



Da ideia ao Canvas

Luiz Eduardo Guarino

11,9

milhões de
desempregados



+4,5 milhões de empresas

0,7% crescem +de 20% ao ano



[VEJA MAIS](#)



Ajude-nos a melhorar compartilhando seus comentários.



08/04/2019 - 17H54 - ATUALIZADA ÀS 20H13 - POR ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE

Brasileiro é digital e empreendedor, mas falta inovação, aponta McKinsey

Apesar dos usuários conectados (67% dos habitantes) e do grande número de empreendedores (39% da população economicamente ativa), país não tem empresas de tecnologia entre as mais valiosas



EXPLOÇÃO DE UNICÓRNIOS

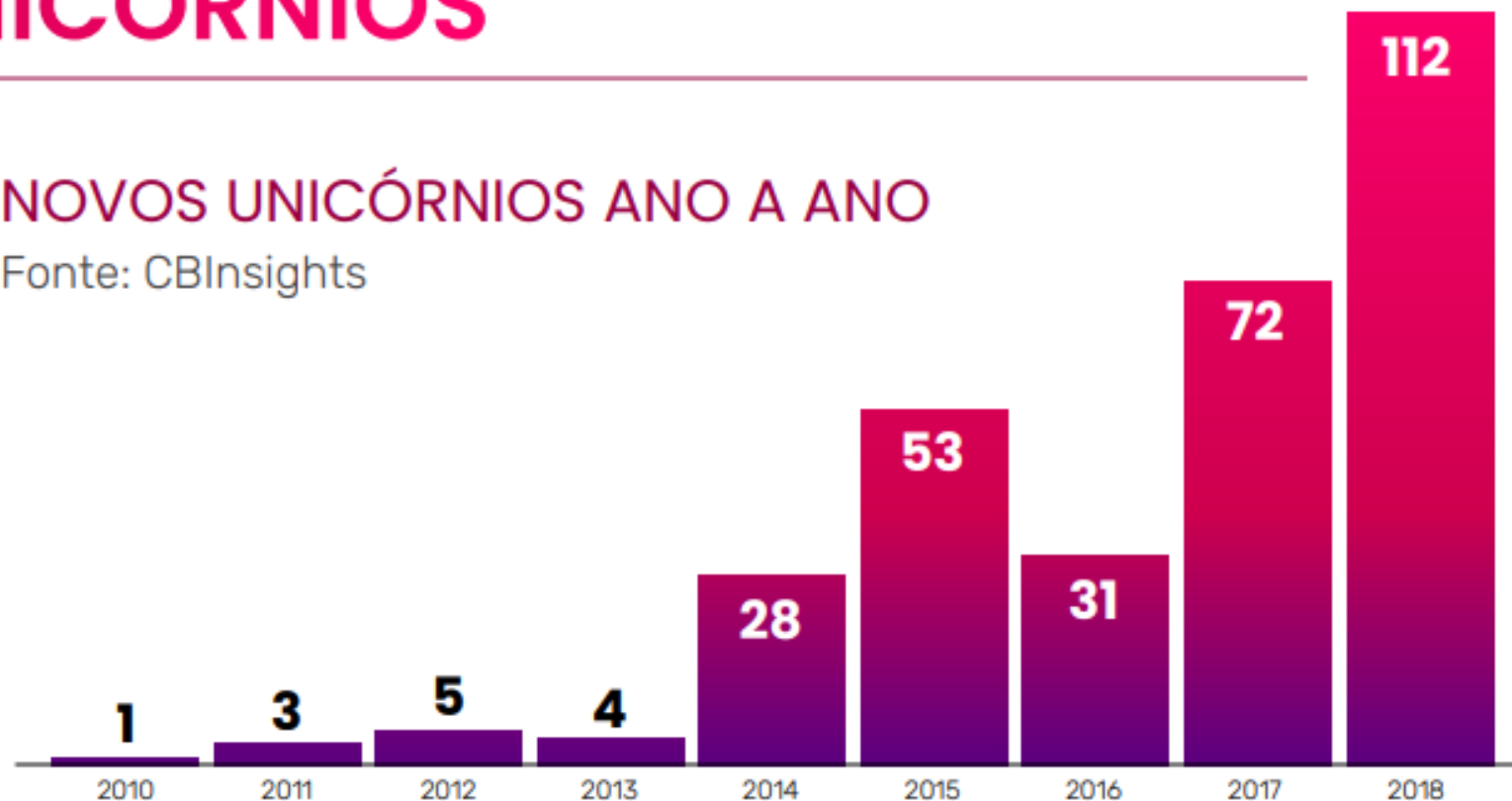
Os Unicórnios podem até ser considerados raros,



capital. Segundo o Prof. William H. Janeway, economista da Universidade de Princeton e *venture*

NOVOS UNICÓRNIOS ANO A ANO

Fonte: CBInsights





MASTERING DESIGN THINKING ONLINE

> 3 MONTHS

> BEGINS NOVEMBER 2019

Pela primeira vez, China tem mais empresas 'unicórnios' que os EUA

Start-ups com valor superior a US\$ 1 bilhão no país asiático chegam a 206, contra 203 americanas

AFP

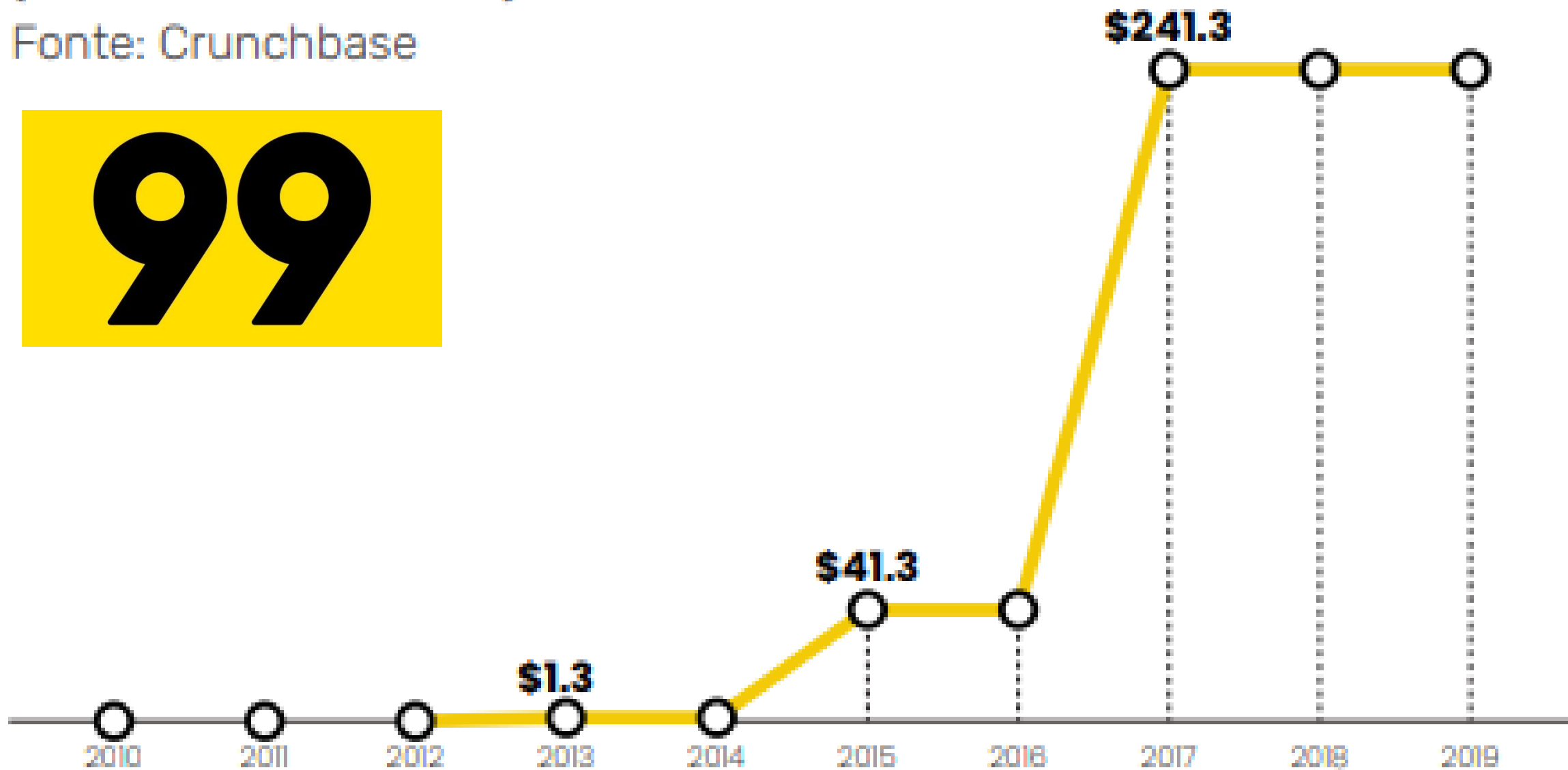
21/10/2019 - 16:36 / Atualizado em 21/10/2019 - 16:38



