

# Sociedade Brasileira de Computação

Desde 1978 trabalhando para o desenvolvimento da Computação no Brasil.

UMA COMUNIDADE CIENTÍFICA BRASILEIRA EM COMPUTAÇÃO.



# Selo de Inovação SBC

PROMOVENDO A  
INOVAÇÃO NA ACADEMIA.



O Selo de Inovação SBC é um concurso que visa apoiar o empreendedorismo a partir da seleção de soluções inovadoras desenvolvidas por grupos de pesquisa nas instituições de ensino. A apresentação dos trabalhos finalistas e a divulgação dos ganhadores são feitas durante o CSBC.

Accesse o Selo de  
Inovação SBC





PROMOVENDO A **INOVAÇÃO** NA ACADEMIA



Identificar trabalhos universitários com potencial de inovação

Incentivar empreendedorismo nos cursos de Computação

Fomentar atividades de inovação nos eventos da SBC

Dar ampla visibilidade aos projetos inovadores



# Requisitos do Projeto

- Ter caráter **inovador**
- Apresentar protótipo para avaliação
- Indicar nível de maturidade tecnológica (TRL 3 a TRL 9)
- Apresentar **modelo de negócio** (recomendado uso do Canvas)
- Demonstrar impacto social
- Informar parceiros e eventual vínculo com startup
- Disponibilizar link para avaliação do **protótipo**
- Limite de submissão: **8 páginas**

# Modelo de Negócio

- Boas ideias falham não por tecnologia, mas por falta de modelo
- Inovação ≠ apenas produto
- Modelo de negócios define:
  - Como a organização cria valor
  - Como entrega valor
  - Como captura valor
- Produto é o que você vende
- Modelo de negócio é como você ganha dinheiro com isso.



# Modelo de Negócio

1. Quem é o cliente?
2. Qual problema é resolvido?
3. Qual proposta de valor?
4. Como o produto chega ao cliente?
5. Como a empresa ganha dinheiro?
6. Quais recursos e parceiros são necessários?

Descreve a lógica de como uma organização cria, entrega e captura valor

Conceitos centrais:

Proposta de valor

Segmentos de clientes

Estrutura de receitas

Estrutura de custos

Recursos e parcerias

# Modelo de Negócio X Inovação

- Inovação pode acontecer em:
  - Proposta de valor
  - Forma de monetização
  - Plataforma
  - Cadeia de parceiros
  - Experiência do cliente

## Erros comuns

- ✗ Confundir produto com proposta de valor
- ✗ Ignorar custos
- ✗ Não validar com clientes reais
- ✗ Canvas feito individualmente
- ✗ Não atualizar o modelo

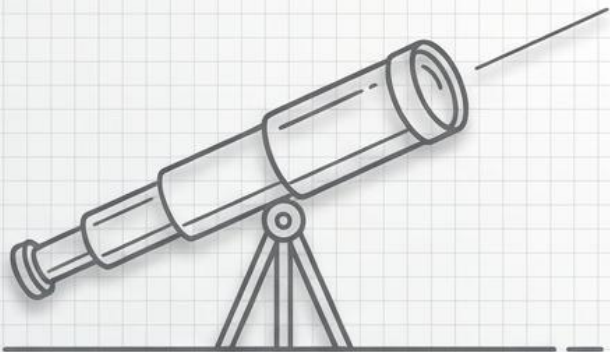
# O Paradoxo do Empreendedor

Todo negócio precisa de planejamento para sobreviver. Dificilmente uma empresa se manterá operante sem ele. No entanto, o erro mais letal no início de uma jornada corporativa não é a falta de ideias, mas a confusão de ferramentas.

**A ilusão corporativa:** Confundir o documento financeiro com a estratégia real de entrega de valor.



# Plano vs. Modelo: O Fim da Confusão



## O Plano de Negócios (O Telescópio)

Responde "O Quê". Prova a viabilidade financeira e o horizonte de projeções, geralmente desenhado para convencer investidores externos a injetar capital.



