Módulo 6

Despertar para criar possibilidades

Ensino Médio

SEBRAE

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE

Curso **Despertar**

© 2024. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais – SEBRAE

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS
É permitida a reprodução total ou parcial deste material, desde que citada a fonte.

INFORMAÇÕES E CONTATOS
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais – SEBRAE
Unidade de Educação Empreendedora
Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada – CEP 30.341-285 - Belo Horizonte – MG
Telefone: 08005700800 Website: www.sebraemg.com.br/minasgerais

SEBRAE/MG

Presidente do Conselho Deliberativo
MARCELO DE SOUZA E SILVA

Diretor Superintendente
AFONSO MARIA ROCHA

Diretor Técnico
DOUGLAS AUGUSTO OLIVEIRA CABIDO

Diretor de Operações
MARDEM MARCIO MAGALHAES

UNIDADE DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Gerente
FABIANA RIBEIRO DE PINHO

Equipe Técnica
WENDELL AURÉLIO RODRIGUES FERREIRA
JÉSSICA DE OLIVEIRA CARVALHO SANTOS

CONSULTORIA PEDAGÓGICA

Designer da Experiência de Aprendizagem
MANU BEZERRA

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

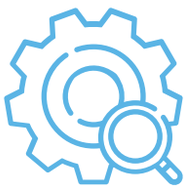
Gestão de Projetos
VANESSA VIANA

Design e Diagramação
ANDERSON LUIZ BARBOSA ARAUJO

Redação e Locução
MARIANNA FERRY

Revisão
JULIA MAGALHÃES MATOS E SILVA

Sumário



Contextualizar
para aprender o que faz sentido.

Já pensou em como tornar suas ideias em realidade? 02

Rotina de pensamento: Igual Diferente Conecta Engaja. 06

Colocando a ideia no papel 08

Hora de colocar em prática: Canvas Modelo de Negócio 12

Problematizar
para transformar desafios em oportunidades.

14 Público-alvo: para quem é a minha ideia?

21 Hora de colocar em prática: Cada público em seu nicho

Protagonizar
para ser autor da própria vida.

Encontrando caminhos possíveis 24

Hora de colocar em prática: Criando um plano de negócio 28

Canvas Modelo de Negócio 32

Questionário da Viabilidade 33

Plano de Ação 34

Missão, Visão e Valores 34

Match com Especialistas 35

Módulo 6

Despertar para criar possibilidades

Ensino Médio

SEBRAE

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE

Curso Despertar

O que é despertar para ser autor da própria vida?

"Despertar para ser autor da própria vida" é sobre tomar controle do próprio destino, vivendo de forma consciente e intencional. Despertar é reconhecer e assumir a responsabilidade pelas próprias escolhas, ações e resultados, ao invés de se deixar levar passivamente pelas circunstâncias ou pela vontade de outros.

Já parou para pensar que você é o principal responsável pelo o rumo da sua vida? Existem, claro, inúmeros fatores que irão orientar a sua jornada, como seus responsáveis, a própria escola e até mesmo seus colegas. Mas, na história da sua vida, é importante ser você quem segura o lápis e traça a escrita.

A jornada **Despertar para ser autor da própria vida** traz as ferramentas necessárias para que você crie realidades possíveis para si mesmo e vá além, entendendo como expandir o seu verdadeiro potencial. Aqui, você terá a oportunidade de testar seus conhecimentos, refletir sobre si mesmo e os elementos ao seu redor, conhecer novas formas de encarar seus sonhos e exercitar conceitos para viabilizar ideias. Sua jornada para despertar para ser autor da própria vida começa com esse caderno de exercícios e conceitos que chamaremos de *planner*.

Vamos entender o Planner Despertar?

Existem várias formas de planner, algumas voltadas para a organização de tarefas, outras para o planejamento de ideias e projetos. O que elas têm em comum é ser uma **ferramenta para projetar o futuro através de ações, objetivos e momentos de aprendizagem**, permitindo que você tome controle da criação e direção de sua jornada pessoal! Este planner te ajudará a navegar o conteúdo dos módulos Despertar, além de ser um espaço para que você possa refletir e fazer anotações sobre sua visão, pensamentos e observações sobre os conteúdos desenvolvidos ao longo dessa jornada de autodescoberta pessoal e profissional.

Ok, mas como é isso na prática?

A Jornada Despertar foi pensada para ser explorada livremente através de oito módulos. Dessa forma, é possível que o(a) professor(a) siga com o conteúdo de maneira sequencial (1, 2, 3, 4...) ou individual e esporádica, sem seguir uma ordem específica. Cada um dos oito módulos segue um propósito para contribuir com o seu desenvolvimento pessoal e profissional, exercitando o pensamento autorreflexivo e trabalhando conhecimentos fundamentais para te equipar com as ferramentas necessárias para que você navegue pelos rumos que escolher seguir, tirando o melhor de cada oportunidade. Conheça os oito módulo da Jornada Despertar:

Despertar
meu eu

Despertar para
explorar o território das aptidões.

Despertar para
projetar meus sonhos.

Despertar para
descobrir amanhãs inexplorados.

Despertar
projetar ideias.

Despertar para
criar possibilidades.

Despertar para
impactar e transformar realidades.

Despertar para
expandir a inteligência coletiva.

Ao longo da Jornada Despertar, você perceberá que cada módulo conta com três etapas: **Contextualizar, Problematizar** e **Protagonizar**. Cada etapa foi pensada para que você, estudante, possa entender e praticar, por meio de experiências de aprendizagem, a temática apresentada de uma maneira natural, **contextualizando** o que será abordado, **problematizando** a forma como isso pode ser aplicado e **protagonizando** para trazer o conhecimento para sua própria vivência.

No *Planner* Despertar, você terá acesso a **ferramentas** e **experiências de aprendizagem** distribuídas ao longo do módulo, sendo ao menos uma para cada etapa – **Contextualizar, Problematizar** e **Protagonizar**. Você também poderá contar com espaços para suas anotações e comentários nas **páginas pontilhadas**. Use esses espaços para pontuar dúvidas, desenvolver as tarefas e até mesmo fazer reflexões sobre os temas propostos.

Cada módulo, além de **Contextualizar, Problematizar** e **Protagonizar**, também trará o que chamamos de **Rotina de Pensamento** – um exercício breve de reflexão para te auxiliar a entender com mais profundidade o conteúdo apresentado. O interessante aqui é lembrar que todas as rotinas apresentadas ao longo da Jornada Despertar podem ser aplicadas em múltiplos contextos na sua vida dentro e fora de sala de aula. Então visite-as sempre que sentir a necessidade de aprofundar para entender melhor algo na sua realidade.

Agora que você já entende como funciona o planner e os módulos, hora de iniciar sua Jornada Despertar!

PARA DESPERTAR

conte um pouco sobre

VOCÊ

Meu nome é: _____

Top 3 redes sociais do momento são...

