

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO



MÓDULO II DESENVOLVIMENTO DE MODELO DE NEGÓCIOS



2025 - INEPROTEC

Diretor Pedagógico	EDILVO DE SOUSA SANTOS
Diagramação	MICHEL MARTINS NOGUEIRA
Capa	MICHEL MARTINS NOGUEIRA
Elaboração	INEPROTEC

Direitos Autorais: É proibida a reprodução parcial ou total desta publicação, por qualquer forma ou meio, sem a prévia autorização do INEPROTEC, com exceção do teor das questões de concursos públicos que, por serem atos oficiais, não são protegidas como Direitos Autorais, na forma do Artigo 8º, IV, da Lei 9.610/1998. Referida vedação se estende às características gráficas da obra e sua editoração. A punição para a violação dos Direitos Autorais é crime previsto no Artigo 184 do Código Penal e as sanções civis às violações dos Direitos Autorais estão previstas nos Artigos 101 a 110 da Lei 9.610/1998.

Atualizações: A presente obra pode apresentar atualizações futuras. Esforçamo-nos ao máximo para entregar ao leitor uma obra com a melhor qualidade possível e sem erros técnicos ou de conteúdo. No entanto, nem sempre isso ocorre, seja por motivo de alteração de software, interpretação ou falhas de diagramação e revisão. Sendo assim, disponibilizamos em nosso site a seção mencionada (Atualizações), na qual relataremos, com a devida correção, os erros encontrados na obra e sua versão disponível. Solicitamos, outros sim, que o leitor faça a gentileza de colaborar com a perfeição da obra, comunicando eventual erro encontrado por meio de mensagem para contato@ineprotec.com.br.

VERSÃO 2.0 (01.2025)

Todos os direitos reservados à
Ineprotec - Instituto de Ensino Profissionalizante e Técnico Eireli
Quadra 101, Conjunto: 02, Lote: 01 - Sobreloja
Recanto das Emas - CEP: 72.600-102 - Brasília/DF
E-mail: contato@ineprotec.com.br
www.ineprotec.com.br

Sumário

ABERTURA

SOBRE A INSTITUIÇÃO

- Educação Tecnológica, Inteligente e Eficiente
- Missão
- Visão
- Valores

SOBRE O CURSO

- Perfil profissional de conclusão e suas habilidades
- Quesitos fundamentais para atuação
- Campo de atuação
- Sugestões para Especialização Técnica
- Sugestões para Cursos de Graduação

SOBRE O MATERIAL

- Divisão do Conteúdo
- Boxes

BASE TEÓRICA

INTRODUÇÃO

- Conceitos e Visão Empreendedora
- Tipos e Características de Empreendedores
- Intraempreendedorismo nas Organizações

IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E ANÁLISE DE MERCADO

- Oportunidades de Negócio e Sustentabilidade
- Análise do Mercado, Tendências e Riscos
- Diversidade, Inclusão e Variáveis Socioeconômicas

INOVAÇÃO E PROCESSO CRIATIVO

- Compreendendo a Inovação e Suas Tipologias
- Processo Criativo e Fontes de Novas Ideias
- Ambiente Inovador e Estruturação da Inovação

ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS E ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

- Estratégias de Diferenciação e Posicionamento
- Etapas do Processo de Criação de Valor
- Análise de Recursos e Financiamentos

FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA MODELAGEM DE NEGÓCIO

- Modelo Canvas de Negócios
- Design Thinking Aplicado ao Empreendedorismo
- Estruturação e Apresentação do Plano de Negócios

SESSÕES ESPECIAIS

MAPA DE ESTUDO

SÍNTESE DIRETA

MOMENTO QUIZ

GABARITO DO QUIZ

REFERÊNCIAS

Módulo II

DESENVOLVIMENTO DE MODELO DE NEGÓCIOS

Abertura

SOBRE A INSTITUIÇÃO

Educação Tecnológica, Inteligente e Eficiente

O Instituto de Ensino Profissionalizante e Técnico (INEPROTEC) é uma instituição de ensino que valoriza o poder da educação e seu potencial de transformação.

