

FERRAMENTAS DE  
INOVAÇÃO  
PARA A MATÉRIA DE  
GESTÃO DA  
BIODIVERSIDADE

LUCAS SENE OSTE

LUCAS.S.OSTE@GMAIL.COM

*"Design thinking is a human-centered approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success."*

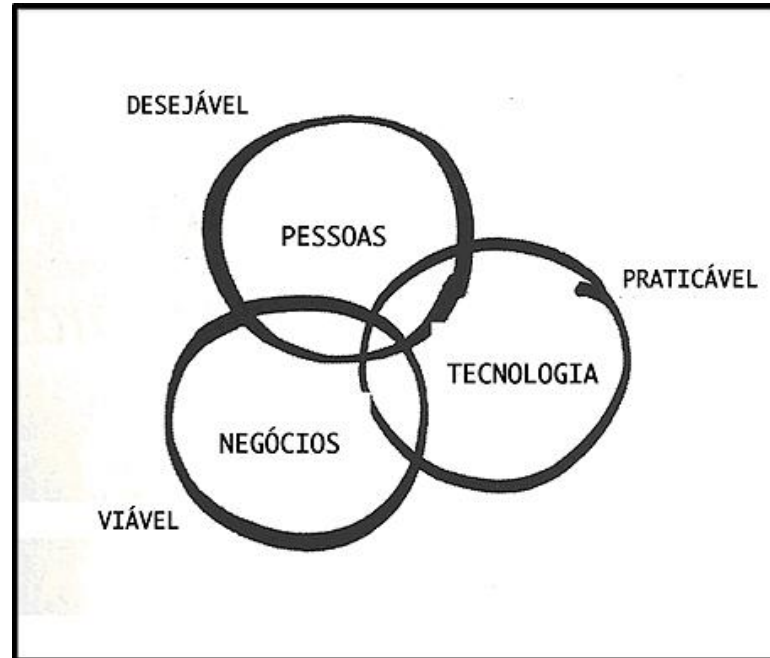
