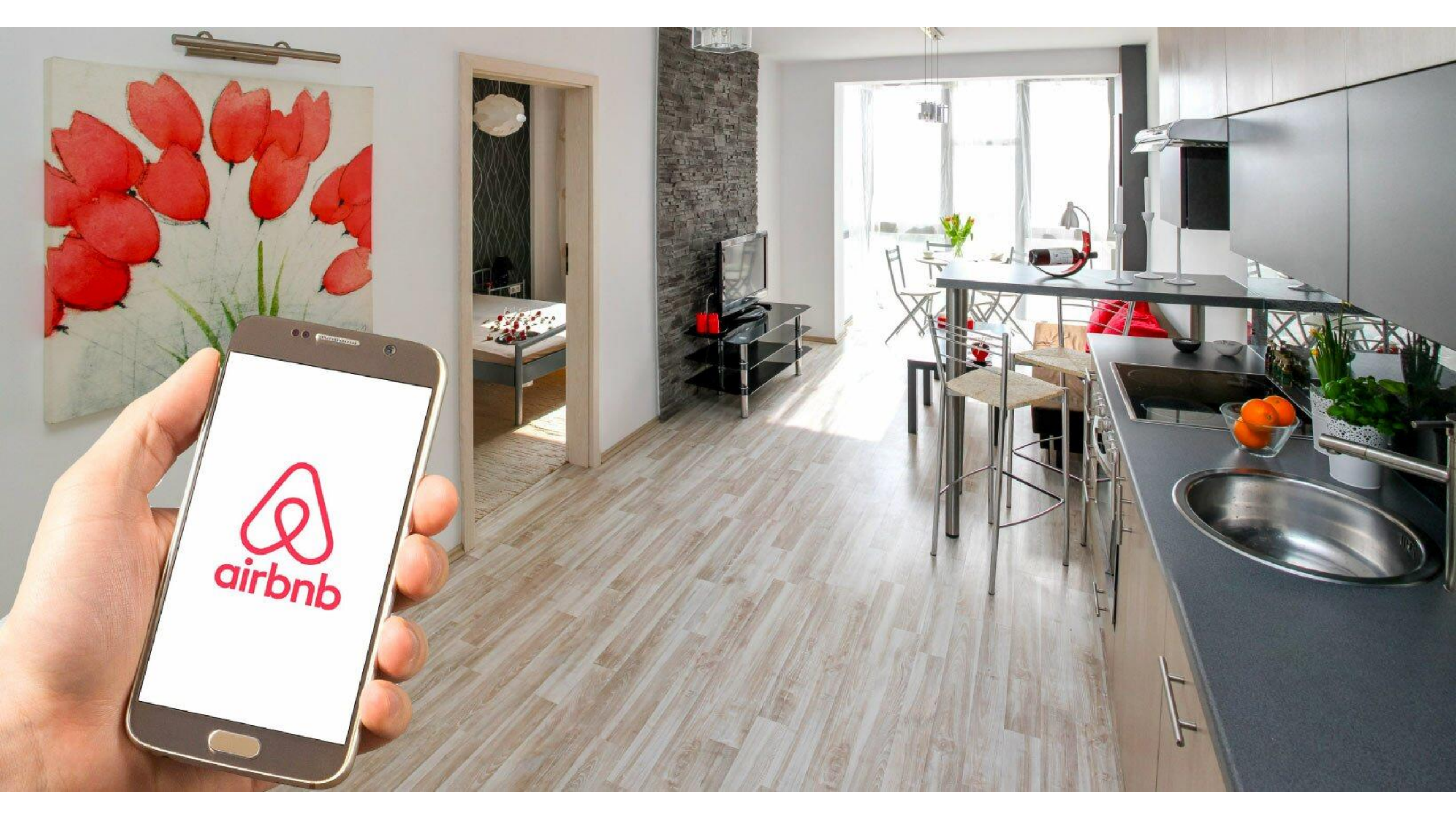
- Grupo de pessoas que se juntam para resolver um problema e elas pensão em criar um solução para esse problema. E essa solução acaba virando uma empresa.**
- Empresa com Cultura jovem (mito e realidade)**
- Geralmente com tecnologia (mas não é obrigatório), a tecnologia vem como consequência, dado que, a inovação é a base do negócio.**

- **Imaginação, criatividade, inovação, empreendedorismo;**
- **Empresa desbravadora;**



Uber

ny bank





Mapa de EMPATIA

Em tempos conflituosos, você já deve ter ouvido que “o mundo precisa de mais empatia”. Isso porque esse sentimento – que descreve a habilidade de compreender o estado emocional do outro ao colocar-se no lugar dele – permite ver situações sob perspectivas diferentes e entender as razões pelas quais indivíduos agem de determinada forma, evitando embates desnecessários.