Depois do ensino médio eu vou...

Em 5 anos eu me vejo...

Top 3 influenciadores que eu sigo:

Uma frase sobre criar possibilidades que me inspira:

Em uma palavra,

despertar para criar possibilidades é..

Conheça...

Um objetivo profissional:

Uma ideia genial que tive:

Um produto que me inspira:

Um negócio que acho incrível:

Uma ideia que quero desenvolver:

Meu parceiro de negócios ideal:

Pensando em criar possibilidades, cole imagens recortadas e desenhos nos campos abaixo para responder!

Hoje eu sou...

Despertarei para ser...

Módulo 6

Despertar para criar possibilidades

Já pensou em despertar para criar possibilidades para trazer uma ideia para o real?

Criar realidades envolve planejar e criar caminhos para que uma ideia se torne algo concreto e funcional na sua vida! Pense na viabilidade, na aceitação do público e no sucesso que pode alcançar. Identifique quem vai amar sua ideia e tenha as ferramentas para fazer acontecer!

Hora de despertar para se tornar um estrategista! Ao criar realidades possíveis, você vai aprimorar seu pensamento estratégico, transferindo ideias do papel para a prática. É uma oportunidade para otimizar suas habilidades de planejamento, adaptando-se ao mundo real e conquistando quem realmente importa para sua ideia ou projeto.

Start: despertar para criar possibilidades!

Contextualizar

para aprender o que faz sentido

Para entender como pensar sobre como tornar uma ideia em um negócio, vamos introduzir e contextualizar conceitos para que você possa iniciar seu caminho com o pé direito. No módulo **Despertar para criar possibilidades**, você terá a oportunidade de abrir os olhos para aprender sobre trajetórias empreendedoras.

Já pensou em como tornar suas ideias em realidade?

Descubra o poder de pensar como um empreendedor! Para transformar uma ideia em um negócio viável, o primeiro passo é explorar seus pontos fortes e suas paixões.

Ao valorizar sua perspectiva única e cultivar uma mentalidade analítica e proativa, você se desenvolve na resolução de problemas e capacidade de liderança. Compreender esse processo permite que você crie estratégias e enxergue novas possibilidades para formular soluções, considerando seu público, sua viabilidade e seus impactos potenciais.

Para compreender como uma mentalidade empreendedora estratégica abre caminhos na vida real, complete a leitura da entrevista proposta a seguir sobre a trajetória de Alexandre Costa, fundador da Cacau Show.

Dono da Cacau Show conta como construiu o negócio que soma mais de 2 mil franquias

SEBRAE

Sua história de sucesso é conhecida por muitas pessoas, você já escreveu livros, conta para nós como surgiu o seu negócio?

Alexandre Costa - Eu comecei pequeno, inclusive fiz vários cursos do Sebrae, sou muito grato pelo conhecimento. O Sebrae é realmente uma instituição que fomenta negócios. Bom, eu digo que a minha mãe criou a Cacau Show. Por volta dos meus 14 anos, ela vendia chocolate por catálogo e não conseguia dar conta de tantos pedidos. Na páscoa de 1988, eu já tinha 17 anos e decidi vender ovos de páscoa. Consegui fechar dois mil pedidos de ovos de 50g, porém ao chegar na fábrica, o nosso fornecedor não tinha como me atender, eram ovos demais. Aí resolvi não frustrar o cliente e dei um jeito de fazer esses ovos com ajuda de uma senhora. Peguei 500 dólares com um tio, isso há 33 anos. Depois de entregar tudo e pagar meu tio e a ajudante ainda me restou 500 dólares. Usei o dinheiro como capital de giro e fiz mais chocolates. Isso é a forma como tudo começou. Ali eu vi uma oportunidade de mercado pouco explorada. Fiz 18 anos e comecei a vender para as padarias, porque elas pagavam à vista, eu ia de fusquinha fazer as entregas. No fim do dia comprava mais barras e produzia mais chocolate. No outro dia, 6h da manhã, já estava vendendo novamente. Um casal muito querido lá de Piracicaba (SP) vendeu tantos chocolates pelo nosso catálogo que não cabia no apartamento deles, alugamos um ponto. Ali nasceu a primeira loja física da Cacau Show.

SEBRAE

Temos a informação de que a Cacau Show fez um único empréstimo. É isso mesmo, a única vez que você usou um financiamento para a empresa foi com os 500 dólares do tio?

AC - De fato esse foi o único empréstimo. Eu tive uma sorte muito grande. Eu não tinha custo fixo, morava na casa dos meus pais e fazia tudo lá. Então, tudo que ganhava injetava no meu negócio. Tem outro ponto que fez a diferença, onde eu comprava a matéria prima, tinha em sua maioria clientes mulheres. Curiosamente elas não queriam levar as barras de chocolates que quebravam. Eu negociei com o dono do local que compraria todas a preço de custo. Ali foi uma grande sacada, porque aprendi que para vender bem, você precisa comprar bem.

SEBRAE

Como surgiu a ideia da trufa e como está a produção delas hoje?

AC - As trufas eram muito sofisticadas, um produto que só quem era rico comia. Eu sempre pensei em oferecer qualidade com preço justo. Hoje produzimos 3 mil trufas por minuto. É incrível a tecnologia que desenvolvemos para transformar, com alta qualidade e produtividade, um produto que era feito artesanalmente. As pessoas gostam do que é bom, às vezes elas só não têm dinheiro para comprar. Está aí uma oportunidade. Toda história da Cacau Show é baseada em ofertar qualidade, custo acessível e design. Esse tripé fez a gente conquistar o consumidor, um consumidor por um.

Observando a trajetória a gente percebe que existem marcos, grandes momentos na história da Cacau Show. Falando sobre crescimento, como manter a qualidade dos produtos e expandir os negócios ao mesmo tempo?

AC - As empresas vão crescendo e muitas vezes o gargalo é o próprio dono. É possível crescer e manter a qualidade sim. Eu viajei o mundo para encontrar formas de preservar a qualidade e produzir em grande escala. Pensa bem, se eu vender uma trufa por 5 reais, é um preço bom. Mas e se eu aumentar a produção e vender 3 trufas por cinco reais? Eu vou vender muito mais. É preciso tornar os processos mais eficientes, sempre de olho na qualidade, buscar tecnologia. Hoje se você comparar o nosso chocolate com o chocolate suíço, você vai perceber nossa qualidade, nosso sabor. Toda empresa tem um custo fixo, quanto mais você vende mais, o seu custo fixo diminui. O grande segredo, que não é segredo, é conseguir fazer grandes volumes e dar saída para esses produtos.

O que o Alexandre de hoje preserva daquele menino que começou aos 17 anos?