**Tim Brown, president and CEO**



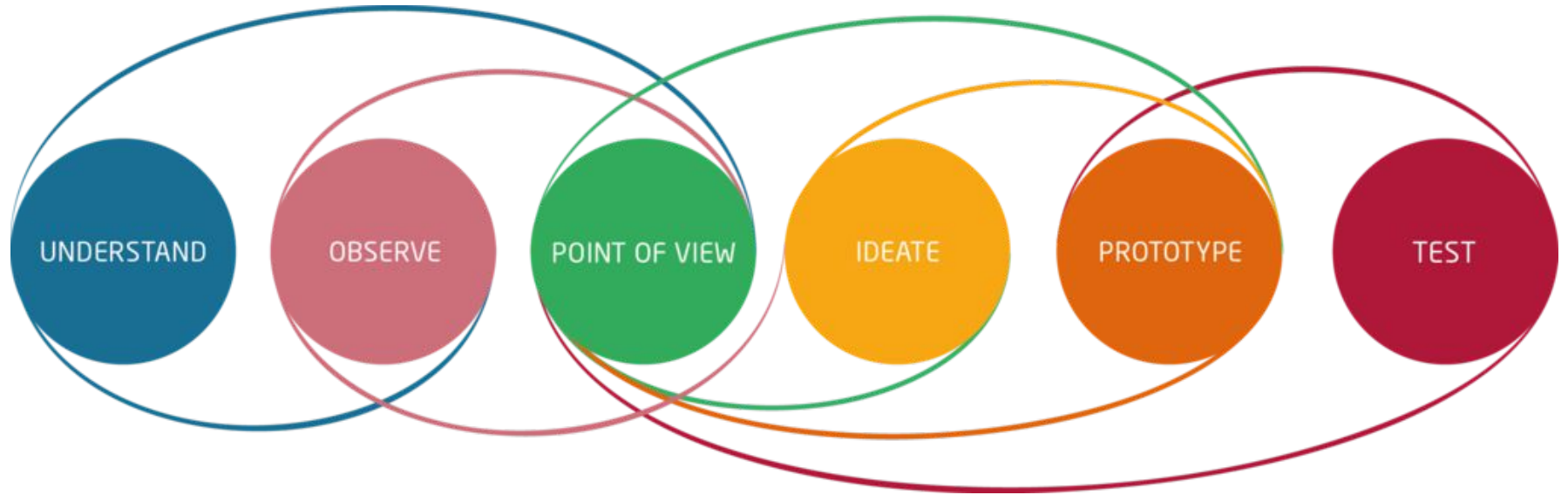
# DESIGN THINKING



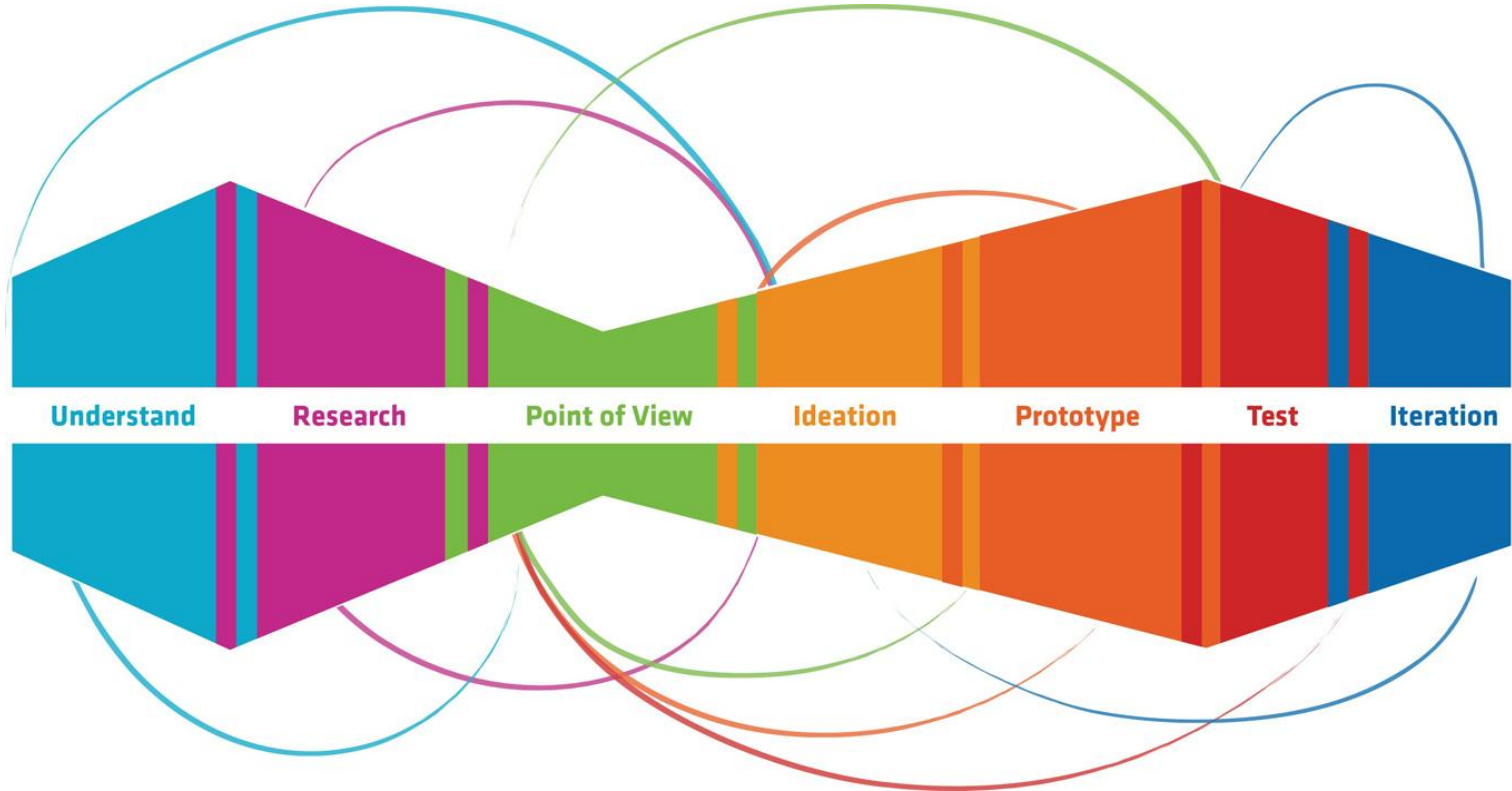
# DESIGN THINKING



# DESIGN THINKING



# DESIGN THINKING



E QUEM REALMENTE USA ISSO?