CAPTAÇÃO TOTAL DE INVESTIMENTOS

(em milhões de dólares)

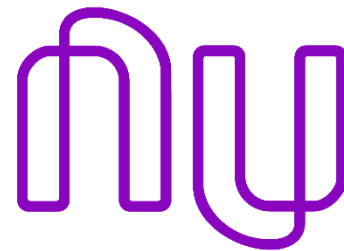
Fonte: Crunchbase

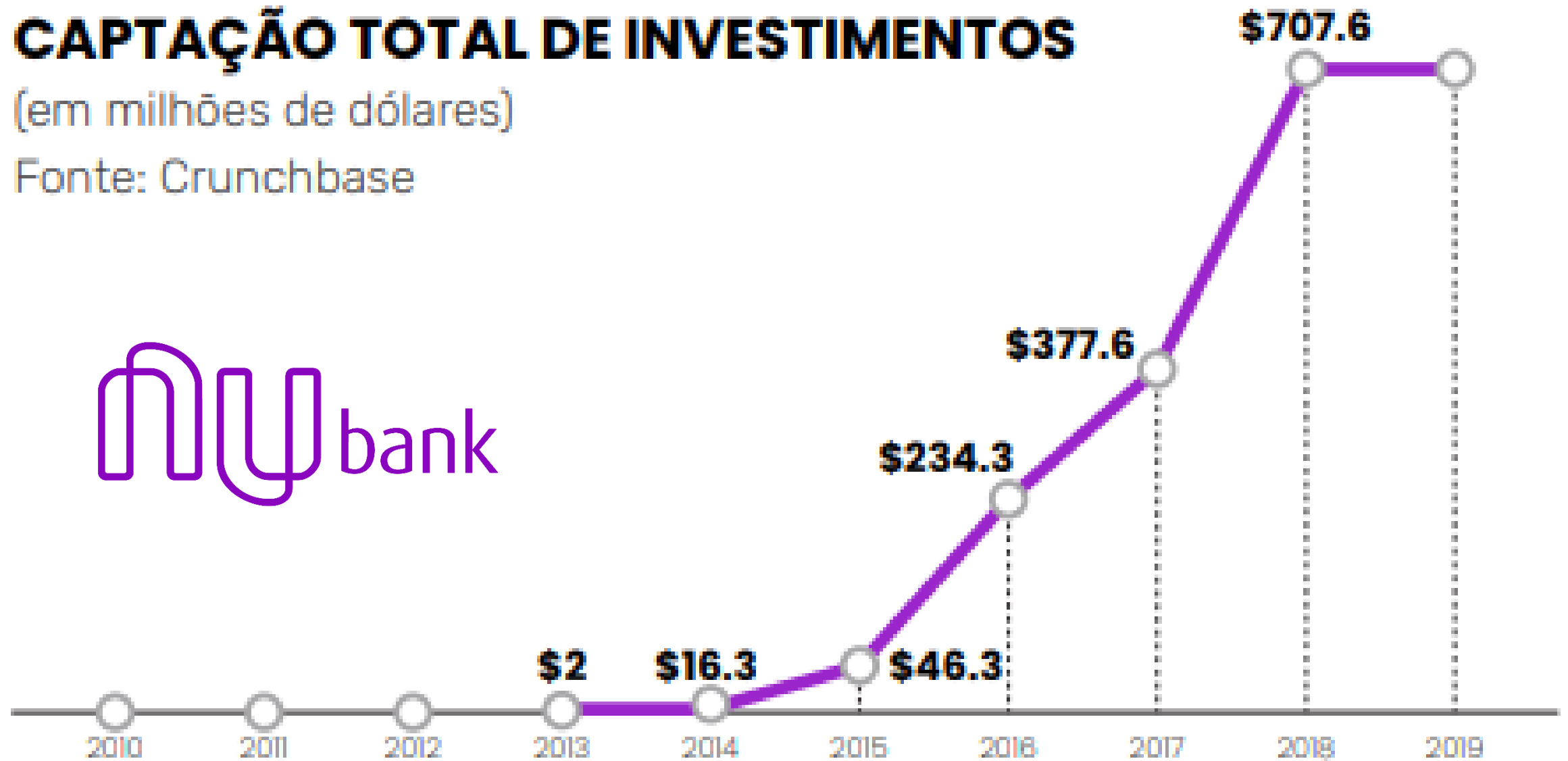


CAPTAÇÃO TOTAL DE INVESTIMENTOS

(em milhões de dólares)

Fonte: Crunchbase

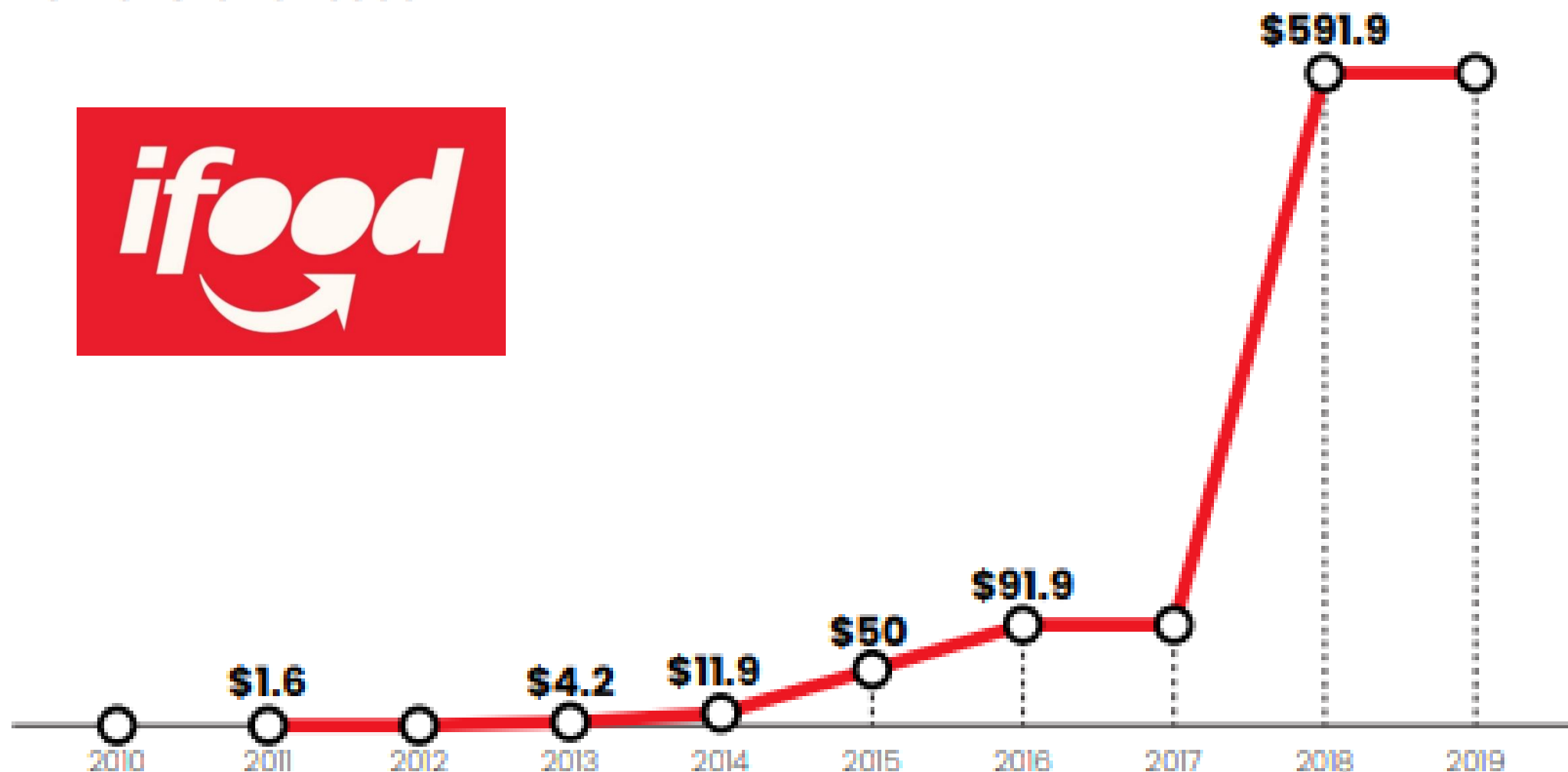
 bank



CAPTAÇÃO TOTAL DE INVESTIMENTOS

(em milhões de dólares)

Fonte: Crunchbase



76%

dos brasileiros
sonham em
ter o próprio
negócio

— if —



can

DREAM

— it —



can

DO

— it —

19%

dos brasileiros
querem
empreender
nos próximos
5 anos

**Mas o que é ser
empreendedor?**



empreendedor é aquele que **inicia algo novo**, que vê o que ninguém vê, aquele que **realiza antes**, aquele que sai da área do sonho, do desejo e parte para a ação.



empreendedor, em geral, é motivado pela **autorrealização** e pelo desejo de **assumir responsabilidades** e **ser independente**.