AC - Preservo a paixão do início. Eu continuo muito curioso como aquele menino de 17 anos. Não importa de onde vem o conhecimento, o importante é o empresário estar com a humildade em dia para ter o sensor e aprender sempre. Talento por si só, não ganha o jogo. Precisa ter trabalho, gostar do que faz, tem que se traduzir no seu trabalho. Quando você se encontra no trabalho, encontra propósito e vive para isso. O lema na Cacau Show é: Vivemos para, juntos, tocar a vida das pessoas. Isso mostra como somos ligados a experiências e oportunidades. O empreendedorismo gera lucro para todos, seja consumidor, franqueados, colaboradores, mas a questão não é só o lucro. Também somos preocupados com o impacto da empresa socialmente, somos inclusivos, temos banheiros sem gênero e outras políticas de inclusão. Acreditamos também que o design e o belo são educativos, isso encanta e vende. Da pessoa simples a mais sofisticada, queremos atender a todos com qualidade e com excelentes produtos.

É muito mais do que vender chocolate. Falando sobre o propósito, sobre crescimento, como você estruturou o processo de franquias no país e quantos pedidos você recebe de pessoas interessadas em ser franqueado?

AC – Nesse momento temos dois mil pedidos de pessoas que querem abrir uma franquia. Queremos colocar 4 mil lojas no Brasil. Esse sistema foi todo criado com muita intuição. Fomos fazendo e provando se aquilo dava certo. Só cresceu tanto porque é bom para todos, o que é construído com verdade acaba dando certo. Não existe abrir um negócio só para ganhar dinheiro, você precisa entender como o seu produto vai cuidar do seu cliente. Nesse sentido, também temos uma relação de muita proximidade com os franqueados. Temos um conselho, uma rede própria de comunicação. Nós brincamos que o mesmo ar que passa por eles, passa por nós. Não tem franquia sem Cacau Show, não tem Cacau Show sem franquia. Tentamos sempre equilibrar a relação para ter essa estabilidade. A franquia é um negócio que já foi pré-formatado, uma série de franqueados já tentou empreender de outras formas, já possuem alguma experiência. Eu recomendo fortemente que empresas que queiram crescer invistam em franquias.

Além de empresário, você administra outros negócios, atua como influenciador nas redes sociais, em programas de TV. Como você faz para tocar tudo isso, há algo que te envolva mais?

AC - Me envolvo basicamente com tudo. Risos. É claro que eu conto com uma turma maravilhosa, pessoas que estão comigo há muitos anos. Estou muito presente na parte de elaboração do produto e o marketing, mas ainda participo das reuniões financeiras, por exemplo. Estou envolvido com sistema de custeio de produção... Tenho os executivos de cada área, é claro, mas sempre estou por dentro de tudo. Muitas pessoas perguntam se eu vou à empresa, imagina! Eu estou aqui todo dia, até altas horas. A empresa é como se fosse um filho mais velho, dá trabalho. Claro que a gente delega funções, mas quando você ama o que faz, você tem insights a todo o tempo. Procuro focar no que for mais relevante para o negócio. A tecnologia nos ajuda muito a estar ligado em tudo.

As franquias seguem à risca o padrão de qualidade, como controlam isso?

AC - Todas as lojas devem ter o mesmo padrão. Por isso temos consultores que visitam as lojas todo mês verificando diversas questões técnicas na loja, nos estoques. Também realizamos auditorias nas lojas, pesquisas de satisfação dos clientes. Fazemos vários processos para que os consumidores tenham a mesma experiência em qualquer lugar. É isso: monitorar, ter procedimentos e entender que com o uso de ferramentas você pode controlar. Ouvir o cliente é muito importante também.

Em algum momento você sentiu medo de crescer?

AC - Sempre achei que ia ser uma empresa grande, sempre acreditei no que fazia. Claro que frio na barriga a gente sente todo dia, mas quando você tem uma intenção, estuda, faz contas e trabalha, o crescimento é consequência. É importante ter a mistura da intuição e da coragem. Enxergar algo e construir pontes entre a realidade e o que você enxergar. Precisa de, incondicionalmente, se doar para o negócio. Tem uma história bacana, eu estava na Alemanha há 15 anos, a Cacau Show já era bem sucedida. Nós estávamos voltando de um jantar, caminhando numa rua deserta. Eu comentei como sentia vontade de morar num país como aquele, seguro. O meu amigo rapidamente me respondeu que, talvez, se eu morasse não teria o sucesso que tenho. É isso, caiu a ficha, o Brasil é enorme e cheio de oportunidades. Temos problemas, mas temos muitas opções. Então agarre suas chances, faça os cursos do Sebrae, estude seu negócio, o Empretec é um curso incrível. É isso, tem que crescer e acreditar. Tem que querer muito e pensar em como transformar problemas em oportunidade. Para tudo nessa vida tem jeito, só não para a morte. Colocaram o homem na lua, fizeram uma tecnologia para gente fazer essa live, somos seres ilimitados. Mas tem que querer, tem gente que "nada dá", "nada funciona"... Vai de peito aberto, trabalha em grupo, olha para o lado e aprende com quem está fazendo.

Para finalizar quais são as principais habilidades que um empreendedor precisa ter?

AC - Energia, ser polivalente... Aprendi uma lição que nunca vou esquecer. Logo no começo, quando abri uma loja, levei uma multa porque não pendurei uma licença na parede, uma plaquinha obrigatória. Tentei convencer o fiscal, pedi para aliviar a penalidade. Ele era muto amargo, falou que o problema era problema meu se eu abri uma lojinha tinha que entender meu papel. Aquilo doeu, mas me ensinou a fazer as coisas. Hoje sei fazer chocolate, sei fazer balanço, sei fazer cálculo. Isso tudo por que sou um gênio? Não, porque sou disciplinado, um trabalhador. Então aprenda tudo sobre o seu negócio, tenha vontade de fazer, acorde cedo, tenha bom senso, cuide da estética. O design conecta almas, faz um cartão de visitas bonito, uma página bonita. Procure colocar sua alma e coração no seu negócio. Acredite no propósito disso.

(Trecho adaptado de "Dono da Cacau Show conta como construiu o negócio que soma mais de 2 mil franquias")

Igual Diferente Conecta Engaja – uma rotina para nutrir a tomada de perspectiva empática e a construção de pontes.

A Rotina de Pensamento "Igual Diferente Conecta Engaja" foi desenvolvida pelo Project Zero, da Harvard Graduate School of Education, e tem como objetivo propor uma reflexão para que os estudantes entendam e se relacionem com o conteúdo apresentado. Vamos usar igual, diferente, conecta, engaja para analisar o estudo de caso do empreendedor Alexandre Costa, fundador da Cacau Show!

Com base na entrevista apresentada, reflita sobre as informações apresentadas e questione individualmente:

Igual:
De que formas você e o entrevistado pensam de maneira igual?

Diferente:
De que formas você e o entrevistado pensam de maneira diferente?

Conecta:
De que formas você e o entrevistado se conectam como seres humanos?

Engaja:
O que você gostaria de perguntar, sugerir, fazer ou dizer para o entrevistado?

