**PLANO DE AULA 10.07 -** **VALIDAR SEU PROJETO POR MEIO DO CANVAS**

**Apostila 10 –** **Empreendedorismo e Inovação na Era Digital**

Apostila disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**TEMA**

Validar seu projeto de empresa ou de negócios por meio do método Canvas

**OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

Professor, ao final desta aula, o aluno precisará ter conquistado os seguintes objetivos:

* Ter domínio, conceitual e prático, do mais essencial do método Canvas
* Saber validar um projeto de negócios pelo método Canvas

**PROBLEMA-SOLUÇÃO OU DESAFIO (PBL)**

DESAFIO: validar um projeto de negócios pelo método Canvas, sabendo se referir e se ancorar nos conceitos e ferramentas principais desta abordagem.

**Desafios ao longo do curso:**

Relembrando, estas são algumas situações-problemas ou desafios sugeridos.

Claro, o professor tem liberdade para propor ou negociar outras sugestões com os alunos, mas o importante é ter estes desafios definidos ao longo do curso.

Segue uma descrição básica destes possíveis desafios:

* Colegas querem montar serviços de turismo ecológico em Mato Grosso de Sul;
* Técnico de informática quer lançar microempresa de serviços digitais;
* Pequeno grupo de colegas quer montar loja virtual de roupas e estampas (camisetas);
* Pequena empresa de marketing social.

**METODOLOGIA E DINÂMICAS**

Professor, esta é segunda de duas aulas sobre o Canvas. Importante dar alguns minutos iniciais para REVER os conceitos básicos do Canvas que não são poucos nem são simples.

Você poderá fazer uma rápida dinâmica com os alunos, conversando diretamente com toda a classe ou dividindo-os em pequenos grupos para uma revisão de 5 a 12 minutos, por exemplo.

Confira – estamos relembrando e repetindo aqui as definições básicas sobre o Canvas.

**Em seguida, parta para o enfrentamento do desafio desta aula: validar o projeto escolhido pelo método Canvas.**

Confira destaques da apostila para examinar com os alunos:

**Definição simples do que é o Canvas**

Os pesquisadores OSTERWALDER & PIGNEUR (2010), definem Business Model Canvas como uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. Sua estrutura consiste na descrição de uma startup em nove blocos resumidos em uma só folha. Dessa forma é possível visualizar todos os âmbitos da instituição de uma só vez.

Nove blocos ou nove dimensões do Canvas:

1. Propostas de **valor**

2. Relações com os **clientes**

3. **Canais**

4. **Segmentos** de clientes

5. Fluxo de **rendimento**

6. **Atividades** principais

7. **Recursos** principais

8. **Parcerias**-chave

9. Estrutura de **custos**

Professor, para que os alunos gravem bem as nove partes do Canvas, utilize com eles alguma técnica mnemônica em torno de suas 9 palavras-chave:

**Valor / Clientes / Canais**

**Segmentos / Rendimentos / Atividades**

**Recursos / Parcerias / Custos**

**--- - - - - - - -**

Por exemplo, tente resumir o Canvas em duas frases utilizando-se de suas palavras-chave:

|  |
| --- |
| **Canvas: Valorize seus clientes, os canais e os segmentos.**  **Rendimentos dependem de bem definir**  **atividades, recursos e parcerias,**  **sem deixar de ficar de olho nos custos!** |