SÓ QUEM NÃO CONHECE!



MAS AFINAL, QUEM REALMENTE USA ISSO?



# SOBRE STARTUPS

**Uma startup é uma organização temporária  
desenhada para pesquisar um modelo de  
negócios repetível e escalável.**

# SOBRE STARTUPS

**Uma organização temporária  
desenhada para pesquisar  
algo repetível  
e escalável  
modelo de negócios**

# USAREMOS FERRAMENTAS

**Ferramentas são importantes para potencializar o potencial das pessoas, mas sempre vai depender de como elas usam.**

**Um martelo por exemplo pode criar ou destruir algo incrível.**





**#I CAN'T**

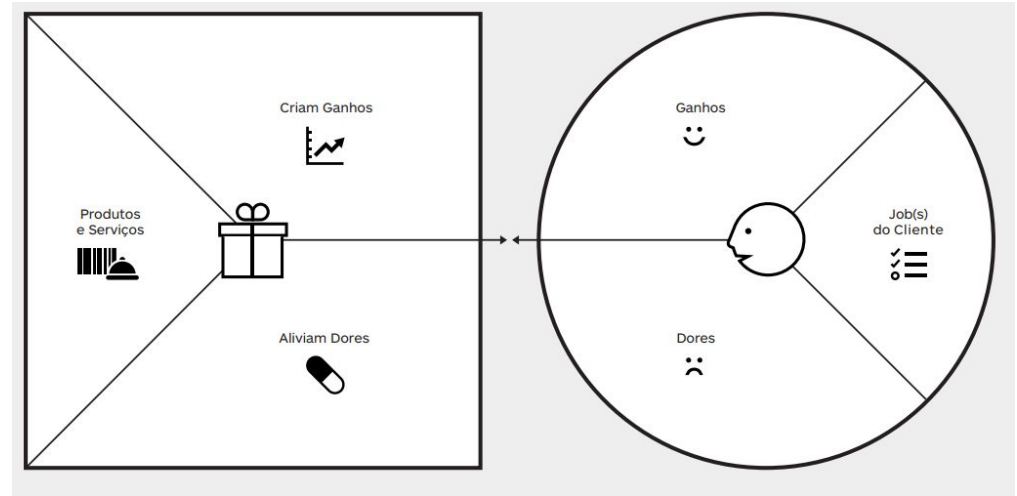
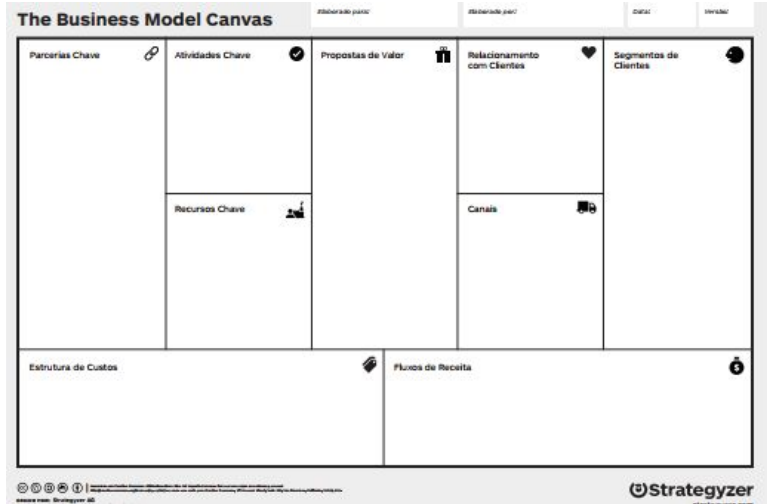


**PULP FICTION**

© 1994 Miramax Films. All Rights Reserved.