Lembre-se: Esse é um momento de reflexão individual.

(Rotina de pensamento adaptada de Project zero – Harvard Graduate School of Education. Same Different Connect Engage: A routine to nurture empathetic perspective taking and bridge building, 2022)

Colocando a ideia no papel

Para ir além de apenas pensar em uma ideia, é importante elaborar um modelo de negócio em que ela evolua para um empreendimento sustentável e viável.

Um **modelo de negócio** é uma ferramenta para auxiliar a compreensão sobre o empreendimento que você quer montar. Com essa ferramenta, você pode traçar estratégias para atrair clientes e turbinar seus resultados. Alex Osterwalder, criador dessa ferramenta, indica os principais pilares do **modelo de negócio:**

Segmento de mercado:
Sua ideia contempla qual tipo de mercado?

Exemplos:
vestuário, limpeza, estética, etc.

Proposta de valor:
Do que se trata o negócio a ser desenvolvido? Qual sua ideia?

Exemplos:
uma loja de kit festa temática para aniversários e outros eventos.

Canais de distribuição:
Em qual meio seu produto alcançará o cliente final?

Exemplos:
venda pelas redes sociais com entrega via aplicativo de delivery.

Relacionamento com clientes:
Quais serão os pontos de contato com o consumidor?

Exemplos:
DM do Instagram ou atendimento apenas via WhatsApp.

Fontes de receita:
Qual a origem dos recursos do seu negócio?

Exemplos:
venda de um ou mais produtos, fornecimento de um serviço

Recursos principais:
Quais recursos são essenciais para a sua empresa?

Exemplos:
equipe para mão-de-obra, ingredientes, etc

Atividades-chave:
Qual a atividade principal da empresa?

Exemplos:
venda de bombons gourmet e outros itens estruturados em kits

Principais parcerias:
Quais parcerias são fundamentais?

Exemplos:
fornecedores

Estrutura de custos:
Quanto custa a estrutura do seu empreendimento?

Exemplos:
considere o valor da compra dos insumos, mão-de-obra, contas

Como posso montar um modelo de negócio?

Transformar uma ideia em um negócio viável requer a criação de um modelo de negócio bem planejado, que ajuda a compreender, identificar estratégias relevantes e implementar de forma eficaz cada parte da operação.

Refinar seu modelo de negócio é essencial para garantir que cada detalhe, da proposta de valor à interação com clientes e logística, seja perfeitamente ajustado. Aqui vão quatro perguntas-chave para guiar seu refinamento:

1

Do que se trata?

Busque entender que problema essa ideia soluciona ou que valor agrega para a sociedade de forma geral. Aqui, reflita sobre o que você está cogitando que vire um empreendimento.

2

Para quem vou fazer?

Defina qual o público-alvo do seu empreendimento e as melhores maneiras de se relacionar com ele.

3

Como vou fazer?

Pontue e entenda quais os recursos, atividades e parceiros necessários para que esse empreendimento aconteça.

4

Quanto será investido inicialmente?

Elabore a estrutura de custo que o empreendimento irá demandar. Pontue todos os possíveis gastos iniciais e valores correspondentes para cada item.

Você sabe o que é a estrutura de custo?

Trata-se dos gastos fixos e variáveis dentro de um período determinado. Para os gastos fixos, temos, por exemplo, contas de casa (como luz e água), aluguel e transporte escolar. Já para os gastos variáveis, podemos considerar um sorvete após a aula, compra de material didático ou ir cortar o cabelo.

Missão, visão e valores: a empresa além do produto

Montar um modelo de negócio vai além de escolher o produto ou serviço: é sobre desenhar a alma da sua empresa! Defina a essência do negócio, focando nos pilares éticos e objetivos norteadores.

Já notou que quase todo site de empresa tem aquela aba "Sobre nós"? Lá, você encontra a **missão, visão e valores,** que são como o coração do negócio! Esses três conceitos mágicos mostram a alma ética da empresa: o que ela defende, busca e representa. Mais que vender produtos ou serviços, descrevem os objetivos e princípios que a empresa quer alcançar. Vamos dar uma olhada?

Missão

Por qual motivo a empresa foi criada?

Exemplo:
Desenvolver aparelhos tecnológicos sustentáveis.

Visão

O que a empresa espera alcançar?

Exemplo:
Visamos incentivar o consumo de tecnologia limpa no Brasil.

Valores

Qual conjunto de princípios morais e éticos definem de que froma a empresa é conduzida?

Exemplo:
Visamos incentivar o consumo de tecnologia limpa no Brasil.

Esses três fatores — Missão, Visão e Valores — são a base nos bastidores do seu negócio! Guiando, assim, o desenvolvimento do produto, e ajudando a conectar empresa e cliente a partir do que ambos defendem e acreditam. Por exemplo, se sua empresa é toda sobre sustentabilidade e vende produtos como lixeiras inteligentes para reciclagem, usar materiais poluentes não combina, certo? Então, a missão, a visão e os valores moldam cada decisão, desde a escolha de fornecedores até os métodos de transporte.

Vamos testar?

Imagine que você é o criador de uma empresa que você goste! Qual seria?

Com base no que você conhece sobre esse empresa – e usando a internet para pesquisar o que desconhece – preencha a missão, a visão e os valores abaixo:

Missão

Visão

Valores

Hora de colocar em prática:
Canvas Modelo de Negócio

Chegou a hora de criar seu próprio modelo de negócio na experiência de aprendizagem "***Canvas Modelo dae Negócio***". Para isso, considere a seguinte situação-problema hipotética:

Helena, uma estudante do ensino médio, percebe que a escola não tem um descarte consciente de lixo produzido nas salas de aula. Isso resulta num grande volume de resíduos, sólidos ou não, diariamente acumulados e misturados. Aléam disso, Helena repara que muitos estudantes e funcionários não têm clareza sobre a importância da gestão de resíduos para a sustentabilidade ambiental.

A ineficiência na gestão de resíduos sólidos na escola contribui diretamente para problemas ambientais mais amplos, como poluição e desperdício de recursos. Outro ponto a ser destacado sobre a situação é que esta representa uma oportunidade perdida para educar a comunidade escolar sobre práticas sustentáveis.

Instruções

1 Analise o cenário hipotético apresentado:
Leia com calma cenário em que Helena precisará elaborar soluções para o problema de gestão consciente dos lixos de sala de aula.

3 Preencha o canvas Modelo de Negócio:
Preencha o modelo de negócio considerando a situação e a ideia escolhida para ser a solução do problema apresentado.

2 Brainstorming:
Analise o problema indicado – como criar uma melhor gestão dos resíduos sólidos e líquidos gerados em sala de aula e aumentar a consciência sanitária entre colegas e funcionários –, e pense em maneiras de solucionar a situação.