Hoje, o
empreendedorismo é
mais que tudo uma
postura e um espírito que
permitem ao
empreendedor encarar
problemas como
oportunidades e cultivar,
acima de tudo, a
capacidade de estar
atento e de tomar
decisões.



Aproveita as
oportunidades
(problemas reais)
para **criar algo novo**
ou **melhorar** o que já
existe.

Que deseja **entregar**
algo melhor ao seu
cliente.









**Empreendedorismo
é só para ganhar
dinheiro?**



<http://www.ruthrocha.com.br/biografia>

**IDÉIAS TODO MUNDO
TEM. COMO É QUE
ENTRAM NA CABEÇA
DA GENTE? ENTRAM
PORQUE A GENTE LÊ,
OBSERVA, CONVERSA,
VÊ ESPETÁCULOS.**

“a criação depende de muito tempo, trabalho e erros ao longo do caminho”



INDUSTRY
OF THINGS
WORLD

Kevin Ashton
Inventor of the “Internet of Things”

<http://finep.gov.br/noticias/todas-noticias/4446-kevin-ashton-entrevista-exclusiva-com-o-criador-do-termo-internet-das-coisas>



"O caminho mais curto entre dois pontos se chama execução."

Camila Farani é um dos "tubarões" do Shark Tank Brasil. Premiada como Melhor Investidora-Anjo no Startup Awards 2016, ela é fundadora do Grupo Boxx (alimentação) e FizCon (inovação). Em 2014 cofundou o Mulheres Investidoras Anjo de incentivo a mulheres empreendedoras. De 2016 a 2018 presidiu o Gávea Angels, um dos primeiros grupos de investimento-anjo do Brasil. Recentemente fundou a boutique de investimentos G2 Capital para continuar apostando em novas empresas de tecnologia(startups). É advogada, com pós graduação em Marketing e especializações em empreendedorismo e inovação por Stanford e MIT.



A persistência
é o caminho
do êxito.

Charles Chaplin



PENSADOR

É PRECISO
OUVIR AS
NECESSIDADES
DOS CLIENTES



PROBLEMAS REAIS

GRANDES

IDEIAS

The Business Model Canvas



Alexander Osterwalder

PARCÉRIAS PRINCIPAIS



ATIVIDADES PRINCIPAIS



PROPOSTA DE VALOR



RELACIONAMENTO
COM CLIENTES



SEGMENTOS DE
CLIENTES



Como?

RECURSOS PRINCIPAIS



O que?

CANAIS



Para quem?

ESTRUTURA DE CUSTOS



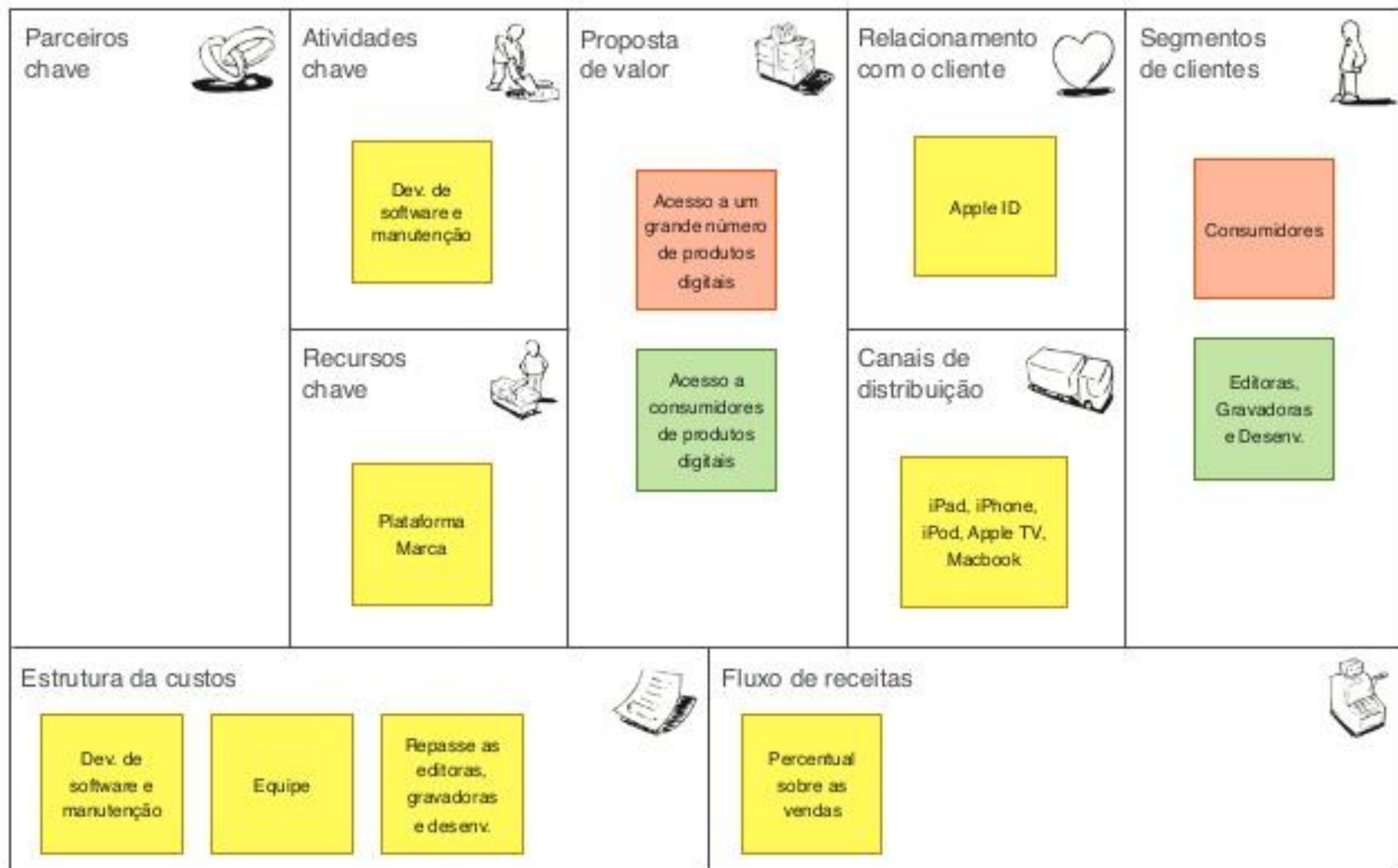
Quanto?