## O Modelo de Negócios (O Raio-X)

Responde "Como". Mostra a mecânica exata de criação, entrega e captura de valor. Desenhado para os sócios entenderem a operação diária e o diferencial competitivo.

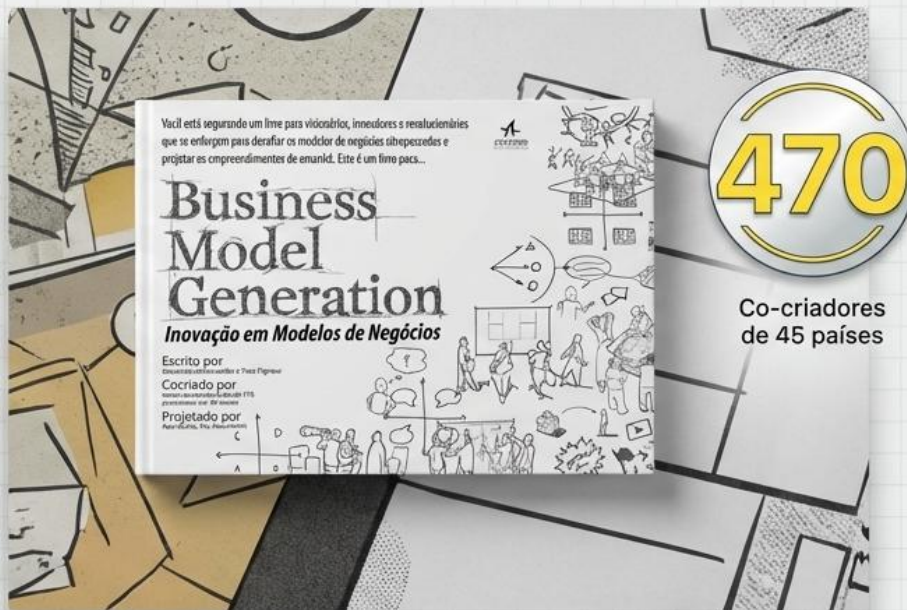
# A Matriz de Diagnóstico

5 Dimensões para classificar sua estratégia corporativa:

Dimensão	O Plano de Negócios	O Modelo de Negócios
Definição	Explica de forma densa “o que” a empresa faz.	Descreve visualmente “como” a empresa faz.
Formato	Documento estático, burocrático e inflexível.	Canvas visual, dinâmico e focado em notas adesivas.
Detalhamento	Dados minuciosos, análises financeiras e projeções.	Visão macro, prática e holística em uma única folha.
Quantidade	Apenas um documento oficial por empresa.	Múltiplos modelos simultâneos para diferentes projetos.
Replicabilidade	Único, com especificidades contábeis da marca.	Altamente replicável (ex: Franquias, modelos SaaS).

# O Paradigma do Século 21

Para navegar em um universo de rápida evolução, é preciso aposentar abordagens antiquadas de criação de valor.