Mapa da Empatia é um material utilizado para conhecer melhor o seu cliente. A partir do mapa da empatia é possível detalhar a personalidade do cliente e compreendê-la melhor.

Uma delas é o mapa da empatia, recurso utilizado para desenhar o perfil do seu cliente ideal com base nos sentimentos dele.

o que ela
PENSA E SENTE?

Quem ela é? Quais as principais preocupações e aspirações?



o que ela
ESCUTA?

O que ela ouve dos outros, o que os amigos e influenciadores dizem

o que ela
VÊ?

No seu ambiente, o que o mercado oferece

o que ela
FALA E FAZ?

Quais as suas atitudes, como é a sua aparência, seus comportamentos

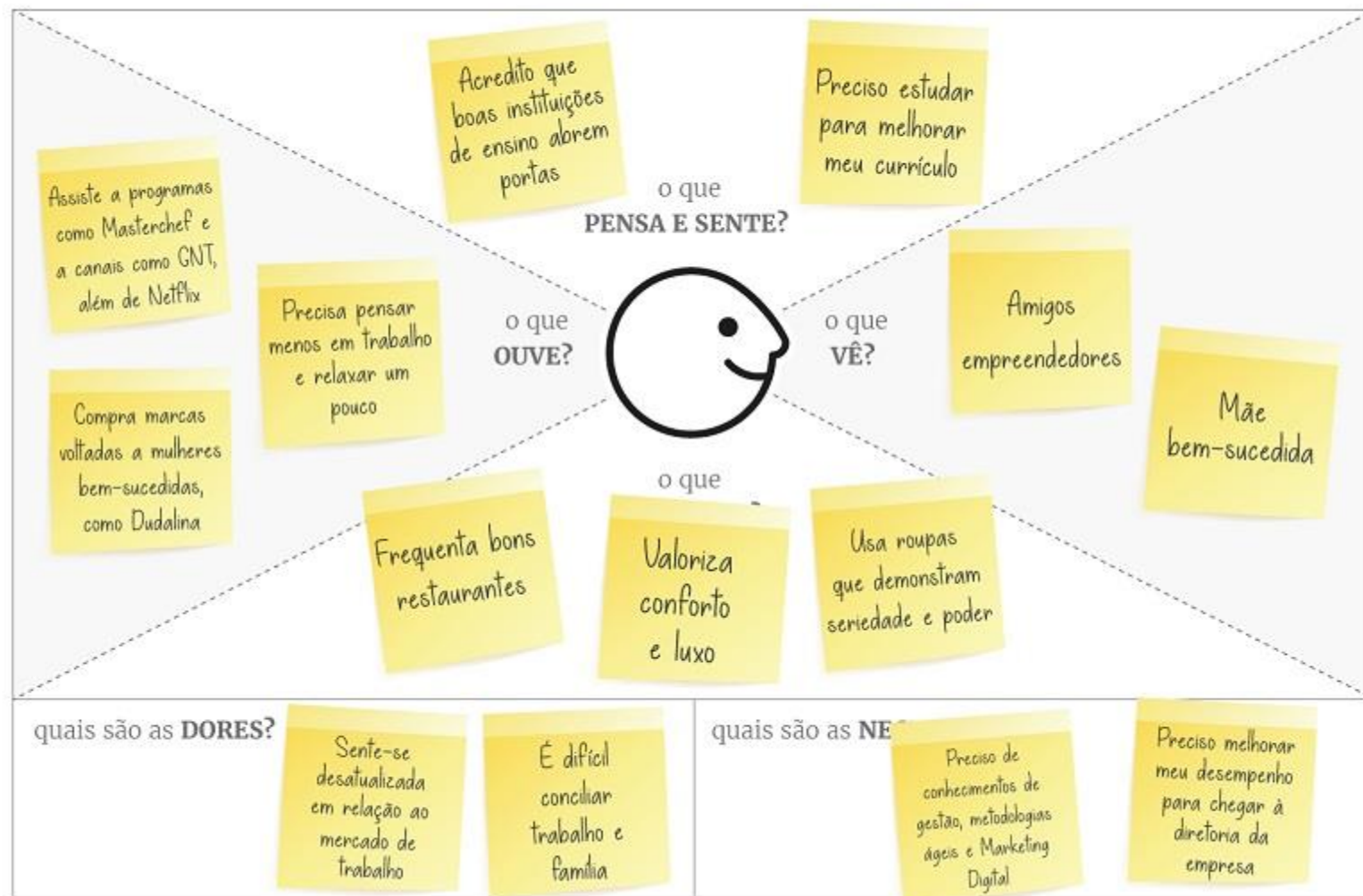
Quais as suas
DORES?