# AS FERRAMENTAS



## SOBRE O CANVAS:

**É uma ferramenta ágil de ideação.**

**Existem vários caminhos...**

**...podem existir vários Canvas.**

**É algo que deve mudar conforme o tempo através de insights colhidos do mercado.**



# The Business Model Canvas

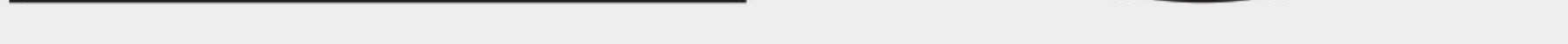
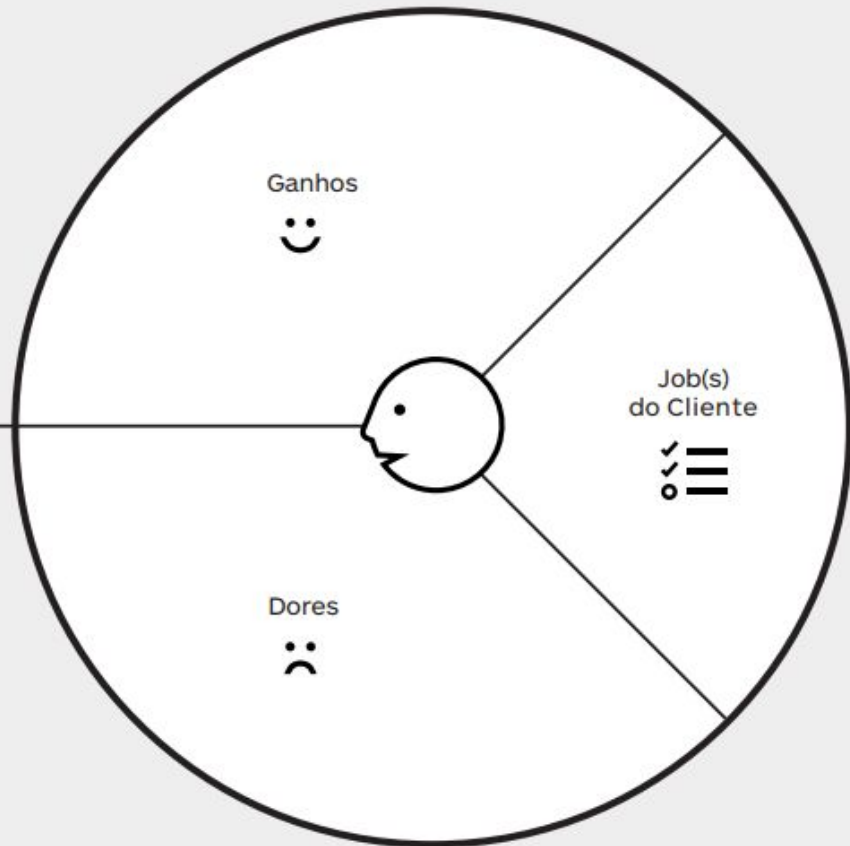
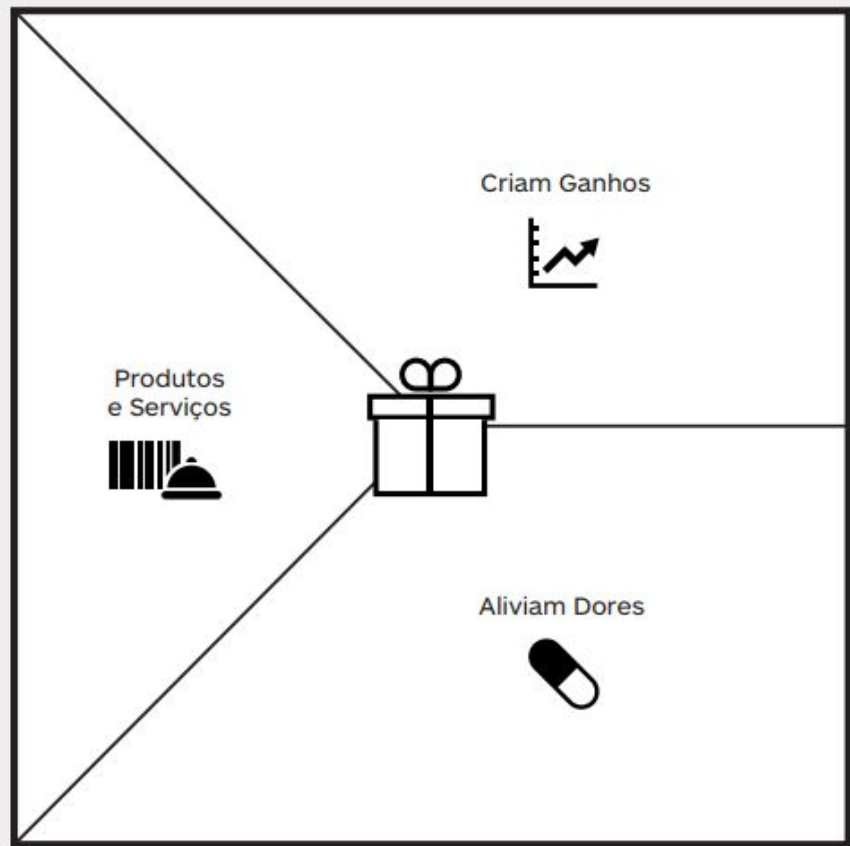
Elaborado por:

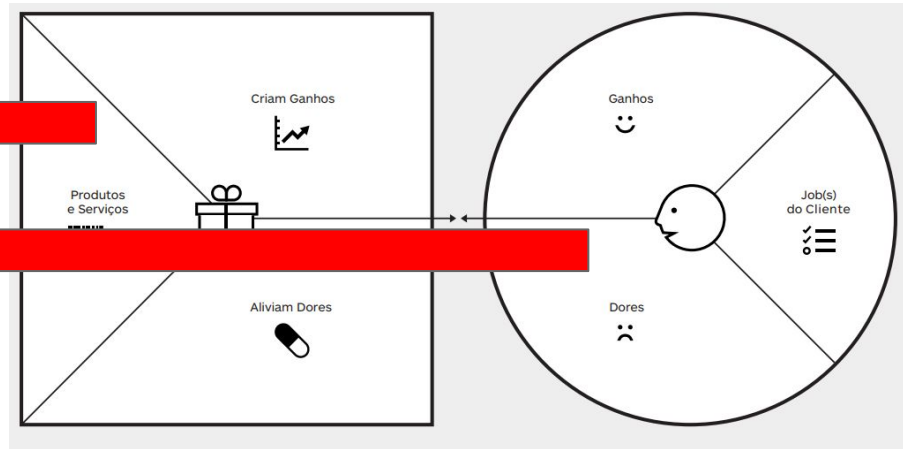
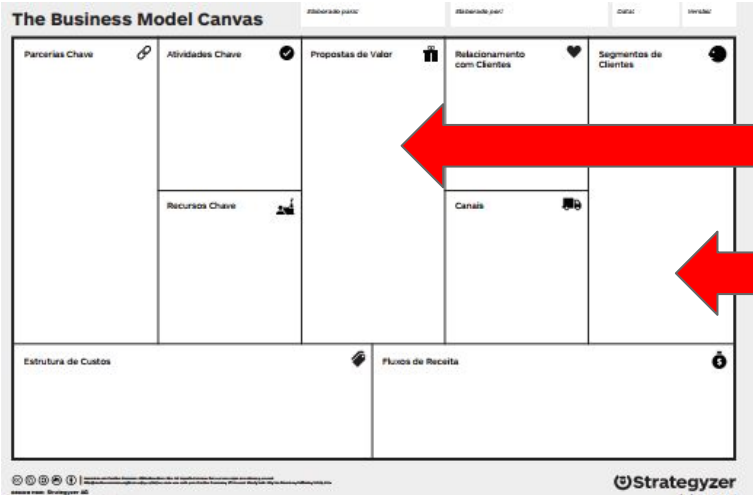
Elaborado por:

Data:

Version:

Parcerias Chave 	Atividades Chave 	Propostas de Valor 	Relacionamento com Clientes 	Segmentos de Clientes 
	Recursos Chave 		Canais 	
Estrutura de Custos 			Fluxos de Receita 	





# POR QUE É TÃO IMPORTANTE O PERFIL DO CLIENTE?

**72% dos produtos que chegam ao mercado falham em atender os clientes.**

**7 em cada 10 produtos não são validados quando chegam ao mercado.**

**fonte: Simon-Kucher & Partners, 2014**

OU SEJA:

**De nada adianta criar um modelo de negócio perfeito para sua empresa.**

**Se ele não é perfeito para o seu cliente.**



# TIPOS DE "JOBS"

Há três tipos de trabalhos a serem feitos:

- 1 **Funcional** - tarefas ou problemas que seus clientes estão focados em realizar ou resolver.
- 2 **Social** - A forma como seus clientes querem ser percebidos.
- 3 **Emocional** - A forma como seus clientes querem se sentir.