Nascemos da missão de levar educação de qualidade para realmente impactar a vida dos nossos alunos. Acreditamos muito que a educação é a chave para a mudança.

Nosso propósito parte do princípio de que a educação transforma vidas. Por isso, nossa base é a inovação que, aliada à educação, resulta na formação de alunos de grande expressividade e impacto para a sociedade. Aqui no INEPROTEC, o casamento entre tecnologia, didática e interatividade é realmente levado a sério e todos os dias otimizado para constante e contínua evolução.

Missão

A nossa missão é ser símbolo de qualidade, ser referência na área educacional presencial e a distância, oferecendo e proporcionando o acesso e permanência a cursos técnicos, desenvolvendo e potencializando o talento dos estudantes, tornando-os, assim, profissionais de sucesso e cidadãos responsáveis e capazes de atuar como agentes de mudança na sociedade.

Visão

O INEPROTEC visa ser um instituto de ensino profissionalizante e técnico com reconhecimento nacional, comprometido com a qualidade e excelência de seus cursos, traçando pontes para oportunidades de sucesso, tornando-se, assim, objeto de desejo para os estudantes.

Valores

Ciente das qualificações exigidas pelo mercado de trabalho, o INEPROTEC tem uma visão que prioriza a valorização de cursos essenciais e pouco ofertados para profissionais que buscam sempre a atualização e especialização em sua área de atuação.

SOBRE O CURSO

O curso TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO pertence ao Eixo Tecnológico de GESTÃO E NEGÓCIOS.

Vejamos algumas informações importantes sobre o curso TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO relacionados ao **perfil profissional de conclusão e suas habilidades**, **quesitos fundamentais para atuação**, **campo de atuação** e, também algumas sugestões interessantes para continuação dos estudos optando por **Especializações Técnicas** e/ou **Cursos de Graduação**.

Perfil profissional de conclusão e suas habilidades

- Executar operações administrativas de planejamento, pesquisas, análise e assessoria no que tange à gestão de pessoal, de materiais e produção, de serviços, gestão financeira, orçamentária e mercadológica.
- Utilizar sistemas de informação e aplicar conceitos e modelos de gestão em funções administrativas, sejam operacionais, de coordenação, de chefia intermediária ou de direção superior, sob orientação.
- Elaborar orçamentos, fluxos de caixa e demais demonstrativos financeiros.
- Elaborar e expedir relatórios e documentos diversos.
- Auxiliar na elaboração de pareceres e laudos para tomada de decisões.

Quesitos fundamentais para atuação

- Conhecimentos e saberes relacionados à área administrativa, com atuação em conformidade com as legislações e diretrizes de conduta, como também com as normas de saúde e segurança do trabalho, pautada em ações empreendedoras e inovadoras, com foco em geração de novas oportunidades de negócio e geração de renda.
- Exercício da profissão pautado no comprometimento com necessidades, desejos e percepção da realidade social de clientes, além de respeito à diversidade e à sustentabilidade.

Campo de atuação

- Indústrias e/ou Comércio em Geral.
- Prestadores de Serviços.

- Organizações do Terceiro Setor.

Sugestões para Especialização Técnica

- Especialização Técnica em Administração de Materiais.
- Especialização Técnica em Administração de Produção.
- Especialização Técnica em Educação Ambiental.

Sugestões para Cursos de Graduação

- Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais.
- Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos.
- Curso Superior de Tecnologia em Marketing.
- Curso Superior de Tecnologia em Logística.
- Curso Superior de Tecnologia em Gestão Financeira.
- Bacharelado em Administração.
- Bacharelado em Ciências Contábeis.

SOBRE O MATERIAL

Os nossos materiais de estudos são elaborados pensando no perfil de nossos cursistas, contendo uma estruturação simples e clara, possibilitando uma leitura dinâmica e com volume de informações e conteúdos considerados básicos, mas fundamentais e essenciais para o desenvolvimento de cada disciplina. Lembrando que nossas apostilas não são os únicos meios de estudo.