medos, frustrações e obstáculos

Quais os
GANHOS?

Desejos, necessidades, sonhos

Nome: Juliana Idade: 36 anos



Mapa de Empatia

1- O que ele vê?

Quais programas de TV? Quais redes sociais? Sites da internet? Jornais? Pessoas?
O que acontece diante dos olhos dele?

2- O que ele pensa?

Ele está feliz? Está triste? O que ele pensa da vida? Do futuro? das notícias de jornal?

3- O que ele ouve?

O que as pessoas falam para ele? O que ele ouve no rádio? E no dia-a-dia em geral?

4- O que ele fala?

O que ele fala para as pessoas? Ele faz o que fala? Sobre quais assuntos ele fala?
para ele? O que o faz feliz?

Mapa de Empatia

5- O que ele faz?

Quais atividades ele faz? O que ele faz no dia-a-dia? Como é a vida dele?

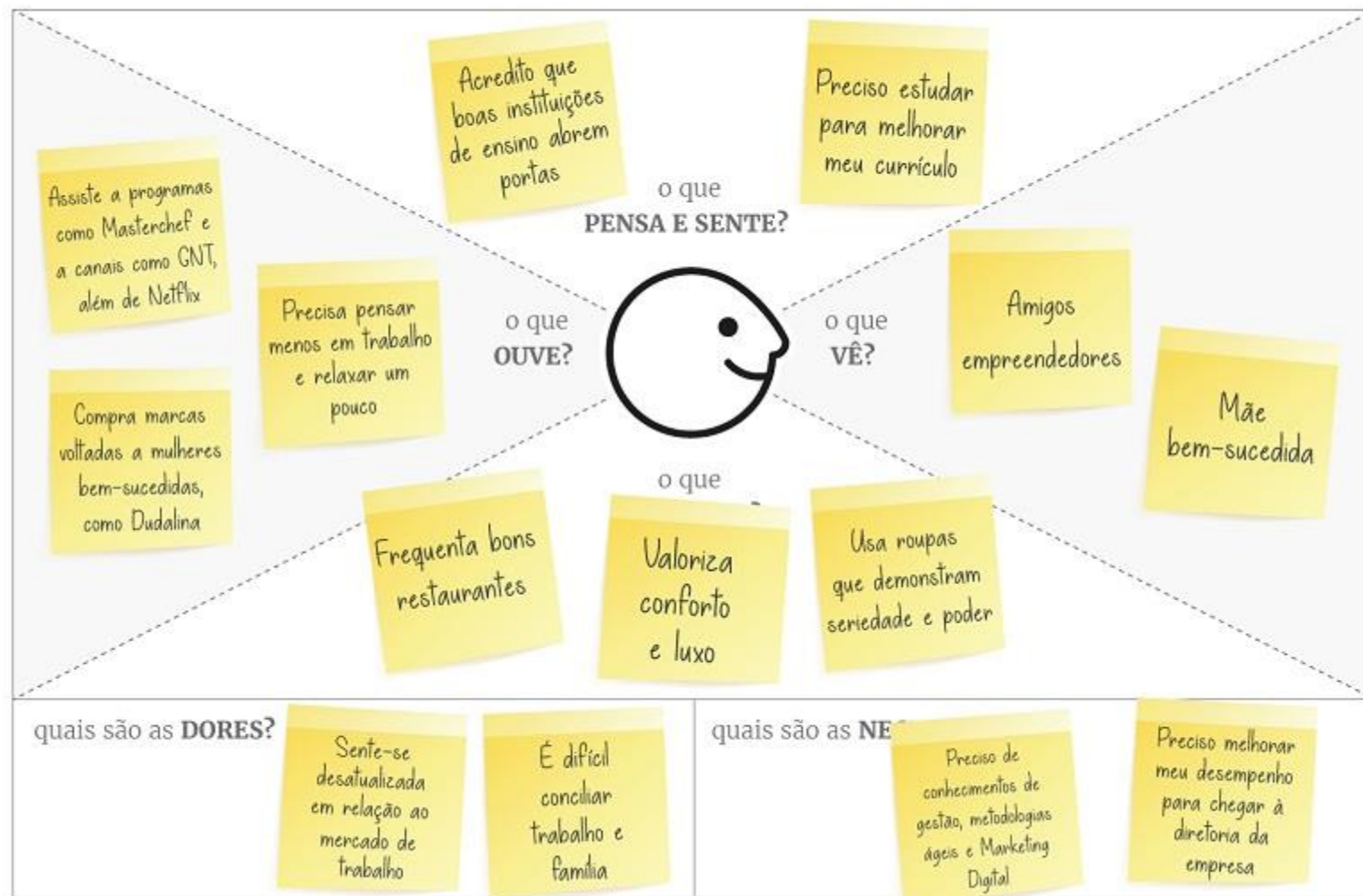
6- Quais são as dores dele?