**RESUMINDO O CANVAS EM POUCAS FRASES E UMA PÁGINA:**

1. Saiba definir uma boa proposta de **VALOR,** a razão pela qual os clientes preferem uma empresa em detrimento de outra!
2. Sua empresa deve definir o tipo de relacionamento que pretende estabelecer com cada segmento de **CLIENTES**!
3. Decida os melhores **CANAIS** de distribuição, qual será a logística mais eficiente do negócio, se direta ou reversa. Deixe seu cliente satisfeito, com entrega rápida e com produtos entregues nas melhores condições e segurança. Os canais são os tipos de interface entre a empresa com o cliente: a comunicação, a venda e a distribuição do produto.
4. Nenhuma oferta ou enfoque ao mercado satisfará a todos compradores. Cada **SEGMENTO** de mercado representa uma oportunidade diferente. Não basta ter uma ideia se não se conseguir enxergar por meio da visão de quem vai pagar e utilizar o produto ou serviço.
5. As fontes de receita (ou o fluxo de **RENDIMENTO)** representam o dinheiro que a empresa gera de cada segmento cliente. O fluxo de receitas determina a maneira como o cliente irá pagar pelo produto ou serviço adquirido. Exemplos: assinaturas, aluguéis, licenças etc.
6. As **ATIVIDADES-CHAVE** estão relacionadas aos processos rotineiros mais importantes, à atividade-fim da empresa. Por exemplo, empresas de plataforma web, terão como atividade-chave a manutenção desta plataforma.
7. **RECURSOS-CHAVE** da empresa são aquelas ferramentas mais essenciais para o desenvolvimento do negócio. Esses recursos englobam todos os ativos importantes que, sem eles, o negócio não poderia alcançar competitividade. Como ativos físicos entenda-se máquinas, instalações. Como recursos intelectuais, recursos humanos, entenda-se equipe de programadores e atendimento, por exemplo. Cada modelo de negócio exige recursos-chave diversos.
8. Empresas criam alianças para otimizar seus modelos de negócios, reduzir o risco ou adquirir recursos. **PARCERIAS**  são aqueles com os quais você estabelece relações chave para seu negócio: os fornecedores, os terceirizados e outros.
9. **ESTRUTURA DE CUSTOS**: Aqui se examinam os custos mais importantes implicados em um negócio. Esse é o último bloco elaborado pelo Model Canvas. Nessa etapa, são delimitados os principais custos que têm maior peso financeiro, principalmente os custos de operação do negócio. Para tais custos serem bem calculados é preciso definir antes os recursos-chave, as atividades-chave e as parcerias mais importantes.

**RECURSOS**

Professor, o tema desta aula pode ser examinado mediante o diálogo e as conversas com os alunos. Vídeos não são indispensáveis, mas podem ser um gatilho para despertar a atenção do aluno. Caso entenda necessário, providencie uma conexão de internet para a sala ou ver quais alunos possuem acesso à internet em casa ou no celular.

Repasse, também, com antecedência os links dos vídeos para que os alunos possam assisti-los em casa ou em uma lan house, por exemplo.

Para o dia da aula, caso falhe ou não tenha conexão à internet, peça aos alunos que tenham acesso por meio de celular que assistam os vídeos com os colegas.

**AVALIAÇÃO**

Professor, retome os objetivos de aprendizagem estabelecidos acima e verifique junto com os alunos se eles foram cobertos. A avaliação pode e deve reforçar os pontos ministrados e, apontar eventuais lacunas a resolver dentro ou fora da sala de aula.

++++

Destaquemos que a avaliação é fundamental na construção do aprendizado do aluno. Mais do que simplesmente dar notas e atribuir um número ou um conceito (bom, razoável, ruim, por exemplo) ao desempenho do aluno ou da equipe, o que importa é examinar, junto com eles e numa postura de diálogo qual foi o conhecimento assimilado e o aprendizado real.

Tenha em mente que esta abordagem implica avaliar CONHECIMENTO, HABILIDADES E ATITUDES (C.H.A.).

O conhecimento em si é a avaliação mais comum e tradicional. Mas é importante saber se este conhecimento formal está se traduzindo em habilidades reais dos alunos no domínio dos conceitos e das ferramentas. E, além disso, em atitudes concretas e construtivas de aprendizado.

Com a abordagem apropriada, esta avaliação poderá ser feita de forma curta.

Faça ao final da aula, uma breve avaliação (cerca de 7 minutos, por exemplo) junto aos alunos e equipes para saber se conseguiram dominar os conceitos e as ferramentas básicas expostas nesta aula.

Procure fazer isto a partir dos DESAFIOS DEFINIDOS ou situações-problema a enfrentar.

Tenha presente que o elemento principal e direcionador das atividades avaliativas do C.H.A é o problema: o conhecimento adquirido, a capacidade real e a postura para bem resolvê-lo.