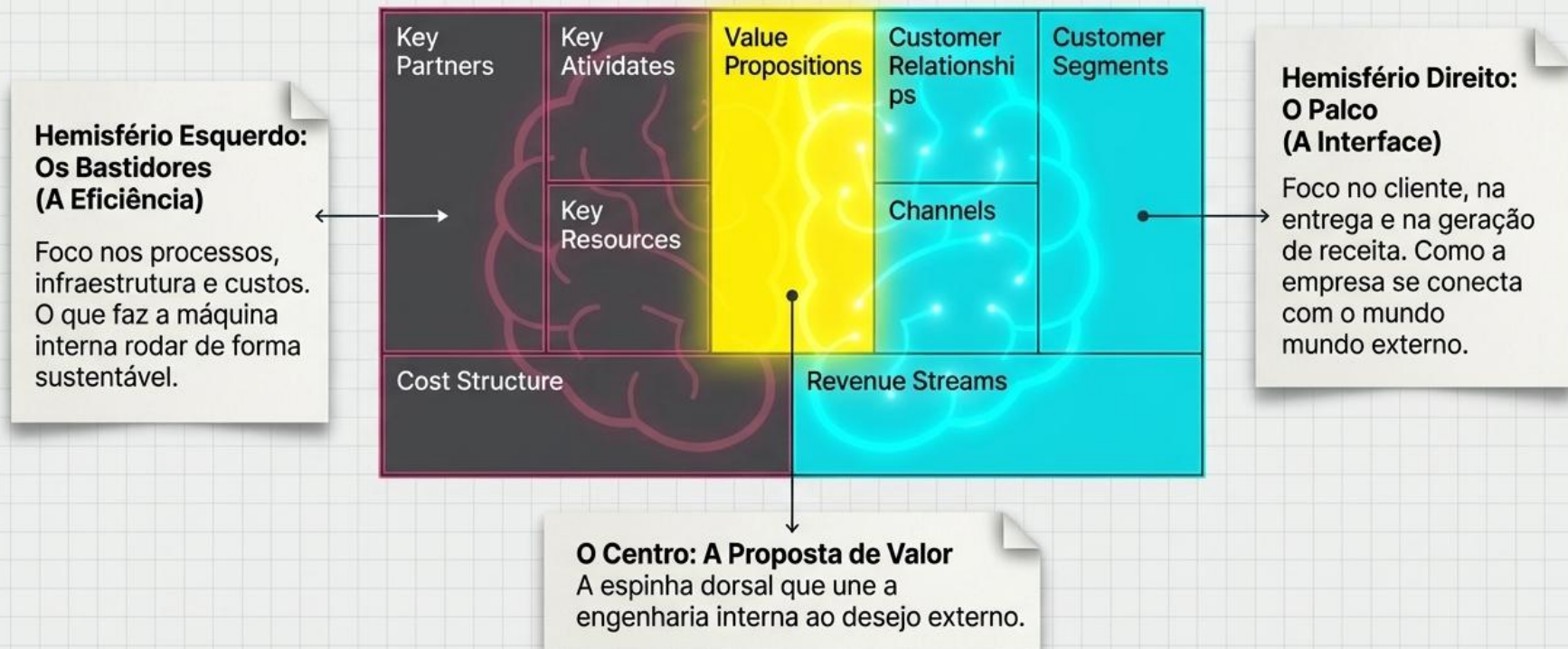
## A Inovação Sistemática

Criado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, e cocriado por 470 especialistas de 45 países, o Business Model Canvas é a ferramenta essencial para avaliar o negócio todo de forma descomplicada.

*“Uma metodologia incrível que coloca a inovação como o diferencial competitivo essencial do século 21.”*