Canvas Modelo de Negócio

Parcerias principais

Atividade-chave

Recursos principais

Proposta de valor

Relacionamento com clientes

Canais de distribuição

Segmento de clientes

Estrutura de custos

Fontes de Receita

FONTE: SEBRAE

“Se você pode sonhar,
você pode fazer.”

— Walt Disney

Problematizar

para transformar desafios em oportunidades

Para transformar desafios em oportunidades a partir do pensamento estratégico, chegou o momento de identificar caminhos e problematizar pontos para que sua jornada forme um propósito. Aqui, você terá a oportunidade de olhar para si mesmo e reconhecer as oportunidades possíveis.

Público-alvo: para quem é a minha ideia?

Para viabilizar uma ideia é necessário, além de outros fatores, desenvolver uma conexão com o público-alvo, o grupo de pessoas para qual um empreendimento, solução ou ideia é direcionado.

Como observado na experiência de aprendizagem "canvas modelo de negócio", para viabilizar uma ideia é necessário, além de outros fatores, desenvolver uma conexão com o público-alvo, o grupo de pessoas para qual um empreendimento, solução ou ideia é direcionado. Esse grupo compartilha características como faixa etária, localização geográfica, interesses, renda, problemas e necessidades. Assim, pode tanto ser um grupo mais específico, em que se considera características mais profundas – gostos, hobbies, lugares que frequenta, grupos a qual pertence, etc. –, quanto mais abrangente – considerando pontos em comum das pessoas que têm mais probabilidade de se interessar pelo que seu negócio proporciona.

Ao conhecer as preferências e necessidades de seu público-alvo, você pode criar um negócio que realmente resolva dores ou satisfaça o que esse público busca. É como escolher a música certa para a festa, garantindo que todos se divirtam. Além disso, ter o público-alvo em mente pode contribuir para o ajuste de preço do serviço ofertado, porque assim você terá em mente, por exemplo, as esferas de poder aquisitivo daqueles que deseja alcançar.

Vamos praticar? Se você fosse responsável por uma loja de roupas...

Qual tipo de roupa você venderia?

Descreva o tipo de pessoa que compraria na sua loja!

Existem, então, diferentes formas de mapear o público-alvo e elaborar um **plano de marketing** para criar maneiras para alcançá-lo, aumentando as chances de êxito com a ideia ou empreendimento desenvolvido. Entre elas, podemos considerar a **análise de mercado** como ferramenta para esse fim.

Você sabe o que é um Plano de Marketing?

Estratégia pontuando uma série de ações que deverão ser tomadas visando maneiras criativas e inovadoras de fazer com que um produto, ideia ou negócio alcance o público-alvo. Ao entender como o produto poderá atingir as dores ou desejos dele, você pode criar estratégias para melhor atingir o seu público-alvo, argumentando por que ele seria beneficiado por seu produto, ideia ou negócio.

Como descobrir meu público-alvo?

Para definir o público-alvo de um empreendimento a partir de uma análise de mercado, o primeiro passo é ter clareza das informações que se busca solucionar. Para isso, é preciso alinhar os objetivos do negócio com o que é necessário saber sobre o público para qual o produto ou serviço é direcionado. Considere sua loja de roupas criada anteriormente para responder:

Localidade
qual a posição geográfica que seu negócio objetiva?

Frequência:
seu empreendimento objetiva alcançar um público acostumado a gastar mais ou menos?

Faixa etária e gênero:
seu empreendimento costuma ser consumido por pessoas de qual idade e gênero?

Socioeconomia:
seu empreendimento deve ser consumido com frequência ou é algo para qual as pessoas podem se programar para usufruir?

Com as informações coletadas, é possível montar uma base sólida para entender quem vai amar seu produto! Lembre-se, às vezes, é preciso dar um tapa no visual ou na funcionalidade – ajustando preço, qualidade e quantidade – para realmente conquistar seu público. Ou seja, não adianta colocar como objetivo um público que consome um produto muito caro se esse não é o hábito do grupo de pessoas que consomem o produto ou serviço ofertado.

Agora, vamos analisar o mercado!

Uma análise de mercado é uma técnica para melhor conhecer seu público-alvo. Através dela é possível coletar dados coerentes para desenvolver estratégias sólidas para um negócio, solução ou ideia. Confira o passo-a-passo para fazer uma análise de mercado:

1 O que estamos procurando?

Estabeleça qual o objetivo da sua pesquisa, que pode ser, por exemplo, quais os hábitos do seu público em relação à reciclagem, ou até mesmo quais os gastos médio de uma empresa no seu segmento.

2 Hora de coletar os dados!

Use plataformas de pesquisa e busque informações sobre o seu setor de interesse, como:

- **Relatórios de Indústria:** Consulte relatórios de pesquisa de mercado e análises setoriais.
- **Dados Governamentais:** Use estatísticas públicas disponibilizadas por órgãos governamentais.
- **Estudos Acadêmicos:** Busque pesquisas e estudos de caso relevantes.
- **Mídia Especializada:** Acompanhe publicações e sites especializados no seu setor.

3 Quem são seus concorrentes?

Para entender seu mercado, identifique seus concorrentes e estude suas operações, valores, ética e feedback de clientes. Esse processo, conhecido como benchmarking, deve ser feito regularmente para manter sua competitividade em inovação e relacionamento com clientes.

Você sabe o que é o *benchmarking*?

Em tradução livre "avaliação comparativa", trata-se de um processo de análise e pesquisa de mercado focado em empresas que seguem com o mesmo tipo de empreendimento que o seu. Ou seja, concorrentes diretos. Serve para comparar e analisar como seus produtos, processos e/ou serviços desempenham em relação aos concorrentes.

4 Quem é o seu público-alvo?

A partir das informações obtidas sobre o mercado e a concorrência, é possível identificar características do público-alvo. Para entender ainda melhor os possíveis clientes, considere estas abordagens:

- **Pesquisas e Questionários:** Faça perguntas específicas para saber mais sobre as necessidades e preferências dos consumidores.
- **Entrevistas:** Converse com potenciais consumidores para obter informações detalhadas e pessoais.
- **Grupos Focais:** Organize grupos de discussão para explorar como as pessoas veem seus produtos ou serviços.
- **Análise de Redes Sociais:** Acompanhe as redes sociais para entender o que os consumidores dizem sobre produtos ou serviços semelhantes aos seus.

5 Qual o nicho do seu empreendimento dentro do mercado?

O nicho é como se fosse uma parte mais específica dentro do mercado em que sua empresa atua. Digamos, por exemplo, que a sua solução está relacionada com a reciclagem, como no cenário hipotético na experiência "Canvas Modelo de Negócio". Nesse caso, o mercado é o de reciclagem, porém o nicho é reciclagem na sala de aula de escolas públicas do ensino médio.

Para identificar o seu nicho, analise os dados coletados e o público-alvo, e separe o mercado em diferentes segmentos. Assim, ficará mais fácil entender a qual segmento o seu negócio, ideia ou solução pertence.