# TIPOS DE DORES

**Resultados, problemas e características  
indesejadas**

**Obstáculos**

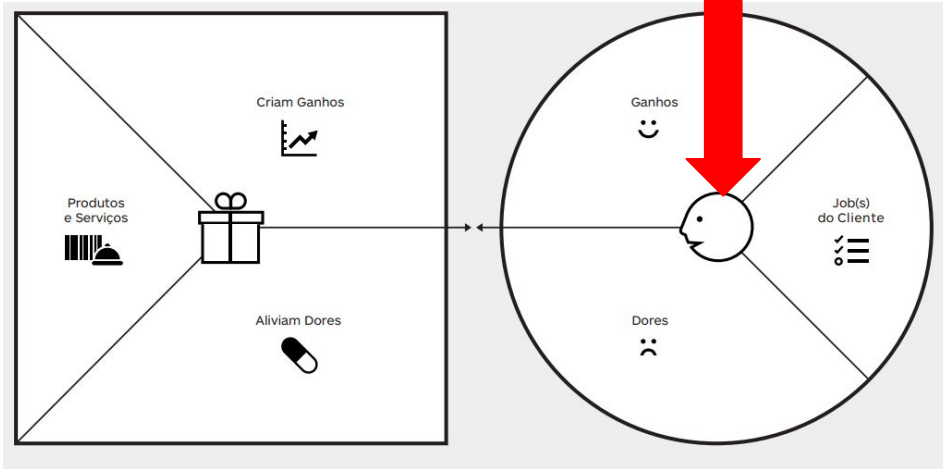
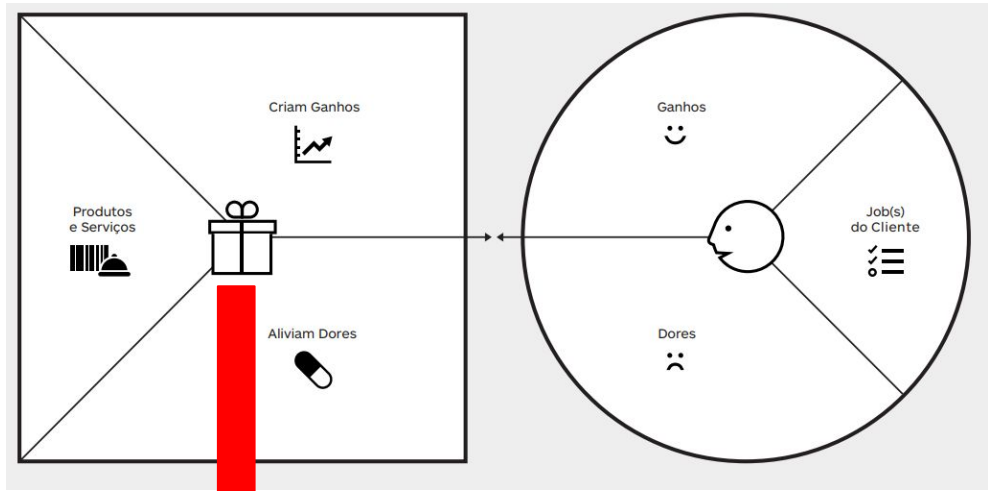
**Riscos**