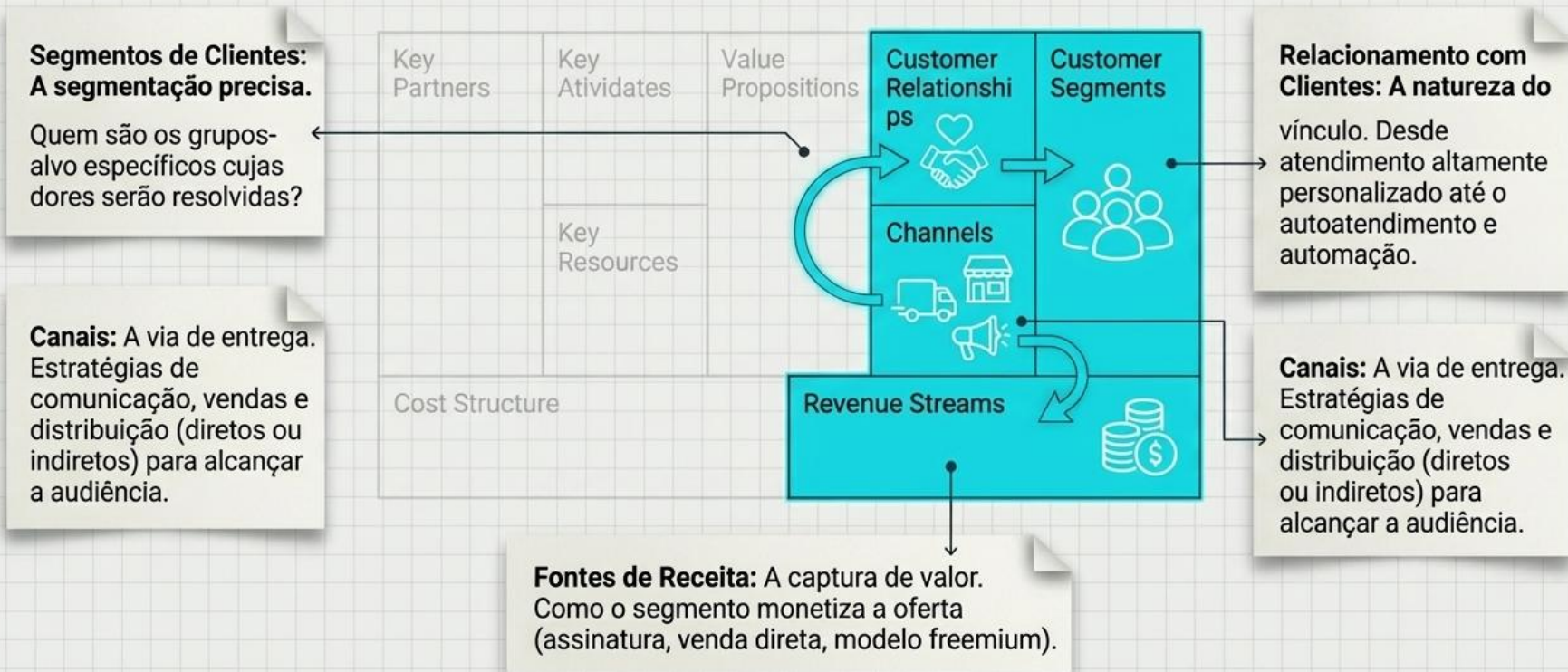
# A Anatomia Visual de um Negócio

Os 9 blocos operam como um ecossistema vivo.