6 O segmento e sua solução funcionam juntos?

Analise e teste os impactos que a sua solução tem no segmento identificado. Em outras palavras, coloque o seu negócio em prática e observe a reação do público-alvo, do mercado em geral e da concorrência. A partir desse tipo de teste, poderá observar e adaptar pontos fracos na ideia desenvolvida.

Hora de colocar em prática: Cada público em seu nicho

Participe da experiência de aprendizagem "***Cada público em seu nicho***" para identificar as necessidades específicas de cada grupo. Siga as orientações e prepare-se para descobrir o nicho para cada tipo de cliente!

Instruções

1 Acesse a dinâmica:
Escaneie o QR Code ao lado para acessar a dinâmica "Cada público em seu nicho".

2 Entenda o jogo:
A dinâmica funciona em formato de charada. Serão apresentados uma sequência de fatos que servem como dicas para que você identifique e conecte cada personagem apresentado com o segmento de reciclagem que mais se encaixa em seu nicho.

3 Analise os fatos apresentados:
Leia, com cuidado, todos os fatos apresentados e analise a tabela de personagens e segmentos. Você verá que, na coluna esquerda, há o nome de cinco personagens. E, na linha superior, há cinco segmentos do mercado de reciclagem.

4 Elimine possibilidades não-correspondentes:
Usando os fatos apresentados como dicas, elimine as combinações entre segmentos e personagens que não fazem sentido. Arraste o ícone X para demarcar essas áreas de não-correspondência.

5 Confira suas respostas:
Após finalizar a tabela de segmentos e personagens, compare suas respostas com as de seus colegas! Assim poderá entender o que interpretou de forma correta ou equivocada.

“O futuro pertence àqueles que acreditam na beleza de seus sonhos.”

— Eleanor Roosevelt

Protagonizar

para ser autor da própria vida

Para ser autor da própria vida, é importante desenvolver soluções que possam ser aplicadas na sua realidade. É hora de criar caminhos possíveis para protagonizar sua história a partir da avaliação de viabilidades. Agora, você terá a oportunidade de desenvolver um plano de negócio para encontrar meios de torná-lo realidade

Encontrando caminhos possíveis

Parabéns, mestre dos modelos de negócio! Com o "***Canvas Modelo de Negócios***" em mãos e a experiência "***Cada público em seu nicho***" na bagagem, você está mais que preparado para o desafio final: **avaliar a viabilidade do seu negócio!**

Vamos recapitular?

Use os espaços abaixo para definir os seguintes conceitos:

Modelo de negócio:

Estrutura de custo:

Público-alvo:

Análise de mercado:

Chegou a hora de transformar sua ideia em algo concreto a partir de meios viáveis. Para isso, mergulhe na análise de mercado, custos operacionais, fontes de receita e oportunidades de crescimento. Prepare-se para fazer escolhas conscientes e dar vida às suas ideias no mundo real. A aventura empresarial começa agora!

Custos e economia: viabilidade econômica na ponta do lápis

Entender a **viabilidade** de uma ideia está conectado diretamente com as **limitações econômicas** que ela envolve. Para darmos vida a qualquer solução, precisamos, primeiro, compreender sua **viabilidade econômica**. Ou seja, pensar nos recursos necessários para transformar uma ideia em realidade. Para isso, trabalharemos os conceitos de **custos, fontes de receita, potencial de crescimento e investimento.**

Custos de uma ideia

Toda ideia, para ser transformada em realidade, requer uma movimentação de recursos. Esses recursos podem ser tanto diretamente financeiros, quanto de contatos ou ações de pessoas envolvidas. Por exemplo, **para que uma campanha de reciclagem ocorra na sua escola, pode ser necessário:**

Recurso financeiro:

Economia voltada para a compra de lixeiras ou gastos em impressão de cartazes informativos sobre o assunto.

Ações de pessoas envolvidas

Estudantes se movimentando para aprender e disseminar informações valiosas sobre as melhores formas de reciclagem em sala de aula.

Dentre esses dois recursos, o que consideraremos como **custo** é aquele que irá, de alguma forma, envolver uma **organização financeira**. Colocando isso no papel, teremos diferentes tipos de custos:

Custo fixo: todo gasto recorrente e previsível que ocorra com frequência a longo prazo. Por exemplo, aluguel de um espaço ou a conta de luz e água da sua casa.

Custo variável: todo gasto que não tem um valor ou frequência completamente regulares, uma vez que é influenciado por fatores como a demanda de um serviço ou a quantidade de vendas realizadas. Por exemplo, compra de recursos como sacos de lixo.

Custo inicial/de investimento: todo valor investido para adquirir o que for necessário para que o negócio se torne viável para começar a funcionar. Por exemplo, a compra de cestos e sacos de lixo, impressão de material informativo sobre reciclagem, etc.

Para mergulhar de cabeça no desenvolvimento de uma ideia ou negócio, antes é importante fazer um **inventário dos recursos** que você já tem. Isso consiste em criar uma checklist do que você possui e do que realmente precisa, ajudando você a ver claramente onde economizar e onde investir.

Ao priorizar **gastos essenciais** e buscar **alternativas inteligentes**, é possível cortar custos, auxiliando na tarefa de viabilizar o seu projeto. Esse é o caminho para uma gestão financeira sustentável, incentivando a criatividade e a inovação no uso de recursos.

Fontes de receita

Ao elaborar uma ideia, solução ou negócio, é importante entender não apenas quais recursos serão necessários para iniciar e manter esse empreendimento, mas também a origem dos investimentos que irão custeá-los. Para isso, cabe conhecer os conceitos de receita e renda.

Receita

Todo valor recebido em um empreendimento, ou seja, aquilo que o negócio recebe em troca da venda de um produto ou a prestação de um serviço. É dividida entre bruta (valores totais recebidos) e líquida (valores totais menos os custos de produção ou manutenção do negócio).

Renda:

Todo o dinheiro disponível no início do mês, incluindo a receita líquida e outras economias. Ou seja, trata-se de todo o valor disponível para gastar no caixa da empresa, seja para retornar na forma de investimento, seja para ser lucro.

Definindo a fonte de receita

Para definir como seu negócio vai fazer dinheiro, primeiro entenda o funcionamento e os custos envolvidos a curto, médio e longo prazo. Avalie também a necessidade de investimentos externos além do que o próprio negócio gera. Além disso, é importante entender e averiguar se as fontes de renda serão fixas ou não. Ou seja, se é possível contar com esses valores todos os meses ou não.

Usando a ideia da campanha de reciclagem na escola como exemplo, por se tratar de uma movimentação para beneficiar a escola e os estudantes, pode ser possível que o investimento para a compra de lixeiras, sacos de lixo e impressão de cartazes informativos sobre reciclagem venham da própria escola ou de uma vaquinha feita pela turma. O investimento da escola é uma fonte de renda mais previsível, enquanto a vaquinha, por se tratar da disposição de diversas pessoas, é menos confiável a longo prazo. O interessante aqui é entender e explorar possibilidades visando sempre evitar o prejuízo, buscando formas econômicas de colocar a ideia de negócio em prática.