FONTES DE RECEITA



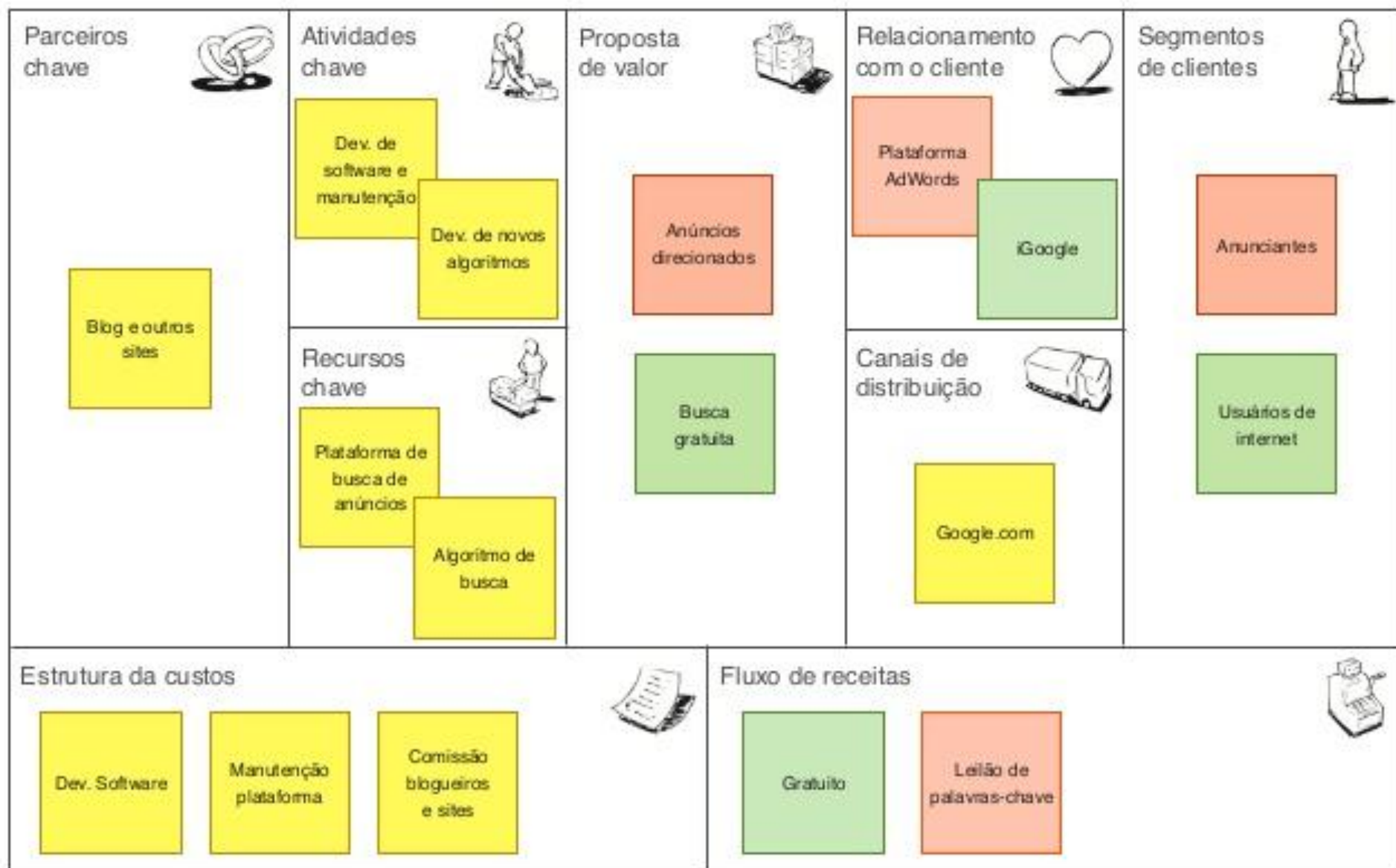
App Store

Arquivos para turbinar sua experiência
com os aparelhos da Apple.