De que ele reclama? Quais problemas ele tem? Quais insatisfações e frustrações?

7- Quais as necessidades e desejos?

O que ele quer? Quais são os sonhos dele? O que é sucesso para ele? O que o faz feliz?

Nome: Juliana Idade: 36 anos





Unidade

Modelo de Negócios



Você já deve ter se perguntado se a sua ideia de negócio é viável, certo?

Logo em seguida, começam a surgir dezenas de dúvidas a respeito de quais cuidados você deve ter ao abrir uma empresa. Mas afinal, o que é preciso pensar na hora de planejar o seu negócio?

Um **MODELO DE NEGÓCIO** descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização.

Um **MODELO DE NEGÓCIO** determina o produto ou serviço que uma organização irá produzir ou fornecer, o método de produção, o seu público alvo e suas fontes de receita.

Um **MODELO DE NEGÓCIO** é importante para conhecer as forças do mercado. Um exemplo é o modelo de negócios criado pela Apple para o iPod e iTunes em 2001. O iPod foi lançado em um momento em que haviam outros dispositivos do tipo, contudo sua proposta de valor viabilizou sua consolidação. Esse proposta caracteriza-se por permitir que os usuários comprem as músicas pelo próprio dispositivo.



Search

Browse

Source

- Library
- Radio Tuner
- Twentieth Century Blu
- Playlist


Song	Time	Artist	Album	Genre
<input checked="" type="checkbox"/> Su-Chou Prison	5:00	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Muir Races to Work	3:32	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "... He's been arrested for espi...	1:23	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Red Shirt	5:07	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Training Montage	2:34	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Berlin	2:18	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "It's Not A Game"	2:35	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "You're Going to Miss It"	9:15	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Beirut, A War Zone	3:20	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "My Name is Tom"	2:41	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> All Hell Breaks Loose	6:19	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Explosion & Aftermath	2:51	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Farting Company	2:08	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Harker Tracks Muir	3:28	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> The Long Night	1:46	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Muir's in the Hot Seat	5:09	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Back at Su-Chou Prison	2:18	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Operation Dinner Out	4:50	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Spies (Ryebot Remix)	2:16	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Dinner Out (Rothrock Remix)	2:39	Harry Gregson-Will...	Spy Game	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Main Title	2:59	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "Too Many Secrets"	6:17	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> The Sneakers Theme	3:34	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Cosmo... Old Friend	7:10	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> The Hand-Off	3:07	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Planning the Sneak	3:22	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Playtronics Break-In	10:39	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> The Escape/Whistler's Rescue	3:24	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> Goodbye	3:24	James Horner	Sneakers	SoundTrack
<input checked="" type="checkbox"/> "... And the Blind Shall See"	4:29	James Horner	Sneakers	SoundTrack