Elas, juntamente com as videoaulas e outras mídias complementares, compõem os vários recursos midiáticos que são disponibilizados por nossa Instituição, afim de proporcionar subsídios suficientes a todos, no processo de ensino-aprendizagem durante o curso.

SOBRE O MATERIAL

Os nossos materiais de estudos são elaborados pensando no perfil de nossos cursistas, contendo uma estruturação simples e clara, possibilitando uma leitura dinâmica e com volume de informações e conteúdos considerados básicos, mas fundamentais e essenciais para o desenvolvimento de cada disciplina. Lembrando que nossas apostilas não são os únicos meios de estudo.

Elas, juntamente com as videoaulas e outras mídias complementares, compõem os vários recursos midiáticos que são disponibilizados por nossa Instituição, afim de proporcionar subsídios suficientes a todos, no processo de ensino-aprendizagem durante o curso.

Divisão do Conteúdo

Este material está estruturado em três partes:

- 1) ABERTURA.
- 2) BASE TEÓRICA.
- 3) SESSÕES ESPECIAIS.

Parte 1 - ABERTURA

- Sobre a Instituição.
- Sobre o Curso.
- Sobre o Material.

Parte 2 – BASE TEÓRICA

- Conceitos.
- Observações.
- Exemplos.

Parte 3 – SESSÕES ESPECIAIS

- Mapa de Estudo.
- Síntese Direta.
- Momento Quiz.

Boxes

Além dessas três partes, no desenvolvimento da BASE TEÓRICA temos alguns BOXES interessantes, com intuito de tornar a leitura mais agradável, mesclando um estudo mais profundo e teórico com pausas pontuais atrativas, deixando a leitura do todo “mais leve” e interativa.

Os BOXES são:

- **VOCÊ SABIA?**



São informações complementares contextualizadas com a base teórica, contendo curiosidades que despertam a imaginação e incentivam a pesquisa.

- **PAUSA PARA REFLETIR...**



Um momento especial para descansar a mente do estudo teórico, conduzindo o cursista a levar seus pensamentos para uma frase, mensagem ou indagação subjetiva que leve a uma reflexão pessoal e motivacional para o seu cotidiano.

- **SE LIGA NA CHARADA!**



Se trata de um momento descontraído da leitura, com a apresentação de enigmas e indagações divertidas que favorecem não só a interação, mas também o pensamento e raciocínio lógico, podendo ser visto como um desafio para o leitor.

Base Teórica

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um dos motores de transformação da sociedade. Ele está presente não apenas na criação de novas empresas, mas também na forma como pessoas enxergam oportunidades, resolvem problemas e geram valor. Compreender os fundamentos do empreendedorismo é o primeiro passo para desenvolver ideias inovadoras e sustentáveis no mundo dos negócios.

Conceitos e Visão Empreendedora

Empreender significa agir com iniciativa e criatividade para transformar uma ideia em uma solução concreta, seja um produto, um serviço ou uma nova forma de fazer as coisas. O empreendedorismo é a capacidade de identificar oportunidades e mobilizar recursos para aproveitá-las.

A visão empreendedora vai além da abertura de empresas. Ela envolve:

- Identificar necessidades não atendidas no mercado;
- Propor soluções inovadoras e viáveis;
- Tomar decisões com autonomia e responsabilidade;
- Assumir riscos calculados em busca de retorno.

Essa mentalidade pode ser aplicada em diversos contextos, desde grandes empresas até projetos sociais ou iniciativas individuais.

Tipos e Características de Empreendedores

Os empreendedores não seguem um único perfil. Existem diversos tipos, como:

- Empreendedor nato: tem iniciativa natural, costuma empreender desde cedo.
- Empreendedor por necessidade: começa um negócio por falta de alternativa de renda.

- Empreendedor corporativo (intraempreendedor): atua dentro de uma empresa, propondo inovações e melhorias.
- Empreendedor social: foca na geração de impacto positivo para comunidades e causas sociais.

Apesar das diferenças, existem algumas características comuns entre empreendedores bem-sucedidos:

- Autoconfiança e otimismo;
- Capacidade de assumir riscos;
- Persistência e resiliência diante de desafios;
- Visão estratégica e foco em resultados;
- Criatividade e disposição para aprender constantemente.