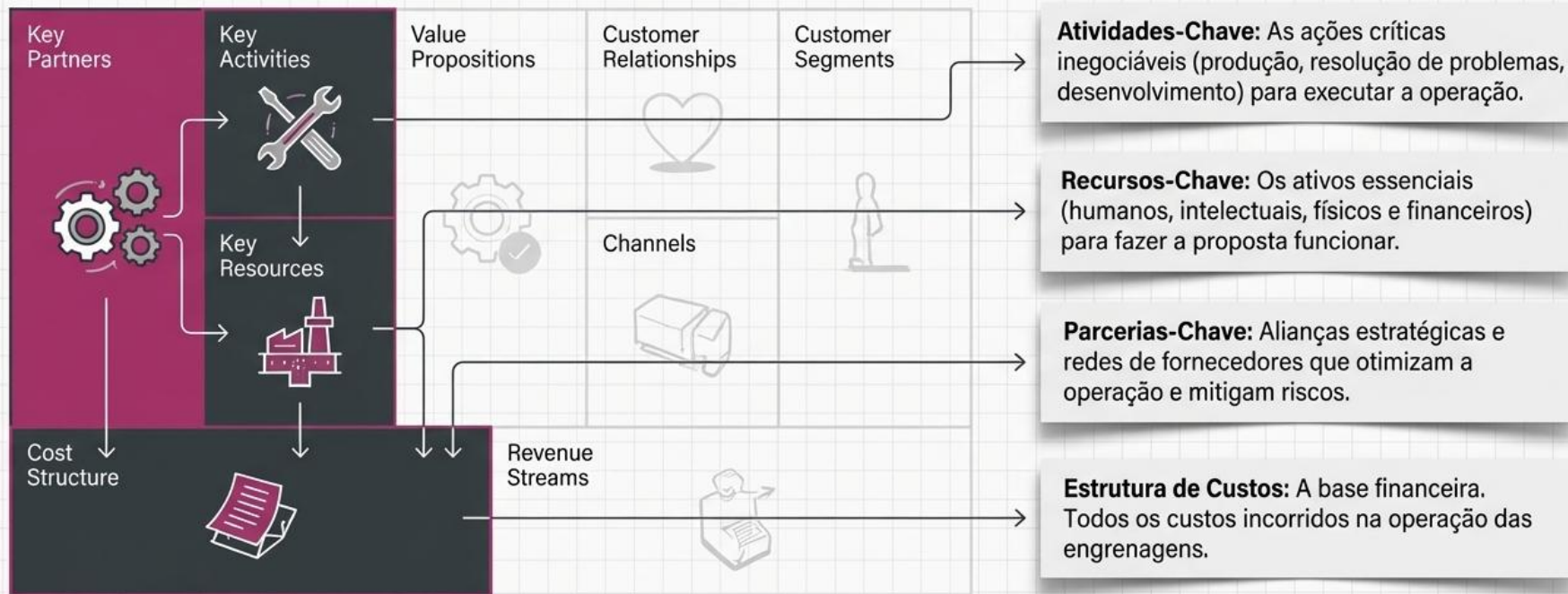
# O Palco: Mercado e Recepção

A interface crítica entre a sua empresa e o público-alvo.



# Os Bastidores: A Engenharia Interna

A infraestrutura invisível que sustenta a viabilidade do negócio.



# O Coração: Uma Proposta de Valor Irresistível

Não se trata do que você vende, mas do problema que resolve.



## A proposta de valor é o núcleo do Canvas.

Ela sintetiza a oferta única que diferencia a empresa de qualquer concorrente no mercado. Responde à pergunta essencial: "Por que os clientes escolheriam este produto?"

## Estratégias de Diferenciação:

Inovação disruptiva, personalização extrema, conveniência absoluta ou uma experiência de compra que funciona como um diálogo profundo.

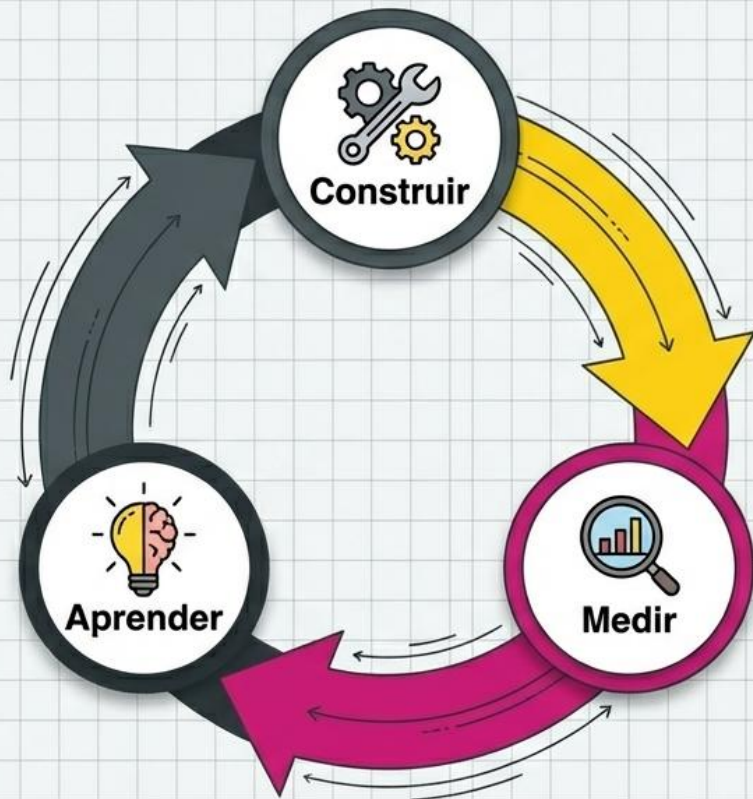
# O Risco da Ilusão no Papel



Um modelo de negócios preenchido na sala de reuniões não é uma verdade absoluta; é apenas um conjunto de suposições não testadas. A verdadeira inovação exige sair do prédio. O Canvas não é o documento final da sua empresa, é o ponto de partida visual para a **experimentação real no mercado**.