Vamos refletir?

Qual fonte de renda você desenvolveria para a campanha de reciclagem na escola?

Potencial de crescimento

O potencial de crescimento de uma ideia, solução ou empresa está ligado à sua previsão estratégica de expansão. Ou seja, o tamanho de uma empresa está diretamente conectado à forma como ela é aceita pelo público e às suas chances de receber investimentos ou gerar um lucro maior ao longo do tempo.

Existem diferentes formas em que o potencial de crescimento de um negócio pode ser avaliado. Os mais interessantes de aprofundarmos no momento são os potenciais de atração de investidores e de implementação da ideia, ou seja, se haverá interesse em investir na ideia ou se ela será bem aceita pelo público-alvo.

Ainda usando a campanha de reciclagem como exemplo, o potencial de crescimento poderia ser avaliado a partir da interação dos estudantes e professores com a campanha. Assim, poderiam ser observados os níveis de engajamento de todos, bem como as opiniões sobre a campanha. Se houver engajamento e interesse na campanha, além de investimentos por parte da escola e dos estudantes, é possível para o projeto não apenas continuar funcionando, mas poder se expandir de alguma forma, como procurar solucionar outro problema de sustentabilidade na escola, por exemplo.

Hora de colocar em prática: Criando um plano de negócio

Pronto para testar seus conhecimentos? Mergulhe na experiência "***Criando um plano de negócio***" para usar sua própria ideia para montar um **plano de negócios**. É a chance perfeita para transformar teoria em ação e começar a moldar o futuro do seu empreendimento.

O **plano de negócios** é um mapa do tesouro: define metas claras, mostra aos investidores o potencial incrível de crescimento e atrai pessoas que querem fazer parte da sua jornada. Essa ferramenta irá reunir todas as sacadas que você teve nas experiências "***Canvas Modelo de Negócios***" e "***Cada público em seu nicho***". Observe os pontos essenciais de um plano de negócios:

1 Identificação de Oportunidades:

Reconhecer necessidades não atendidas no mercado que podem ser transformadas em oportunidades de negócio.

2 Definição do Público-Alvo:

Compreender quem será beneficiado pelo seu produto ou serviço, incluindo suas necessidades, preferências e comportamentos.

3 Análise de Mercado:

Avaliar o ambiente de mercado, incluindo concorrentes, tendências e potenciais desafios a serem enfrentados.

4 Modelo de Negócios:

Ferramenta estratégica para visualizar os componentes chave do seu negócio, como proposta de valor, segmentos de clientes, estrutura de custos e fontes de receita, de maneira geral.

5 Gestão de Recursos:

Identificar recursos disponíveis e necessários, incluindo humanos, financeiros e materiais, para a implementação e sustentação do negócio.

6 Viabilidade Financeira:

Analisar custos, previsão de receitas e estimativa da rentabilidade para assegurar a viabilidade econômica do empreendimento.

7 Plano de Marketing:

Desenvolver estratégias para alcançar o público-alvo por meio de promover, vender e distribuir o produto ou serviço.

8 Planos de Ação:

Definir etapas concretas (metas), responsabilidades e prazos para transformar a ideia em realidade.

Chegou a hora de usar todos os conceitos abordados no módulo **Despertar para criar possibilidades!** Na experiência "***Criando um plano de negócio***", você vai explorar um problema real da sua vida e esboçar um negócio que seja a solução ideal. Esta é sua chance de transformar desafios em oportunidades de ouro. Siga cuidadosamente as instruções abaixo!

Instruções

1 Identificando uma oportunidade:
Relembre suas vivências e identifique uma área que se beneficiaria de uma solução criativa. Use essa oportunidade para pensar de maneira inovadora, considerando como sua proposta pode atender às necessidades do mercado de formas que ainda não foram exploradas.

2 Transforme sua ideia em um modelo de negócio:
Usando o canvas disponibilizado na página 32, comece a rascunhar e desenvolver sua ideia de maneira a preencher o máximo possível de áreas. Não se preocupe em preencher todos os campos de primeira, pode ser que sua ideia precise ser melhor desenvolvida ao longo do plano de negócios para que tenha clareza sobre certos campos.

3 Faça uma análise de mercado:
Pesquise e descubra mais sobre seus concorrentes, nicho e público-alvo, para entender como desenvolver ou adaptar o produto ou serviço que o seu negócio irá propor.

4 Descreva o seu produto:
Crie um texto dissertativo breve apresentando a solução que o seu negócio propõe, seja ela um produto ou um serviço. Não se esqueça de pensar no público-alvo e explicar como o produto ou serviço irá beneficiar o cliente.

5 Verifique a viabilidade do seu negócio:
Pense na perspectiva financeira do seu negócio e preencha o questionário da viabilidade disponível na página 33. Pontue:

- **Quais recursos o meu negócio precisa ter para começar a funcionar?**
- **O que já tenho disponível e o que gerará custos para o meu negócio?**
- **Quais serão os recursos financeiros do meu negócio?**
- **Quantas pessoas preciso envolver e quais as funções que elas devem exercer para que o meu negócio funcione?**

6 Considere as pessoas que farão o negócio acontecer:
Considere as pessoas necessárias para que sua ideia seja viável como um negócio e pontue a função de cada um. Com isso, preencha os espaços de membros da equipe disponíveis na página 33 para visualizar com clareza os integrantes e funções necessárias para que o seu empreendimento aconteça.

7 Crie a missão, a visão e os valores da sua empresa:
Para cumprir com a ideia originalmente desenvolvida, é importante que entenda como descrever sua empresa e pontuar as escolhas éticas para o desenvolvimento do produto ou serviço selecionado. Pense então, qual a missão, visão e os valores da sua empresa. Você poderá preencher esses três campos descritivos na tabela da empresa na página 34.

8 Defina suas metas com um plano de ação:
a partir da ideia de negócio que está sendo desenvolvida e levando em consideração o público-alvo, a concorrência e o seu nicho, elabore um objetivo a ser alcançado – você pode usar a visão do seu negócio para elaborar o objetivo. Em seguida, pense e anote os passos necessários para alcançar esse objetivo, além de pontuar prazos, criando assim as metas. Use o espaço para o plano de ação disponível na página 34.

Um plano de ação trata-se de uma sequência de metas definidas em um cronograma para alcançar um objetivo específico.

9 Crie um plano de marketing e venda sua ideia para a turma:
Junte todas as informações desenvolvidas para o seu plano de negócio e monte uma apresentação com o apoio de plataformas como o Canvas. O objetivo é que você visualize seus colegas de turma como seu público-alvo e a intenção da apresentação que você criou é apresentar:

- **A empresa.**
- **O produto ou serviço que a sua empresa oferece.**
- **Qual problema, situação, dor ou benefício esse produto supre.**

Lembre-se que a ideia é convencer seus colegas de adquirirem seu produto ou serviço com base no que for apresentado!