Essas qualidades podem ser desenvolvidas por meio de experiências, estudos e contato com ambientes inovadores.

Intraempreendedorismo nas Organizações

O intraempreendedorismo é a prática de agir como empreendedor dentro de uma organização já existente. Envolve o desenvolvimento de novos projetos, soluções ou produtos que agregam valor à empresa, mesmo que ela já esteja consolidada no mercado.

O intraempreendedor:

- Age com proatividade e senso de dono;
- Propõe melhorias nos processos internos;
- Estimula a inovação em sua equipe ou setor;
- Busca eficiência e novas formas de entregar valor ao cliente.

Cada vez mais empresas incentivam esse perfil, pois ele contribui para a adaptação em cenários de mudança, acelera processos de inovação e fortalece a competitividade no mercado.

OBSERVAÇÕES:

A visão empreendedora pode surgir em qualquer ambiente quando há incentivo à inovação e à ação prática.

**SE LIGA NA CHARADA!****Pergunta:**

Por que o plano de negócio não conseguiu dormir?

Resposta:

Porque ficou pensando fora da caixa a noite toda!

IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E ANÁLISE DE MERCADO

Todo empreendimento bem-sucedido começa com a identificação de uma boa oportunidade. No entanto, mais do que ter uma ideia, é necessário verificar sua viabilidade, analisar o mercado em que será inserida e compreender o cenário social, cultural e econômico onde se desenvolverá. Essa etapa é essencial para minimizar riscos e aumentar as chances de sucesso.

Oportunidades de Negócio e Sustentabilidade

Identificar uma oportunidade de negócio significa perceber uma necessidade do mercado que ainda não está sendo atendida de maneira satisfatória. Essa necessidade pode estar ligada a um produto, serviço, tecnologia ou modelo de atendimento.

Uma boa oportunidade deve ser:

- Desejada pelo público-alvo;

- Exequível com os recursos disponíveis;
- Sustentável no longo prazo;
- Diferenciada da concorrência.

Além disso, é fundamental que a proposta considere os princípios da sustentabilidade, ou seja, que ela gere valor econômico sem comprometer o meio ambiente e promova impacto social positivo.

Empreendimento sustentáveis ganham cada vez mais espaço no mercado e são valorizados por consumidores, investidores e instituições públicas.

Análise do Mercado, Tendências e Riscos

Analisar o mercado significa observar e compreender o ambiente externo em que a empresa pretende atuar. Isso inclui:

- O tamanho do público-alvo;
- O comportamento dos consumidores;
- Os concorrentes diretos e indiretos;
- As tendências que estão surgindo no setor;
- Os riscos associados à entrada naquele segmento.

As tendências de mercado revelam padrões de comportamento, consumo e inovação que podem orientar a criação de negócios atualizados e conectados às novas demandas sociais.

Exemplo de tendências atuais:

- Digitalização de serviços;
- Alimentação saudável;
- Negócios com propósito social;

- Economia colaborativa e compartilhada.

Por outro lado, é preciso considerar os riscos, como instabilidade econômica, mudanças na legislação, baixa demanda, sazonalidade e barreiras de entrada.

Diversidade, Inclusão e Variáveis Socioeconômicas

O ambiente de negócios também é influenciado por fatores sociais, culturais, econômicos e políticos. Compreender essas variáveis ajuda a construir modelos de negócio mais alinhados à realidade da sociedade.

A valorização da diversidade cultural e da inclusão social não é apenas uma pauta ética, mas também estratégica. Negócios que respeitam a pluralidade de pessoas (gênero, raça, orientação, origem, idade, deficiência, etc.) tendem a atrair públicos diversos e inovar com mais frequência.

Além disso, é preciso considerar:

- Fatores econômicos: renda média da população, acesso a crédito, inflação, desemprego;
- Fatores políticos: políticas públicas de incentivo, legislação, estabilidade governamental;
- Fatores sociais: mudanças no comportamento do consumidor, hábitos e valores emergentes.