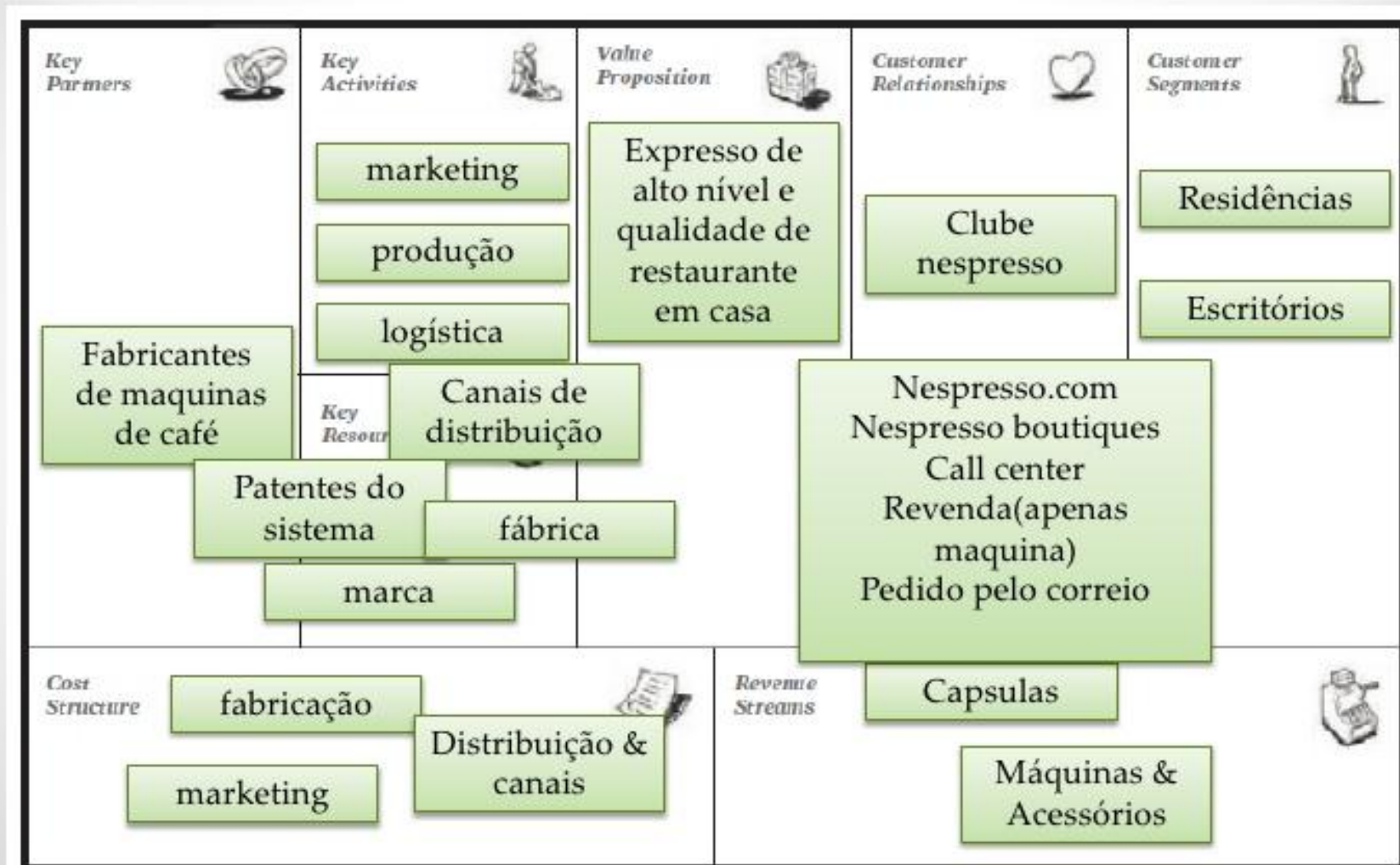


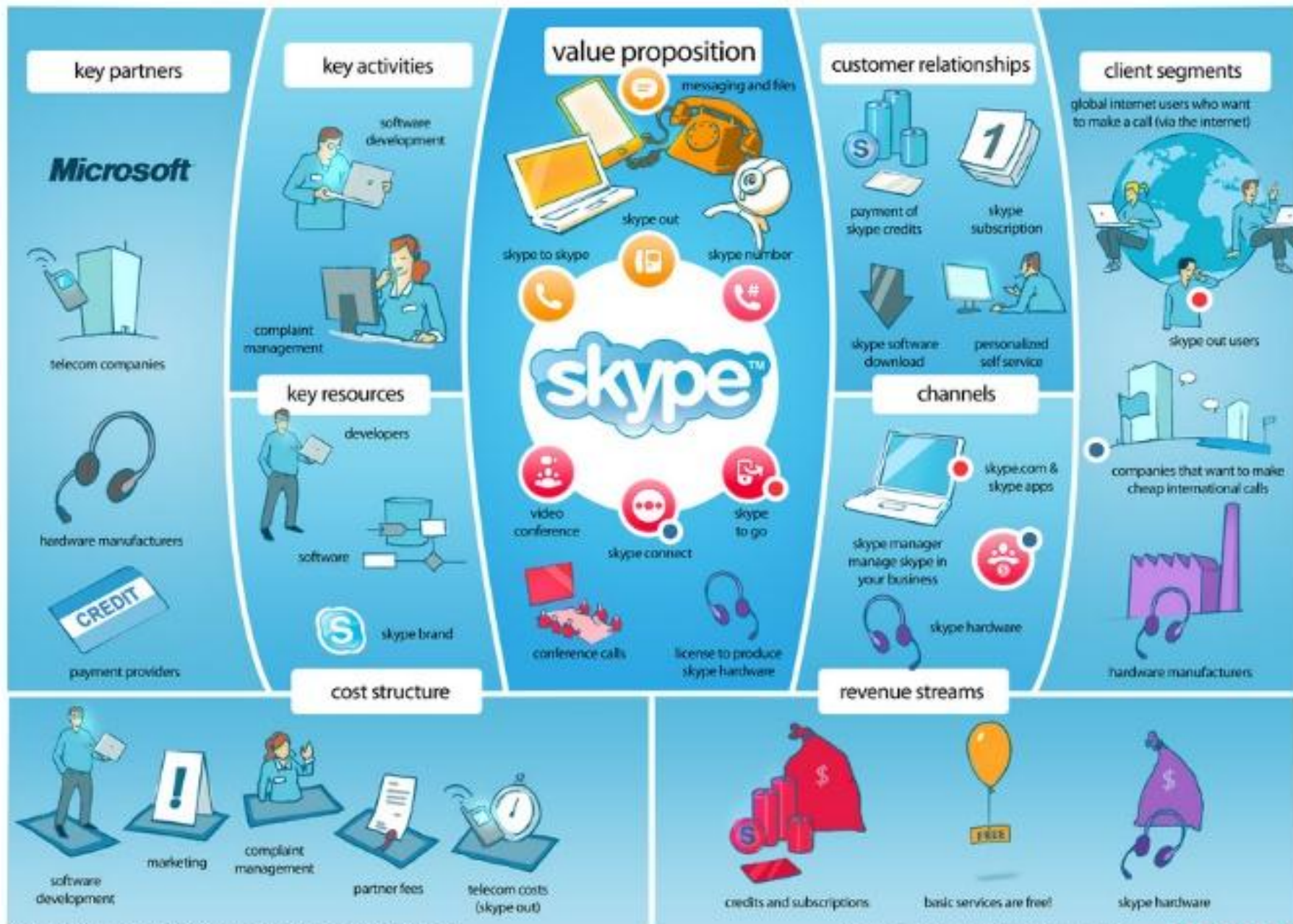
Google

Anuncie para quem busca por assuntos relacionados ao seu negócio.



Nespresso

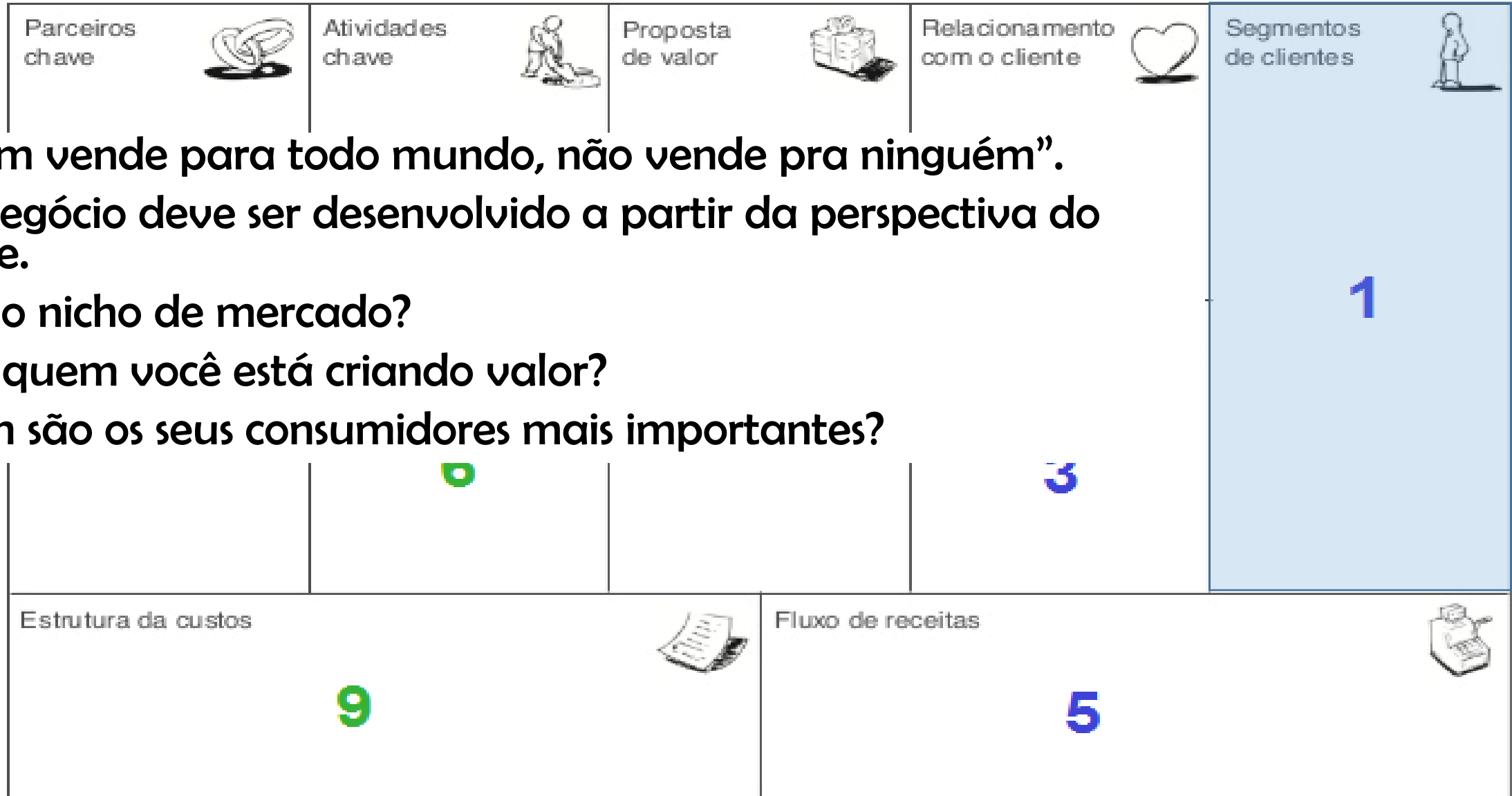




Business Model Canvas

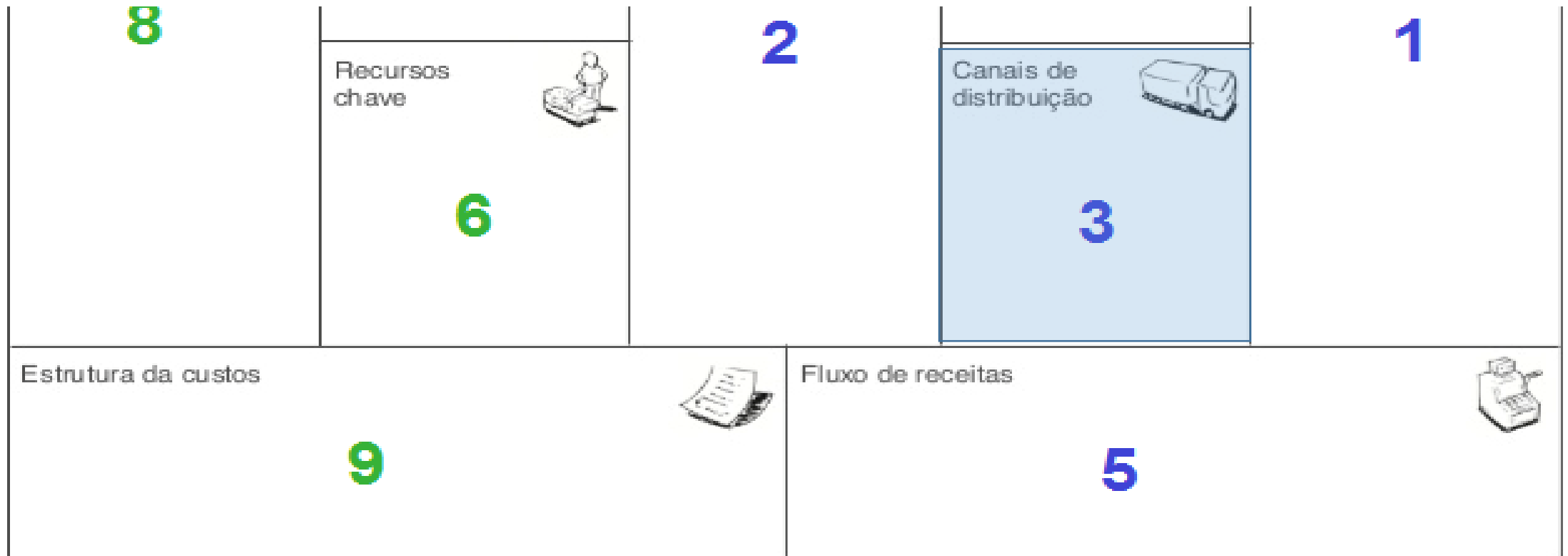


Business Model Canvas



- “Quem vende para todo mundo, não vende pra ninguém”.
- Um negócio deve ser desenvolvido a partir da perspectiva do cliente.
- Qual o nicho de mercado?
- Para quem você está criando valor?
- Quem são os seus consumidores mais importantes?