Parcerias principais

Atividade-chave

Recursos principais

Proposta de valor

Relacionamento com clientes

Canais de distribuição

Segmento de clientes

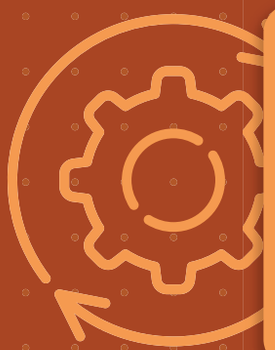
Estrutura de custos

Fontes de Receita

FONTE: SEBRAE

Questionário de viabilidade

Quais recursos o meu negócio precisa ter para começar a funcionar?

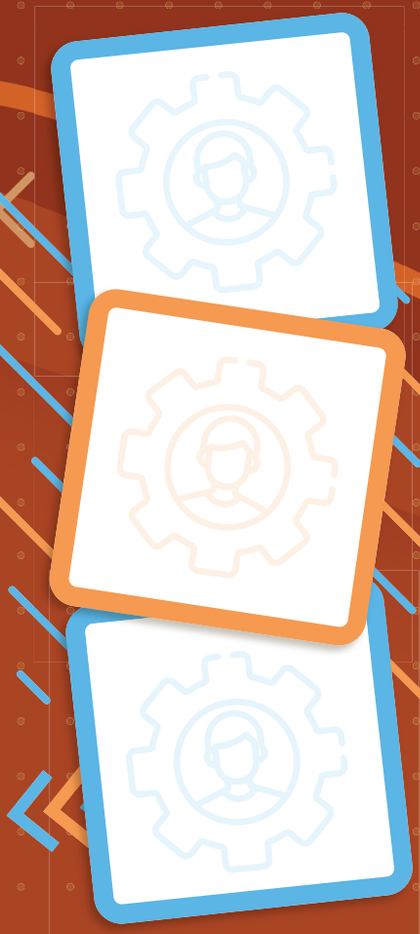


O que já tenho disponível e o que gerará custos para o meu negócio?

Quais serão os recursos financeiros do meu negócio?

Quantas pessoas preciso envolver e quais as funções que elas devem exercer para que o meu negócio funcione?

Minha empresa é formada por...



Nossa Missão

Nossa Visão

Nossos Valores

Minha empresa tem como objetivo

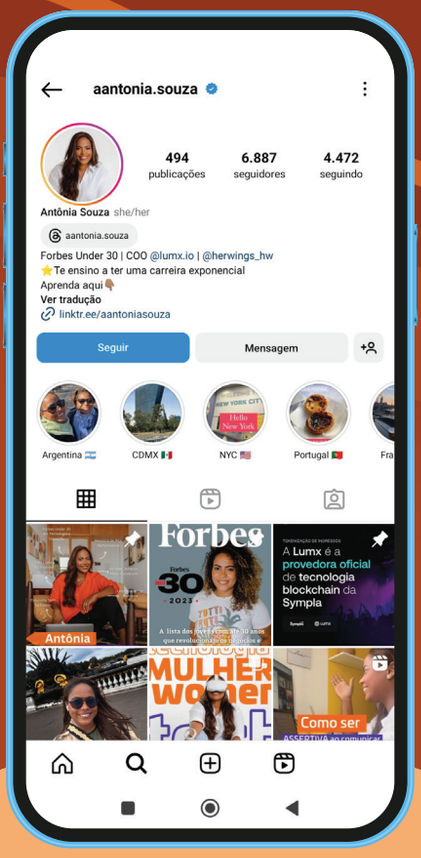
Para isso, minha empresa precisa...

Meta	Até	Prazo
Meta	Até	Prazo
Meta	Até	Prazo
Meta	Até	Prazo
Meta	Até	Prazo

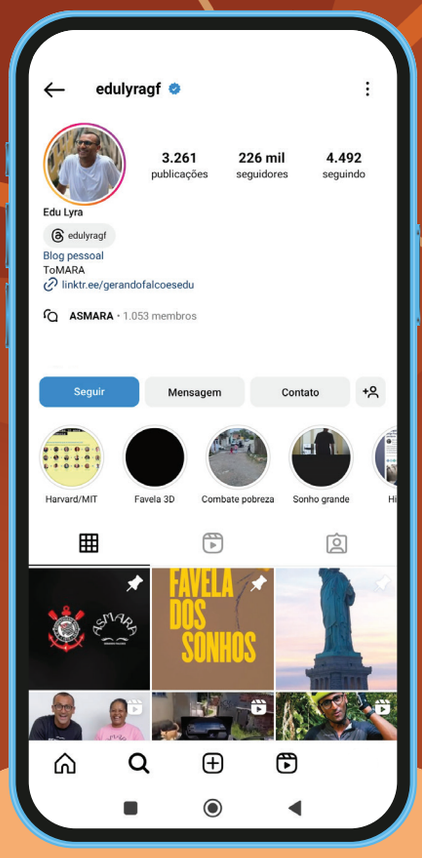
Assim, a aempresa alcançará seu objetivo até Prazo

Match com Especialistas

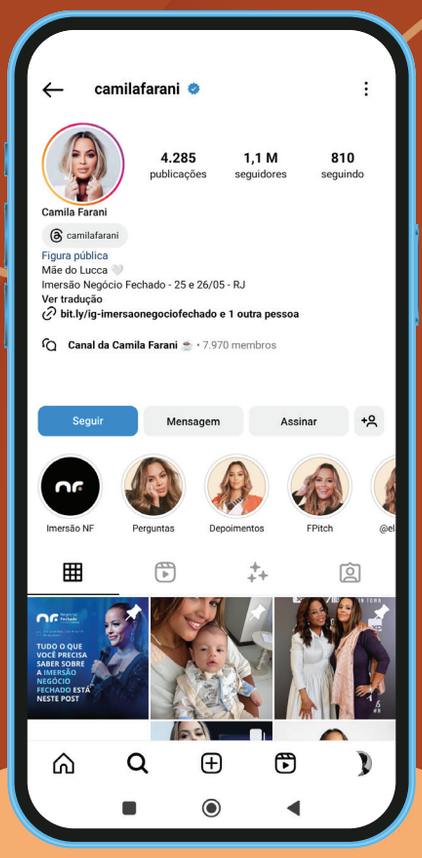
Para continuar sua jornada sobre **encontrar soluções inovadoras para os desafios da vida**, confira esses especialistas no assunto e dê match nas redes sociais!



Antônia Souza
@aantonia.souza



Edu Lyra
@edulyragf



Camila Farani
@camilafarani

“O melhor jeito de prever o futuro é criando-o.”

— *Peter Drucker*

Desperte para refletir, anotar, criar, pensar em possibilidades!

SEBRAE

EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA SEBRAE

Curso Despertar