Negócios que dialogam com essas realidades se tornam mais relevantes, conectados e capazes de gerar impacto positivo.

OBSERVAÇÕES:

Oportunidades surgem de crises, tendências ou necessidades mal atendidas.

VOCÊ SABIA?**O Modelo Canvas foi criado por um jovem suíço**

Alexander Osterwalder desenvolveu o Business Model Canvas durante sua tese de doutorado. O modelo tornou-se referência mundial na estruturação de ideias de negócio de forma visual e simplificada.

INOVAÇÃO E PROCESSO CRIATIVO

A inovação é um elemento-chave na criação e no sucesso de modelos de negócios competitivos e sustentáveis. Ela permite que produtos, serviços e processos sejam constantemente aprimorados, atendendo melhor às necessidades do mercado e criando valor para clientes e para a sociedade. Por trás de toda inovação existe um processo criativo estruturado, que envolve observação, geração de ideias e testes.

Compreendendo a Inovação e Suas Tipologias

Inovação não é apenas invenção. Inovar significa aplicar uma ideia de maneira prática, com resultados reais. Pode ser algo totalmente novo ou uma melhoria significativa no que já existe.

As principais tipologias de inovação são:

- Inovação de produto: criação ou melhoria de um bem ou serviço (ex: smartphones com novas funcionalidades).
- Inovação de processo: melhorias nas etapas de produção ou entrega (ex: automatização logística).
- Inovação organizacional: mudanças na forma de gestão ou estrutura da empresa (ex: trabalho remoto).
- Inovação de marketing: novas formas de divulgar, vender ou entregar valor ao cliente (ex: uso de redes sociais).

- Inovação social: soluções voltadas para problemas coletivos, com impacto social (ex: fintechs voltadas à inclusão bancária).

Para que seja efetiva, a inovação precisa gerar valor percebido pelo público e estar alinhada à estratégia da empresa.

Processo Criativo e Fontes de Novas Ideias

O processo criativo é o caminho que leva uma ideia a se transformar em solução. Ele não depende apenas de inspiração, mas pode ser estruturado e estimulado com técnicas específicas.

Etapas comuns do processo criativo:

1. Observação da realidade e identificação de problemas ou desejos;
2. Geração de ideias (brainstorming, mapas mentais, analogias);
3. Seleção das ideias mais viáveis;
4. Desenvolvimento da solução;
5. Testes e adaptações com base no retorno dos usuários.

As fontes de novas ideias podem surgir de:

- Conversas com clientes e usuários;
- Problemas enfrentados no dia a dia;
- Mudanças tecnológicas ou comportamentais;
- Tendências de outros mercados ou países;
- Experiências pessoais e profissionais.

A criatividade é uma habilidade que pode ser estimulada em ambientes abertos à escuta, ao erro e à experimentação.

Ambiente Inovador e Estruturação da Inovação

Um ambiente inovador é aquele que favorece a troca de ideias, o respeito à diversidade e a liberdade de experimentar. Empresas que promovem a inovação costumam:

- Incentivar a colaboração entre setores;
- Permitir tempo e espaço para testes e protótipos;
- Recompensar boas ideias e aprendizados, mesmo que venham de falhas;
- Adotar métodos ágeis de gestão de projetos.

Para estruturar a inovação, é importante que ela faça parte da cultura organizacional, com processos definidos, lideranças engajadas e metas claras de impacto. Isso garante que a criatividade se transforme em resultados mensuráveis e sustentáveis.

OBSERVAÇÕES:

Um processo criativo bem estruturado considera empatia, pesquisa e testes práticos antes da implementação.



VOCÊ SABIA?



Grandes empresas surgiram em garagens

Empresas como Apple, Amazon e Google começaram com ideias simples desenvolvidas em garagens por empreendedores que uniram criatividade, visão e inovação.

ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS E ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Para que uma ideia empreendedora se torne um negócio viável e sustentável, é necessário estruturar um plano de ação com base em análises de mercado, recursos disponíveis e diferenciais competitivos. As estratégias competitivas ajudam a definir como a empresa se

posicionará diante da concorrência, enquanto o plano de negócio organiza todas as informações necessárias para tirar a ideia do papel.