# O Processo de Validação

A engenharia de testar teorias na prática (Lean Startup).



## 1. Identificar Suposições:

Qual elemento do seu Canvas é o mais crítico e incerto?



**2. Conduzir Experimentos:** Desenhar testes práticos no mundo real com o menor custo e esforço possível.



**3. Coletar e Ajustar:** Analisar as respostas do mercado e iterar rapidamente o modelo com base no feedback real antes de injetar capital massivo.

# O Poder do MVP (Produto Mínimo Viável)

Velocidade de aprendizado é superior à perfeição do produto.



O MVP é uma versão simplificada e direta da sua proposta de valor, desenvolvida com o mínimo de funcionalidades necessárias. O objetivo não é lançar o sistema perfeito e definitivo, mas satisfazer os primeiros usuários (*early adopters*) para extrair dados valiosos, refutar hipóteses falsas e evoluir o modelo de negócio rapidamente.

# A Analítica e o Cliente no Centro

O combustível do seu loop de experimentação.



**Segmentação Viva:** Utilização de personas e dados comportamentais em tempo real para entender as lacunas e desejos não atendidos.



**Analítica Preditiva:** A coleta contínua de dados permite não apenas reagir aos movimentos da concorrência, mas antecipar tendências e ajustar a proposta de valor proativamente.



**Diálogo vs. Transação:** O objetivo final da coleta de dados é construir relacionamentos duradouros, não apenas fechar uma venda isolada.


# Características de um bom modelo

- Resolve problema real
- Valor claro
- Viável
- Escalável
- Diferenciado
- Sustentável





# Erros comuns

- Foco na tecnologia
  - Falta de validação
  - Custos ignorados
  - Receita indefinida
  - Ignorar concorrência
- 

# Exemplo: "Equilíbrio Funcional Delivery"

- 1. Segmentos de Clientes:** O público-alvo foca em pessoas que buscam qualidade de vida, produtos ligados à saúde e bem-estar, e que precisam de soluções que simplifiquem a sua rotina diária. Também abrange **consumidores conscientes** que se importam com a origem do que compram e priorizam valores éticos e ambientais.
- 2. Proposta de Valor:** O pacote de valor da empresa consiste em oferecer **alimentação funcional e saudável que economiza o tempo do cliente** por meio de uma jornada de compra fluida, leve e sem atritos. O diferencial é transmitir propósito e responsabilidade, utilizando ingredientes de origem local e processos transparentes.
- 3. Canais:** Os meios para entregar essa proposta incluem **loja física para retirada, WhatsApp, Instagram e site**, garantindo uma comunicação clara e uma experiência consistente de atendimento e preço em todos esses pontos de contato.
- 4. Relacionamento com Clientes:** O negócio estabelece seu relacionamento utilizando **Inteligência Artificial acessível para personalizar a comunicação e otimizar processos** (como mensagens de atendimento e lembretes de recompra rápidos), mas sempre mantendo o toque humano para gerar credibilidade e fidelização.
- 5. Fontes de Receita:** A geração de dinheiro da empresa ocorre por meio de **vendas diretas** no balcão/site e por modelos de **assinaturas semanais e mensais** de marmitas funcionais para os clientes recorrentes.
- 6. Recursos Principais:** Os ativos essenciais envolvem os **recursos físicos** (cozinha equipada e ingredientes), **humanos** (cozinheiros e equipe de atendimento) e **tecnológicos** (ferramentas de automação e IA para análise de dados de clientes).
- 7. Atividades Principais:** As ações diárias mais importantes incluem a **produção das refeições funcionais**, a **gestão de marketing e divulgação** nas redes sociais e a operação das **entregas (logística)** para que a proposta de valor chegue perfeitamente ao cliente.
- 8. Parcerias Principais:** A rede de aliados estratégicos é composta por **produtores locais e agricultores parceiros** (fornecedores de insumos frescos e sustentáveis) e **empresas de entrega/motoboys**, alianças que ajudam a otimizar as operações e reduzir os custos do negócio.
- 9. Estrutura de Custos:** Os gastos necessários para a operação refletem os **custos variáveis** com ingredientes e embalagens sustentáveis, e os **custos fixos** com aluguel da cozinha, salários da equipe, marketing e assinatura de softwares de inteligência artificial.