86 songs, 4:39:14 total time, 320.3 MB



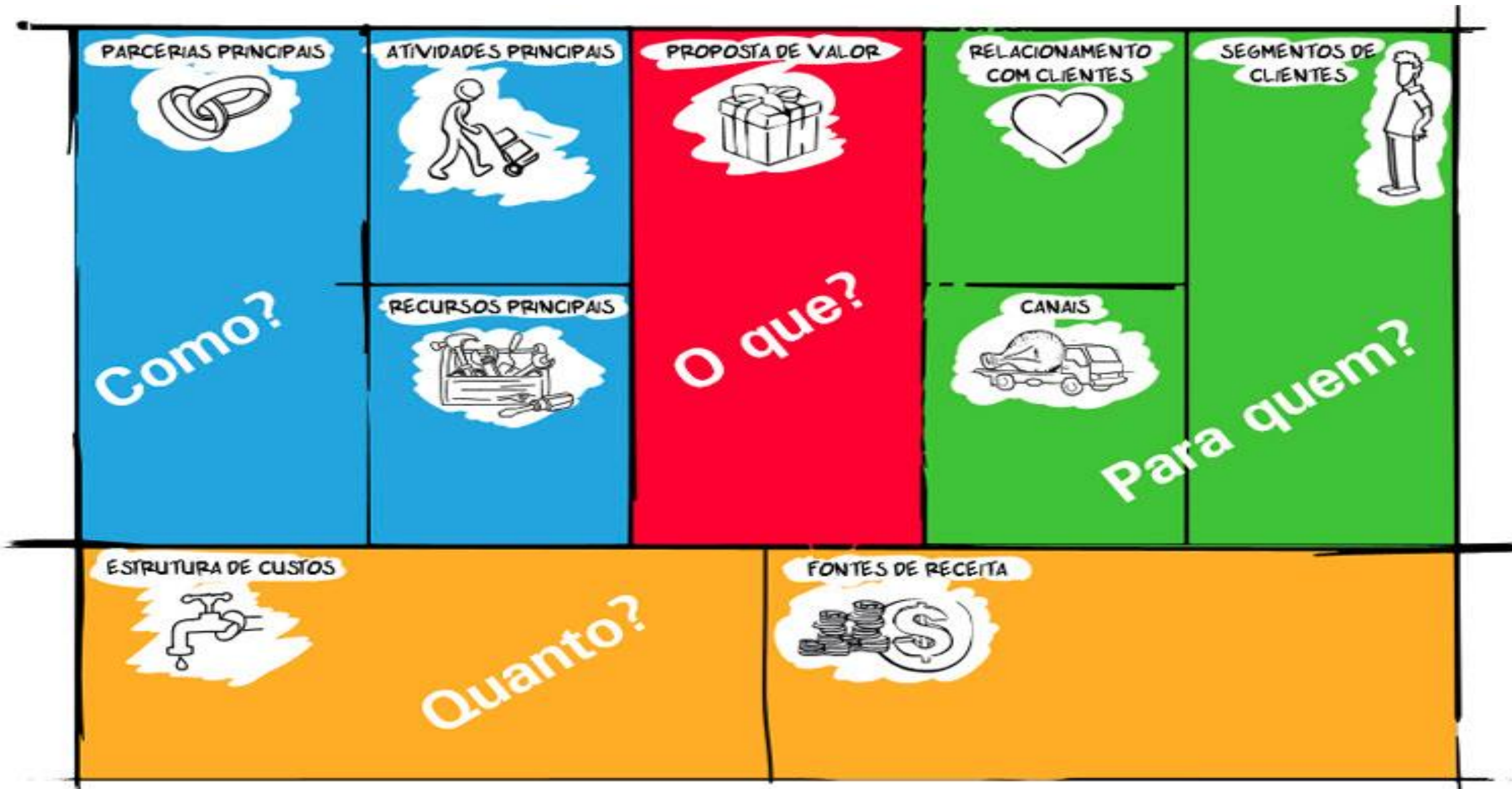




O Business Model Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

Fonte: Sebrae





É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, são eles:

1 – PROPOSTA DE VALOR

Que sua empresa vai oferecer para o mercado que realmente terá valor para os clientes.