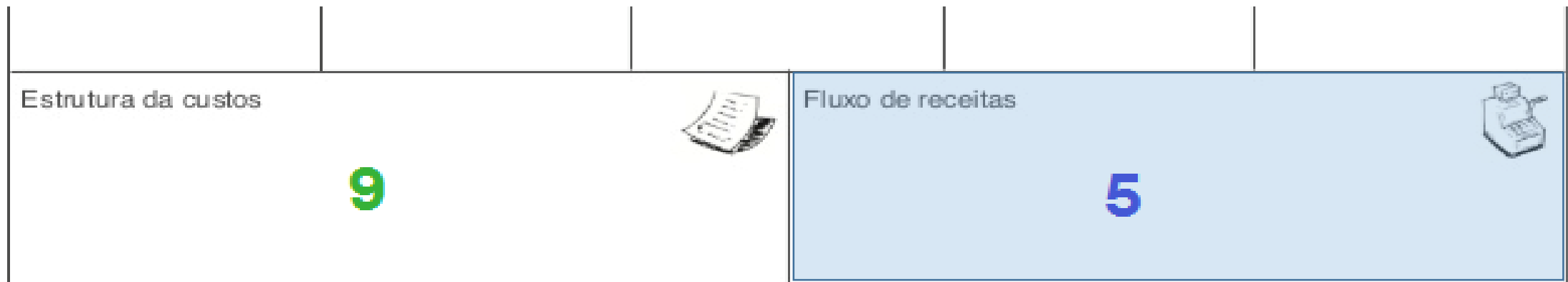
- Através de quais canais seus clientes querem ser contatados?
- Como você conseguirá alcançar seus clientes?
- Como seus canais são integrados?
- Qual canal funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo-benefício?



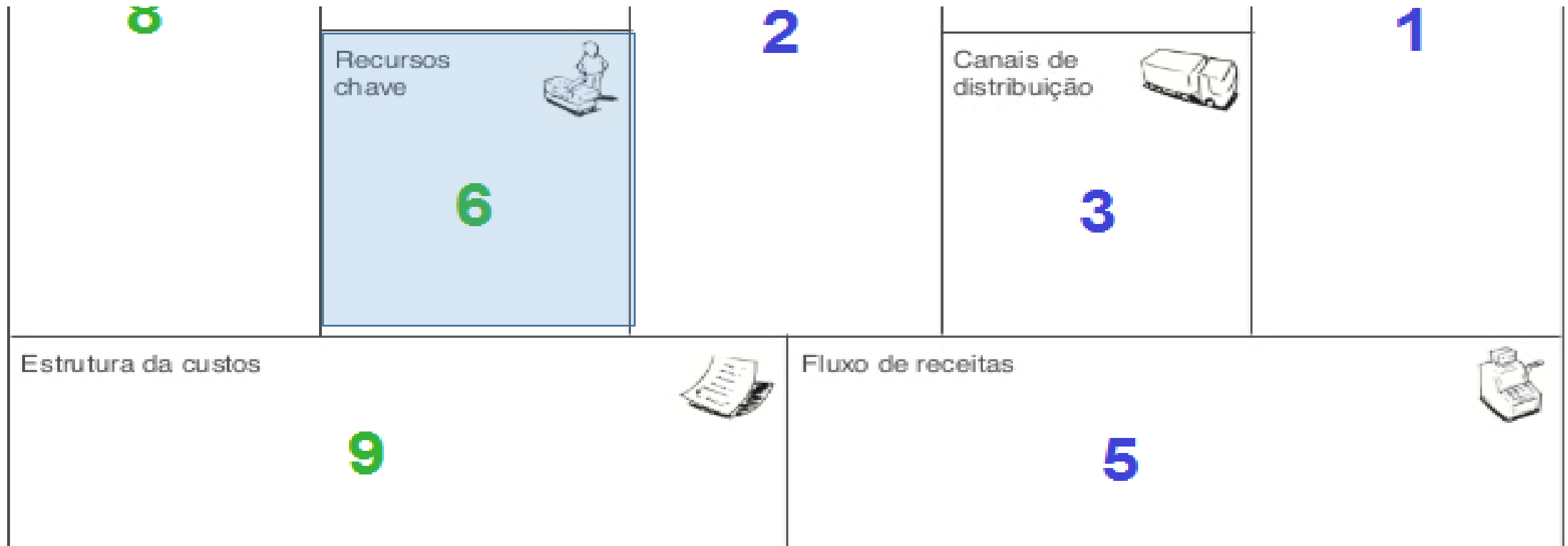
Business Model Canvas



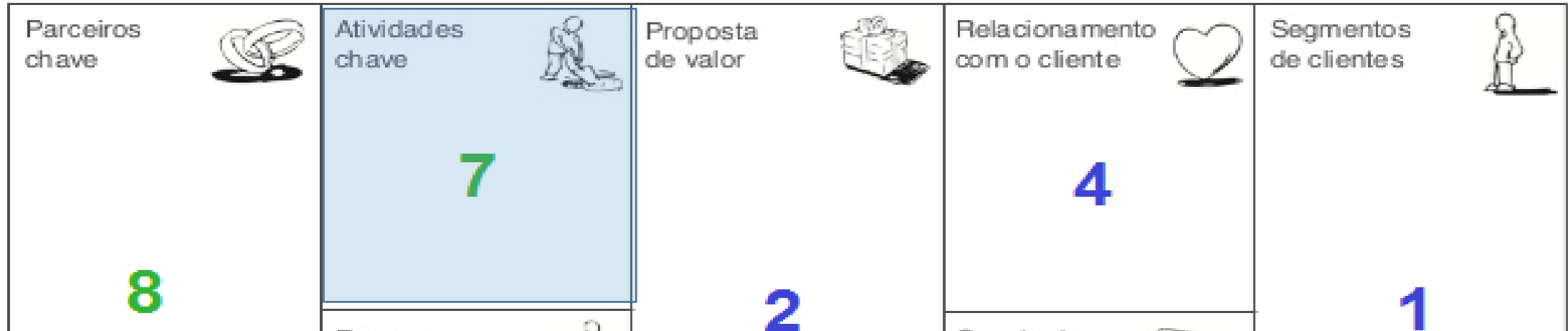
- Como o cliente pagará pelos benefícios recebidos?
- Produto; Serviço; Recursos Compartilhados; Assinatura; Revenda; Aluguel; Agenciamento; Venda de atenção; Empréstimo;
- Freemium



- O que realmente importa para funcionar?
- Ativos físicos (instalações), intelectuais (patentes), recursos humanos e financeiros.
- Que recursos principais sua **proposta de valor** requer? E para os **canais**? E para obter o **relacionamento** com clientes? E para conseguir as fontes de **receita**?