# Canvas de Modelo de Negócios

<b>Parcerias-chave</b>  A rede de aliados estratégicos é composta por <b>produtores locais e agricultores parceiros</b> (fornecedores de insumos frescos e sustentáveis) e <b>empresas de entrega/motoboys</b> , alianças que ajudam a otimizar as operações e reduzir os custos do negócio.	<b>Atividades-chave</b>  As ações diárias mais importantes incluem a <b>produção das refeições funcionais</b> , a <b>gestão de marketing e divulgação</b> nas redes sociais e a operação das <b>entregas (logística)</b> para que a proposta de valor chegue perfeitamente ao cliente.	<b>Oferta de valor</b>  O pacote de valor da empresa consiste em oferecer <b>alimentação funcional e saudável que economiza o tempo do cliente</b> por meio de uma jornada de compra fluida, leve e sem atritos. O diferencial é transmitir propósito e responsabilidade, utilizando ingredientes de origem local e processos transparentes.	<b>Relacionamento</b>  O negócio estabelece seu relacionamento utilizando <b>Inteligência Artificial acessível para personalizar a comunicação e otimizar processos</b> (como mensagens de atendimento e lembretes de recompra rápidos), mas sempre mantendo o toque humano para gerar credibilidade e fidelização.	<b>Segmentos de clientes</b>  O público-alvo foca em pessoas que buscam qualidade de vida, produtos ligados à saúde e bem-estar, e que precisam de soluções que simplifiquem a sua rotina diária. Também abrange <b>consumidores conscientes</b> que se importam com a origem do que compram e priorizam valores éticos e ambientais.
	<b>Recursos-chave</b>  Os ativos essenciais envolvem os <b>recursos físicos</b> (cozinha equipada e ingredientes), <b>humanos</b> (cozinheiros e equipe de atendimento) e <b>tecnológicos</b> (ferramentas de automação e IA para análise de dados de clientes).		<b>Canais</b>  Os meios para entregar essa proposta incluem <b>loja física para retirada, WhatsApp, Instagram e site</b> , garantindo uma comunicação clara e uma experiência consistente de atendimento e preço em todos esses pontos de contato.	
<b>Estrutura de custos</b>  Os gastos necessários para a operação refletem os <b>custos variáveis</b> com ingredientes e embalagens sustentáveis, e os <b>custos fixos</b> com aluguel da cozinha, salários da equipe, marketing e assinatura de softwares de inteligência artificial.		<b>Fontes de receita</b>  A geração de dinheiro da empresa ocorre por meio de <b>vendas diretas</b> no balcão/site e por modelos de <b>assinaturas semanais e mensais</b> de marmitas funcionais para os clientes recorrentes.		



PROMOVENDO A **INOVAÇÃO** NA ACADEMIA



# Dúvidas ?

flavia@inteli.edu.br



# Selo de Inovação SBC

PROMOVENDO A  
INOVAÇÃO NA ACADEMIA.



O Selo de Inovação SBC é um concurso que visa apoiar o empreendedorismo a partir da seleção de soluções inovadoras desenvolvidas por grupos de pesquisa nas instituições de ensino. A apresentação dos trabalhos finalistas e a divulgação dos ganhadores são feitas durante o CSBC.

Accesse o Selo de  
Inovação SBC