2 – SEGMENTO DE CLIENTES

Quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa

3 – OS CANAIS

Como o cliente compra e recebe seu produto e serviço

4 – RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Como a sua empresa se relacionará com cada segmento de cliente

5 – ATIVIDADE-CHAVE

Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a Proposta de Valor

6 – RECURSOS PRINCIPAIS

São os recursos necessários para realizar as atividades-chave

7 – PARCERIAS PRINCIPAIS

São as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da empresa

8 - FONTES DE RECEITA

São as formas de obter receita por meio de propostas de valor

9 - ESTRUTURA DE CUSTOS

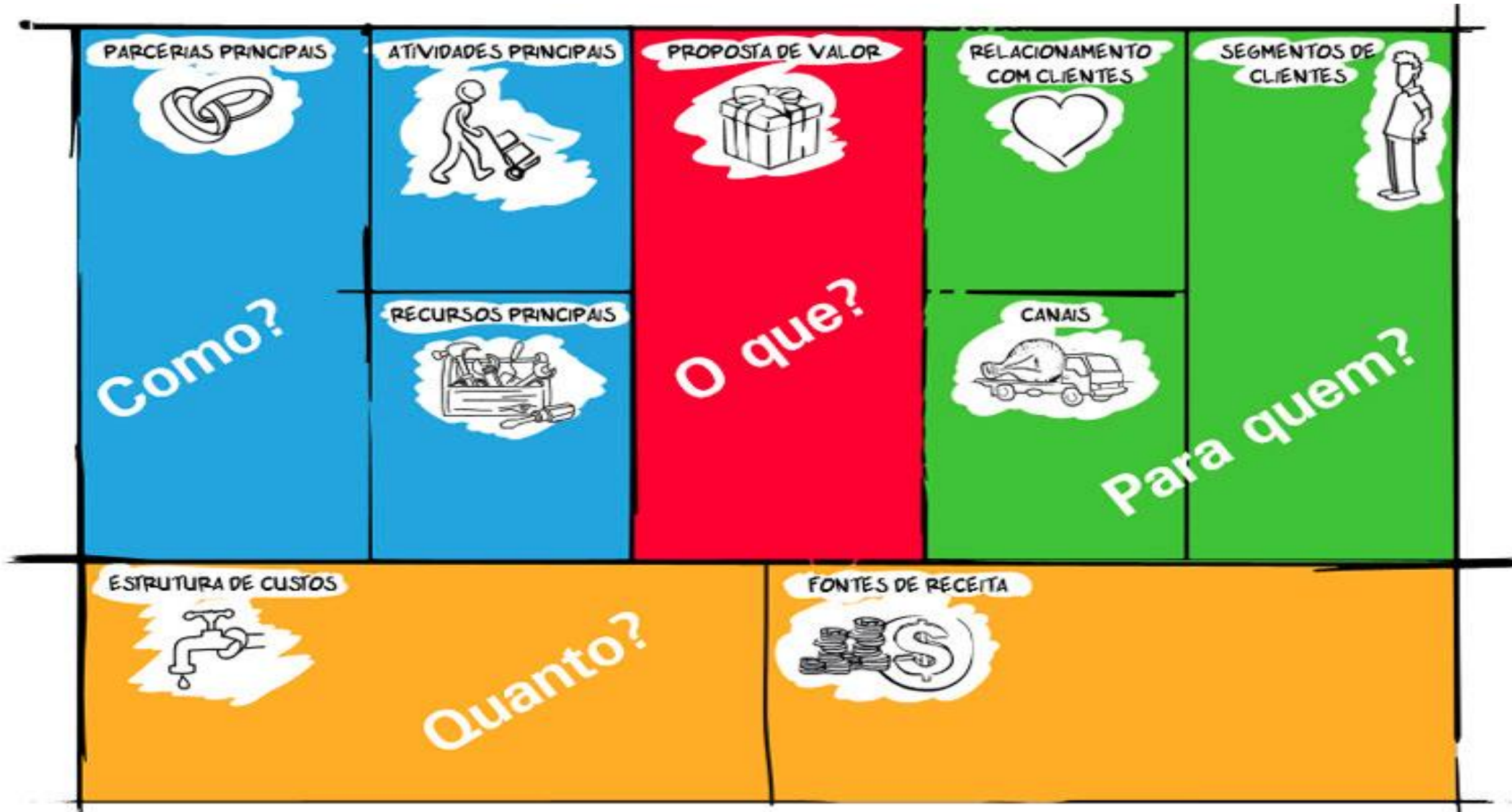
São os custos relevantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar

Estrutura de Custo

- **Pergunte-se:** quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios? Que recursos principais são mais caros? Quais atividades-chave são mais caras?
- Essa estrutura pode envolver custos fixos e variáveis. Algumas empresas focam em modelos de negócios direcionados pelo custo, portanto, tendem a minimizá-lo em suas atividades ao máximo. Dessa forma, utilizam propostas de valor baixo.
- Outras se direcionam a criação de valor nos produtos, o que torna suas atividades mais complexas. Conseqüentemente, o preço dos produtos/serviços finais é mais elevado.