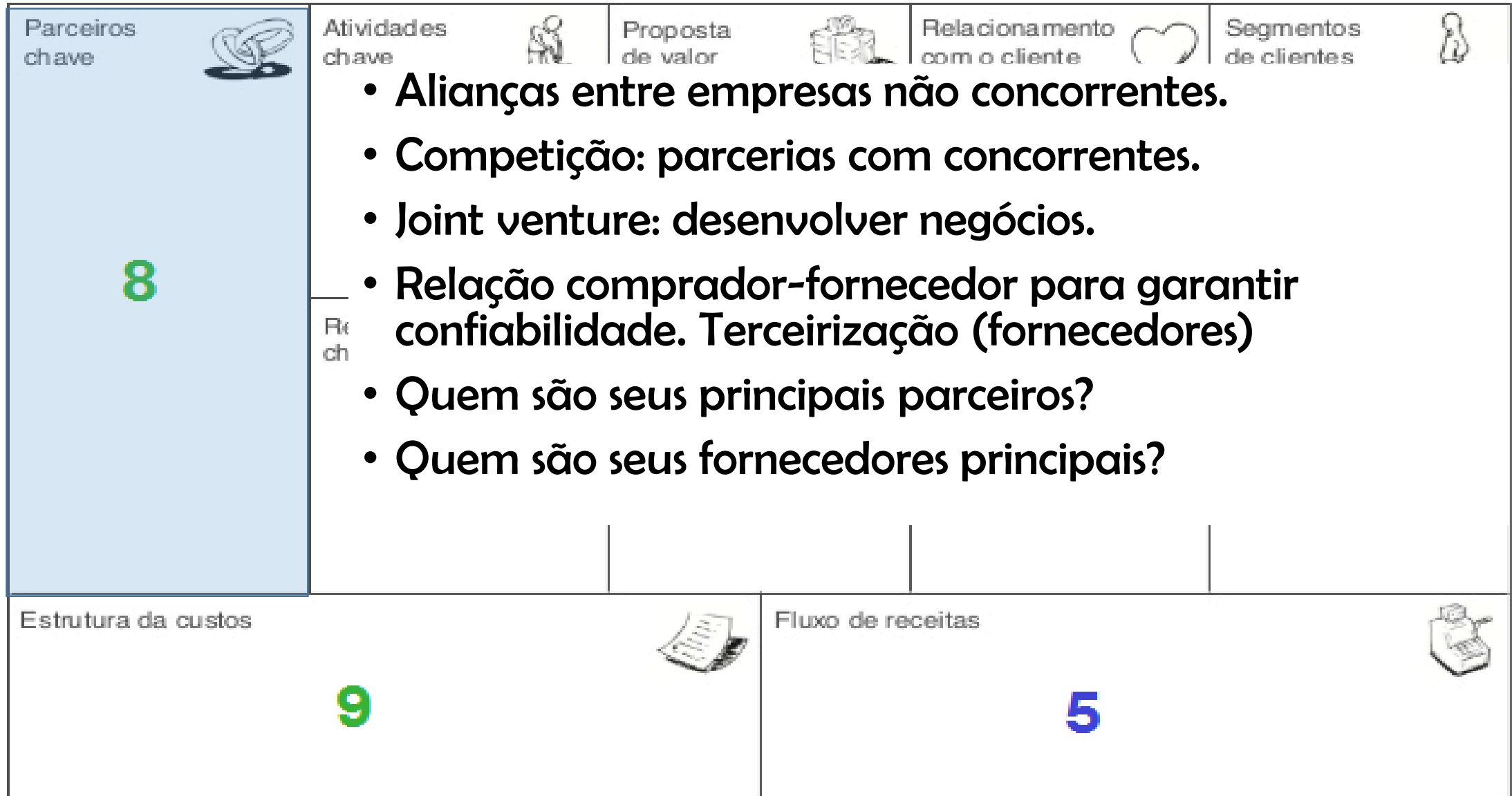
Business Model Canvas



- Ações mais importantes que a empresa deve fazer de forma constante.
- Exemplos: produção de bens, resolução de problemas, gestão de plataformas, desenvolvimento de produtos, vendas consultivas, entre outras.



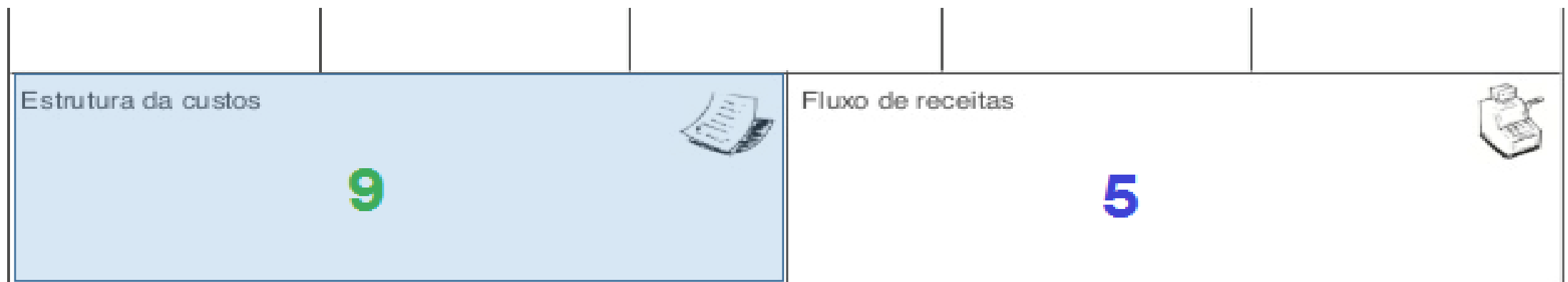
Business Model Canvas



Business Model Canvas



- Principais custos
- Fixos (salários, aluguéis)
- Variáveis
- Impostos (fixos ou Variáveis)
- Quais são os custos mais importantes em seu modelo de negócios?












Lean Canvas

Desenhado para:

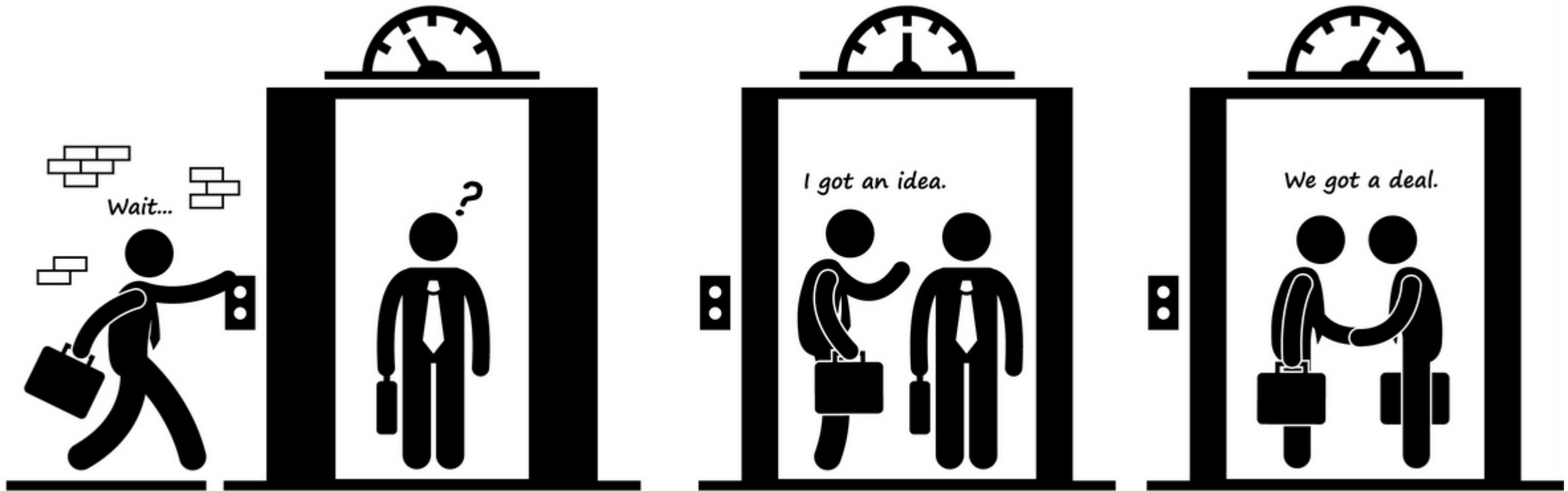
Desenhado por:

Data:

Versão:

Problema 	Solução 	Proposta Única de Valor 	Vantagem Injusta 	Segmentos de Clientes 
	Métricas Chave 		Canais 	
Estrutura de Custos 			Fontes de Renda 	

Pitch



Mapa de Empatia

Desenhado para:

Desenhado por:

Data:

Versão:

1 Com quem estamos sendo EMPÁTICOS?
Quem é a pessoa que queremos conhecer?
Em que situação ela está?
Qual é o papel dela nessa situação?