Estratégias de Diferenciação e Posicionamento

Toda empresa precisa escolher como vai competir no mercado. Essa decisão está ligada às estratégias competitivas, que são orientações sobre como alcançar e manter uma vantagem sobre os concorrentes.

As principais estratégias são:

- Liderança em custos: oferecer preços mais baixos por meio de controle rigoroso de custos e alta eficiência.
- Diferenciação: destacar-se com produtos ou serviços únicos, com qualidade, marca ou experiência superior.
- Foco (segmentação): atender nichos de mercado com necessidades específicas, oferecendo soluções personalizadas.

A definição da estratégia depende do público-alvo, do ambiente externo e das competências internas da empresa. A clareza no posicionamento ajuda a comunicar melhor o valor do negócio para os consumidores e parceiros.

Etapas do Processo de Criação de Valor

Criar valor significa gerar benefícios percebidos como relevantes pelos clientes. Para isso, o empreendedor precisa entender quais dores ou desejos seu produto ou serviço resolve. As etapas do processo de criação de valor envolvem:

1. Entender o cliente: escutar, observar e compreender seus problemas reais.
2. Oferecer soluções úteis: produtos, serviços ou experiências que atendam às necessidades.
3. Entregar com eficiência: garantir que o valor prometido chegue ao cliente da melhor forma possível.

4. Gerar satisfação e fidelidade: atender com qualidade, superar expectativas e manter o relacionamento.

Esse ciclo deve ser constantemente revisado e aprimorado para manter a relevância do negócio.

Análise de Recursos e Financiamentos

Nenhuma ideia cresce sem recursos. A análise de viabilidade financeira permite entender se a proposta de negócio é exequível e como obter os recursos necessários.

Alguns pontos importantes:

- Recursos próprios: capital do próprio empreendedor ou de sócios.
- Investidores-anjo: pessoas físicas que investem em ideias promissoras.
- Financiamentos públicos ou privados: linhas de crédito do BNDES, Sebrae, bancos comerciais, cooperativas.
- Editais e programas de incentivo: geralmente ligados a inovação, sustentabilidade ou impacto social.

No plano de negócio, é fundamental prever:

- Investimento inicial;
- Capital de giro;
- Ponto de equilíbrio;
- Estimativa de receita e despesas nos primeiros meses.

Com esses dados, é possível demonstrar a viabilidade financeira do projeto e buscar apoio de instituições, parceiros ou investidores.



PAUSA PARA REFLETIR...

"Empreender é fazer o amanhã acontecer com as ferramentas que você tem hoje."

José Carlos Assis Dornelas.

FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA MODELAGEM DE NEGÓCIO

A construção de um modelo de negócio moderno exige ferramentas que permitam pensar de forma estratégica, prática e integrada. Duas das abordagens mais utilizadas atualmente são o Modelo Canvas de Negócios e o Design Thinking, que facilitam a estruturação e a apresentação de ideias com foco em valor para o cliente. Estas ferramentas complementam a elaboração do plano de negócio, documento essencial para transformar ideias em ações concretas.

Modelo Canvas de Negócios

O Business Model Canvas, criado por Alexander Osterwalder, é uma ferramenta visual que descreve os principais elementos de um negócio em nove blocos. Ele permite que o empreendedor compreenda como a empresa cria, entrega e captura valor.

Os nove blocos do Canvas são:

1. Segmentos de Clientes: para quem a empresa cria valor.
2. Propostas de Valor: que problemas a empresa resolve e quais necessidades atende.
3. Canais: como os produtos ou serviços chegam até o cliente.
Relacionamento com Clientes: como é feita a interação e fidelização.
4. Fontes de Receita: como a empresa ganha dinheiro.
5. Recursos Principais: o que é necessário para operar (pessoas, tecnologia, estrutura).
6. Atividades-Chave: as ações essenciais para entregar a proposta de valor.
7. Parcerias Principais: quem são os aliados estratégicos.

8. Estrutura de Custos: quais os principais custos envolvidos.

O Canvas pode ser feito em uma folha grande ou quadro, facilitando a visualização, ajustes e validação da ideia com outras pessoas antes de montar o plano completo.