Fontes de Receita

- **Pergunte-se:** quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar? Pelo que eles pagam atualmente? Como pagar? Como prefeririam pagar? O quanto cada Fonte de Receita contribui para o total da receita?
- As fontes de receita da sua empresa representam o dinheiro gerado a partir de cada segmento de clientes. Para calcular a receita, os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro.
- As fontes de receita no Canvas podem incluir a venda de recursos (produtos físicos), taxas de uso (quanto mais o serviço é usado, maior o lucro), taxas de assinatura (para uso contínuo), empréstimos, aluguéis e licenciamentos.



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Innovation:

Key Partners



Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?
Which Key Activities do partners perform?

Key Partnerships:
• Supplier Partnerships
• Distribution Partnerships
• Co-opetition Partnerships

Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

Key Activities:
• Production
• Distribution
• Platform Development

Value Propositions



What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

Value Propositions:
• Newness
• Performance
• Customization
• Design
• Price
• Convenience
• Risk Reduction
• Compatibility
• Usability

Customer Relationships



What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?
Which ones have we established?
How are they integrated with the rest of our business model?
How costly are they?

Customer Relationships:
• Personal Assistant
• Concierge
• Self-Service
• Automated
• Community
• Co-creation
• Status

Customer Segments



For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

Customer Segments:
• Mass
• Niche
• Segments of Mass
• Multi-Sided Platform

Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?
Our Distribution Channels?
Customer Relationships?
Revenue Streams?

Key Resources:
• Physical
• Intellectual
• Financial
• Human
• Social

Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

Channels:
• Direct
• Indirect
• Intermediaries
• Distribution
• Retailers
• Resellers
• Partners
• Affiliates
• Agents

Cost Structure

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Cost Structure:
• Variable Costs
• Fixed Costs
• Semi-Variable Costs
• Overhead Costs
• Infrastructure Costs
• Distribution Costs
• Customer Support Costs
• Marketing Costs
• Research and Development Costs
• Administrative Costs
• Financial Costs
• Legal Costs
• Insurance Costs
• Tax Costs












Revenue Streams

For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

Revenue Streams:
• Transactional
• Recurring
• Usage-based
• Subscription
• Advertising
• Commission
• License
• Royalty
• Rental
• Lease
• Franchise
• Investment
• Equity
• Debt
• Grant
• Donations
• Sponsorship
• Fundraising
• Crowdfunding
• Freemium
• Free Trial
• Free Demo
• Free Sample
• Free Consultation
• Free Trial
• Free Demo
• Free Sample
• Free Consultation



Como?		O que?	Para quem?	
 Parcerias Principais Rede de Fornecedores e parceiros que ajudam a sua empresa a funcionar	 Atividades Principais Ações importantes que sua empresa deve realizar para fazer seu Modelo de Negócios funcionar	 Proposta de Valor Qual seu pacote de produtos e serviços e o valor que ele possui para os clientes	 Relacionamento com Clientes Tipos de relação que uma empresa estabelece com Clientes para conquistá-los e mantê-los	 Segmento de Clientes Quem são os clientes que você pretende atender? Eles tem um perfil específico? Como eles estão agrupados? Onde estão localizados
	 Recursos Principais Recursos mais importantes exigidos para fazer o Modelo de Negócios funcionar			 Canais Como sua empresa se comunica e alcança seus Clientes para entregar sua Proposta de Valor
 Estrutura de Custos Todos os custos envolvidos na operação do seu Modelo de Negócios			 Receitas Dinheiro que a empresa gera. Quanto e como você vai receber dos clientes	
Quanto?				

The Business Model Canvas

Designed for:
Example

Designed by:
Facebook

On: _____
Iteration: _____