OBJETIVO

2 O que ela precisa fazer?
O que ela precisa fazer de diferente?
Quais tarefas ela quer ou precisa fazer?
Qual decisão ela precisa tomar?
Como saberemos se ela foi bem sucedida?

3 O que ele VÊ?
O que ele vê no seu meio profissional?
O que ele vê no seu ambiente?
O que ele vê os outros falando e fazendo?
O que ele está lendo e assistindo?

4 O que ele FALA?
O que já escutamos ele falando?
O que imaginamos ele falando?

5 O que ele FAZ?
O que ele faz hoje em dia?
Qual comportamento dele já observamos?
O que imaginamos ele fazendo?

6 O que ele ESCUTA?
O que ele escuta outros dizerem?
O que ele escuta de amigos?
O que ele escuta de colegas?
O que ele escuta de segunda mão?

7 O que ela PENSA e SENTE?

DORES
Quais são os seus medos, frustrações e ansiedades?

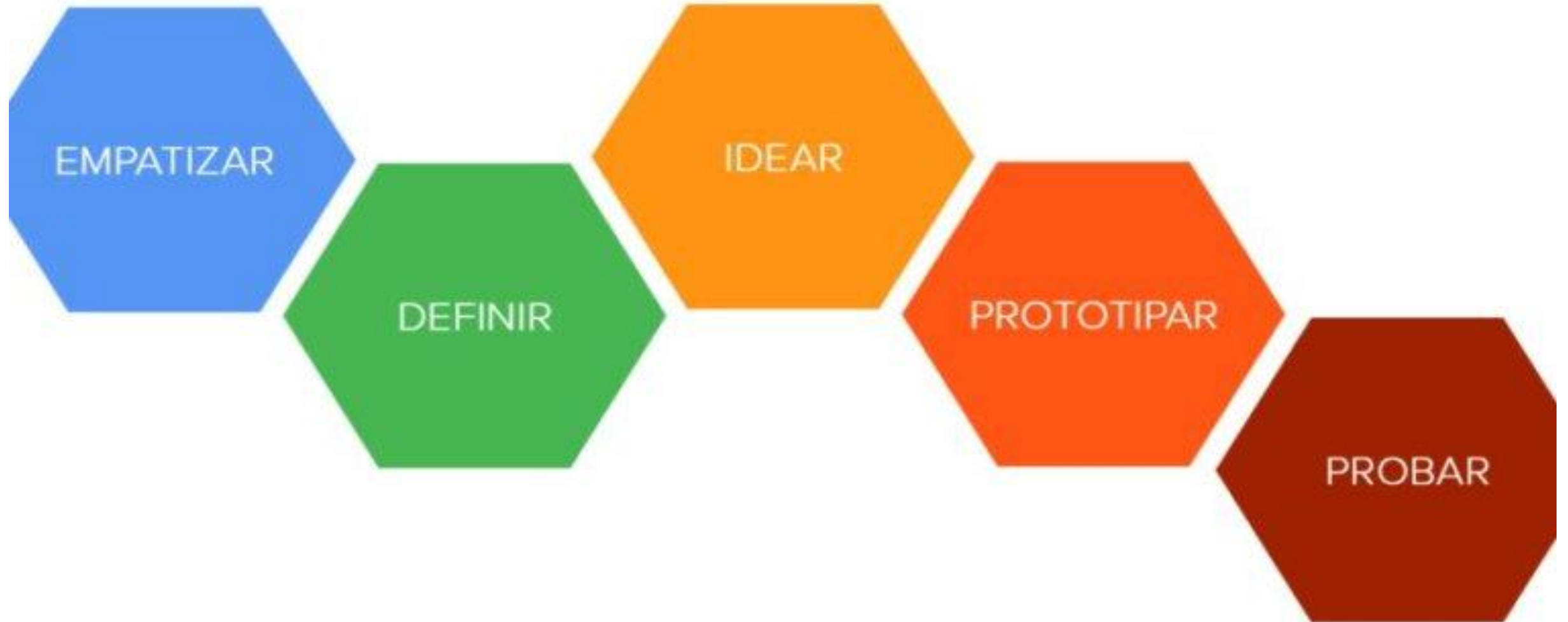
DESEJOS
Quais são suas vontades, necessidades, esperanças e sonhos?

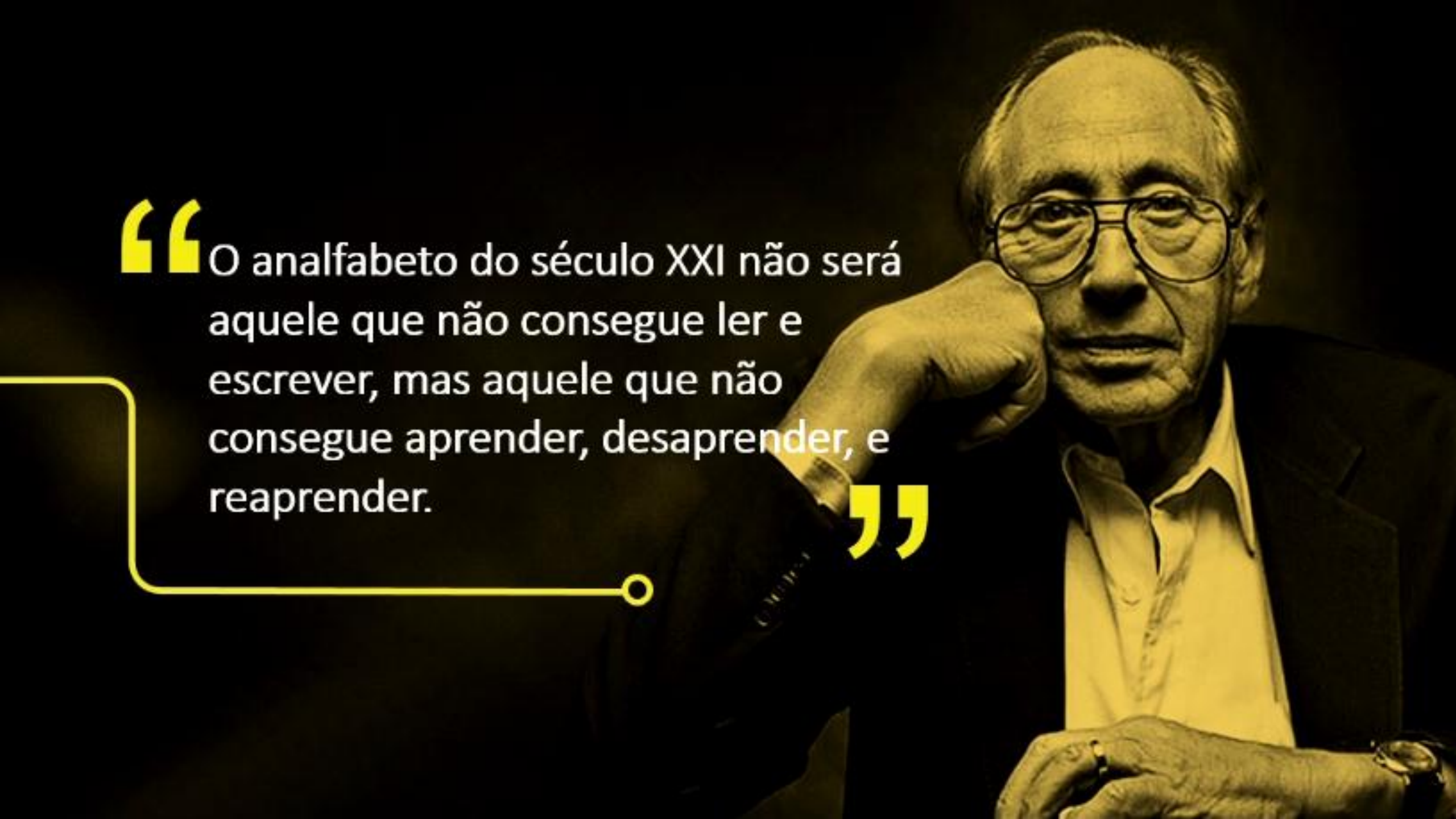
Quais outros pensamentos e sentimentos motivam o seu comportamento?

Personas



DESIGN THINKING





“ O analfabeto do século XXI não será aquele que não consegue ler e escrever, mas aquele que não consegue aprender, desaprender, e reaprender. ”

obrigado

salamat

DankU

danke

Grazie

MERCI

Gracias

СПАСИБО

Köszi

Thank
YOU

mahalo

TaKK



Luiz Eduardo Guarino