Design Thinking Aplicado ao Empreendedorismo

O Design Thinking é uma abordagem centrada no ser humano, voltada à solução de problemas complexos de forma criativa e colaborativa. Ele é especialmente útil no desenvolvimento de novos negócios, pois ajuda a entender profundamente o cliente e testar soluções de maneira ágil.

As etapas principais do Design Thinking são:

- Imersão: entender o contexto, escutar o cliente, mapear necessidades.
- Ideação: gerar e selecionar ideias com base nos dados coletados.
- Prototipação: criar representações simples da solução para testar.
- Testes: aplicar os protótipos e colher feedback para ajustes.

Essa metodologia evita desperdícios e permite desenvolver soluções mais alinhadas à realidade dos usuários.

Estruturação e Apresentação do Plano de Negócio

O plano de negócio é o documento que organiza e comunica todas as informações do empreendimento. Ele serve tanto para guiar o empreendedor quanto para apresentar o projeto a possíveis investidores, instituições financeiras ou parceiros.

A estrutura básica inclui:

- Sumário executivo: visão geral do negócio.
- Análise de mercado: estudo dos clientes, concorrência, fornecedores.

- Plano de marketing: estratégias de divulgação, vendas, canais.
- Plano operacional: estrutura física, processos, equipe.
- Plano financeiro: investimentos, custos, receitas, ponto de equilíbrio.
- Análise de viabilidade: projeções e avaliação de riscos.

Um plano de negócio bem feito transmite confiança, organiza ideias e prepara o empreendedor para os desafios do mercado.



SE LIGA NA CHARADA!

Pergunta:

O que um empreendedor disse para a ideia que não dava lucro?

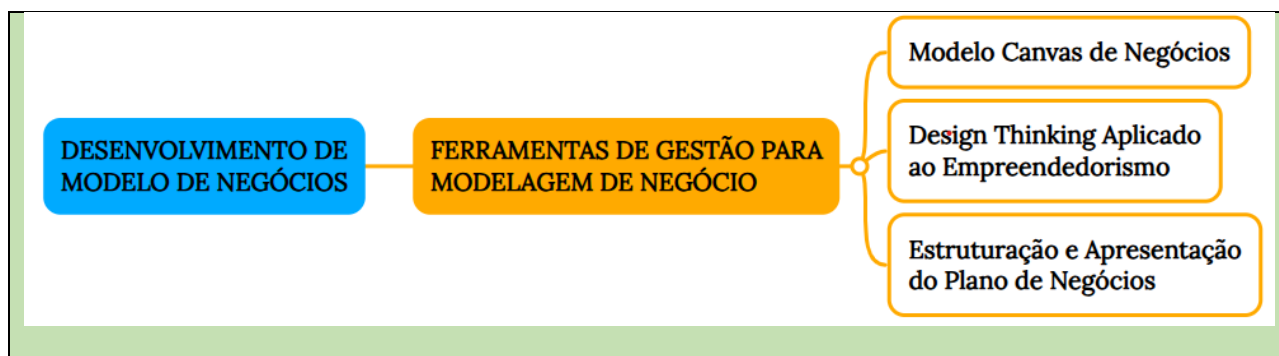
Resposta:

“Você está demitida! Vai inovar em outro lugar!”

SESSÕES ESPECIAIS

MAPA DE ESTUDO





SÍNTESE DIRETA

1. INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO

- Conceito de empreendedorismo: ação de transformar ideias em soluções concretas e viáveis.
- Visão empreendedora: envolve identificar oportunidades, agir com autonomia e assumir riscos calculados.
- Tipos de empreendedores: nato, por necessidade, corporativo (intraempreendedor) e social.
- Características empreendedoras: proatividade, resiliência, criatividade e visão estratégica.
- Intraempreendedorismo: inovação e iniciativa dentro de empresas consolidadas.

2. IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E ANÁLISE DE MERCADO

- Oportunidade de negócio: necessidade de mercado ainda não atendida.
- Critérios para oportunidades sustentáveis: viabilidade, diferenciação e impacto positivo.
- Análise de mercado: estudo do público, concorrência, tendências e riscos.
- Tendências de mercado: digitalização, consumo consciente, inovação social.
- Diversidade e inclusão: valorização de pluralidade como diferencial estratégico.
- Variáveis socioeconômicas: fatores culturais, políticos e econômicos que impactam o negócio.

3. INOVAÇÃO E PROCESSO CRIATIVO

- Inovação: aplicação prática de ideias que geram valor ao mercado.
- Tipologias de inovação: de produto, processo, organizacional, marketing e social.
- Etapas do processo criativo: observação, geração, seleção, desenvolvimento e teste de ideias.
- Fontes de novas ideias: clientes, tendências, experiências e problemas cotidianos.
- Ambiente inovador: estimula a experimentação, colaboração e gestão ágil de projetos.

4. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS E PLANO DE NEGÓCIO

- Estratégias competitivas: liderança em custos, diferenciação e foco em nichos.
- Posicionamento de mercado: clareza no público-alvo e na proposta de valor.
- Criação de valor: atender necessidades com eficiência e gerar fidelização.
- Recursos e financiamentos: investimento inicial, capital de giro, linhas de crédito e investidores.
- Viabilidade financeira: prever receitas, despesas, ponto de equilíbrio e sustentabilidade.

5. FERRAMENTAS DE GESTÃO PARA MODELAGEM DE NEGÓCIO

- Business Model Canvas: ferramenta visual com nove blocos fundamentais do negócio.
- Design Thinking: abordagem centrada no cliente, com etapas de imersão, ideação, prototipagem e teste.
- Plano de negócio: documento estruturado com sumário executivo, análise de mercado, plano financeiro e operacional

MOMENTO QUIZ

1. Assinale a alternativa que apresenta corretamente uma característica do empreendedor de sucesso:

- a) Medo de riscos e foco apenas no lucro imediato.
- b) Aversão à mudança e preferência por ambientes estáveis.
- c) Proatividade, criatividade e capacidade de identificar oportunidades.
- d) Dependência de recursos públicos e limitação na tomada de decisões.
- e) Conformismo e execução de tarefas rotineiras sem inovação.

2. Em relação ao Modelo Canvas de Negócios, qual bloco representa a maneira como a empresa entrega o valor ao seu cliente?

- a) Fontes de Receita.
- b) Atividades-Chave.
- c) Canais.
- d) Estrutura de Custos.
- e) Segmento de Clientes.

3. Sobre o Design Thinking, marque a alternativa que não corresponde a uma de suas etapas:

- a) Imersão.
- b) Ideação.
- c) Execução Jurídica.
- d) Prototipação.
- e) Teste.

4. Qual das opções abaixo é considerada uma estratégia competitiva segundo a teoria de posicionamento de mercado?

- a) Exploração de ativos financeiros.
- b) Foco em zonas rurais e subsídios governamentais.
- c) Liderança em custos, diferenciação e foco em nichos.
- d) Integração vertical com parceiros internacionais.
- e) Adoção de franquias para expansão territorial.

5. Assinale a alternativa que define corretamente o conceito de inovação de processo:

- a) Criação de um novo produto no mercado de luxo.
- b) Mudança na forma de gestão estratégica da empresa.
- c) Melhoria nas etapas de produção, distribuição ou atendimento.
- d) Uso de novas cores e slogans na campanha publicitária.
- e) Substituição do fundador por um novo CEO.

GABARITO QUIZ

QUESTÃO	ALTERNATIVA
1	C
2	C
3	C
4	C
5	C

REFERÊNCIAS

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

DORNELLAS, José. *Plano de Negócios com o Modelo Canvas: guia prático de avaliação de ideias de negócio*. São Paulo: Empreende, 2018.

TACHIZAWA, Takeshy; CRUZ JÚNIOR, José Borges da; ROCHA, João Alfredo de Oliveira. *Gestão de negócios: visões e dimensões empresariais da organização*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.



OBRIGADO!
CONTINUE ESTUDANDO.