Se o desafio é o problema, então a régua ou a métrica será a capacidade de resolvê-lo.

São três os principais instrumentos de avaliação que podem ser utilizados:

(1) SOCIALIZAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DOS RESULTADOS: Peça aos alunos e equipes que exponham o que aprenderam e os frutos dos seus trabalhos para os demais.

(2) RELATÓRIO TÉCNICO: “texto escrito estruturado que contempla o passo a passo do desenvolvimento do problema e a proposta de solução do problema.”, FREZATTI et ali (2018)

(3) OBSERVAÇÃO DOCENTE: Como professor, você pode pontuar e destacar conquistas dos alunos e seus progressos. Ressalte a eles também os percursos e trilhas percorridos.

Dado o tempo exíguo de aula, entenda que o relatório técnico de produção será feito de forma primordialmente oral pelos alunos e equipes ou em notas ao longo do curso.

Procure perceber e “medir” o quanto os alunos apreenderam uma noção básica dos conceitos expostos.

Além da compreensão básica, o importante é perceber se eles captaram e estão sensíveis à necessidade de dominar estes conceitos básicos ao longo do curso.

Retorne aos objetivos de aprendizagem definidos no início deste plano de aula para conferir se foram realizados. Caso não, procure enfrentá-los nas próximas aulas de forma concentrada (se houver tempo hábil) ou distribuída.

A medida do sucesso desta aula será dada por terem captado ou não a importância da disciplina e por acender em seus alunos a curiosidade pelo tema, mais do que um domínio estrito de todos os seus conceitos e ferramentas.

**CRONOGRAMA:**

Professor, nesta aula, fique às dinâmicas de grupo e ao método dialógico de perguntas e resposta e novas perguntas e respostas sucessivas. Note que esta dinâmica pode ocorrer tanto entre professor e alunos quanto diretamente entre alunos e equipes.

Tempo total de aula: 45 minutos;

Abertura e aquecimento: 5 minutos;

Desenvolvimento e dinâmicas: 30 minutos;

Avaliação e fechamento: 10 minutos

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS PARA VALIDAR UM PROJETO DE NEGÓCIOS PELA ABORDAGEM CANVAS**

Referências na apostila 10 – Empreendedorismo e Inovação na Era Digital

Capítulo 3 - Validação de ideias de negócios por meio do Business Model Canvas

....................................53 a 61

Apostila disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**BIBLIOGRAFIA GERAL**

Professor, vale a pena dar uma examinada com atenção ao livro principal da abordagem Canvas.

**OSTERWALDER, A; PIGNEUR, 2009. Business Model Canvas, 2009**.

Procure também uma bibliografia auxiliar para consolidar os conceitos básicos.

As referências mencionadas na apostila são muito pertinentes. Destacamos em negrito algumas mais relevantes e eventualmente, mais acessíveis:

PORTER, M. Estratégia competitiva. Elsevier Editora Ltda., 1980.

PORTER, M. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: Lua de Papel,2012.

SEBRAE. Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno, 2007.

STAIR, R. M. Princípios de sistemas de informação: uma abordagem gerencial. Rio de Janeiro: LTC, 1998

**STRATEGYZER. The Business Model Canvas. [s.d.]. Disponível em: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>. Acesso em: 20 mar. 2015.**

VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar; ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz; Design thinking inovação em negócios. – MJV Press. 1. ed. Rio de Janeiro: Abril 2012.

GITAHY, Yuri. O que é uma start up? Empreendedor Online – Empreendedorismo na Internet e negócios online, 2011. Disponível em: <http://www.empreendedoronline.net.br/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 8 dez. 2014.

GITAHY, Yuri. O que é uma startup? 2011. Disponível em: <Http://www.empreendedoronline. net.br/o-que-e-uma-startup/> Acesso em: 06 jul. 2013.

HERMANSON, Boris. O que é uma start up? São Paulo: Mundo Sebrae, 2011. Disponível em: <http://www.mundosebrae.com.br/2011/01/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em: 17 abr. 2012.