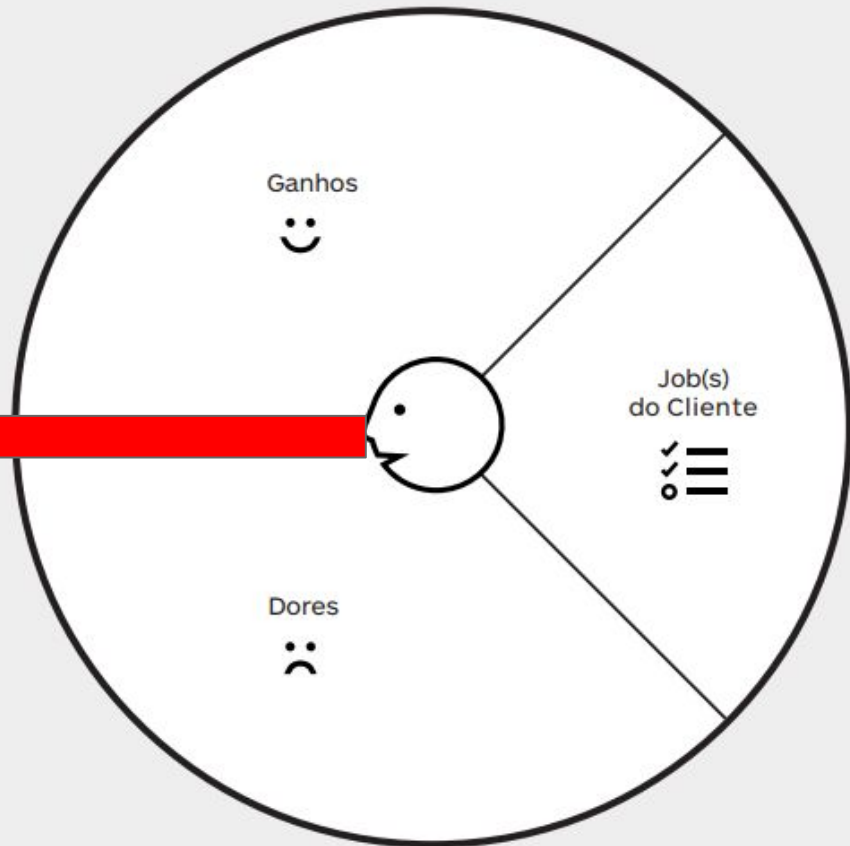
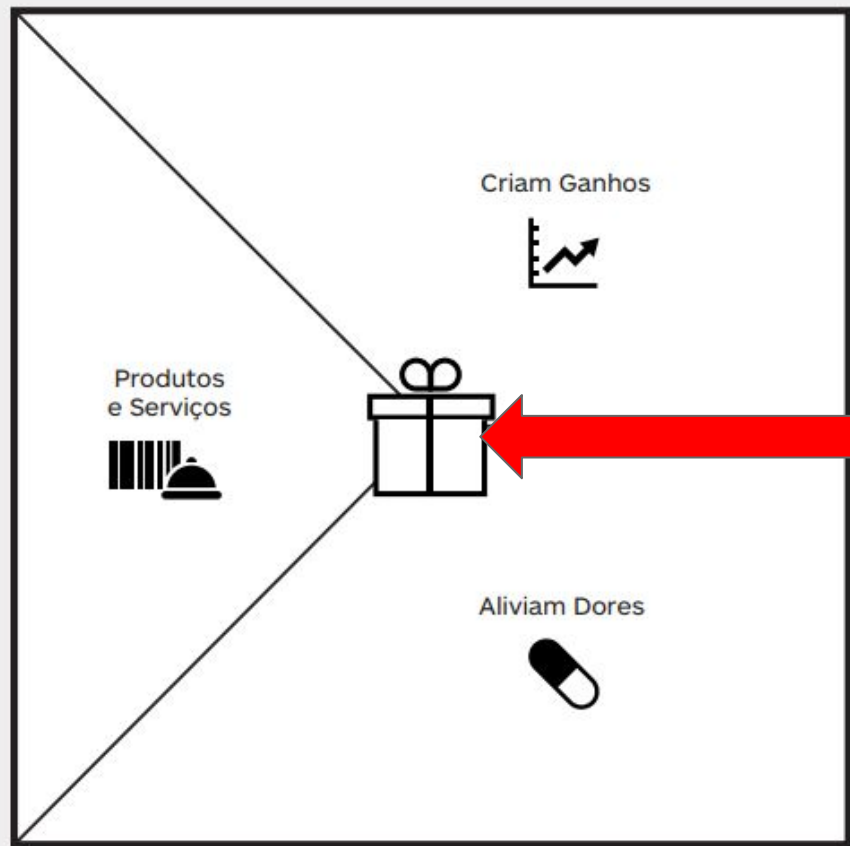
# TIPOS DE GANHOS

**Resultados, problemas e características  
desejadas**

**Benefícios**

**Facilidades**








**EXAMPLE?**



**[cheers and applause]**





A man in a white chef's uniform and hat is smiling and giving a thumbs up. He is standing next to a popcorn stand. The background shows a city street with a bus stop and buildings. The SEBRAE logo is in the top left corner. There are two teal speech bubble-like shapes overlaid on the image. The top one contains the word 'AFINIDADES' and the bottom one contains the word 'Pipocas'.

**SEBRAE**

AFINIDADES

**Pipocas**

# The Business Model Canvas

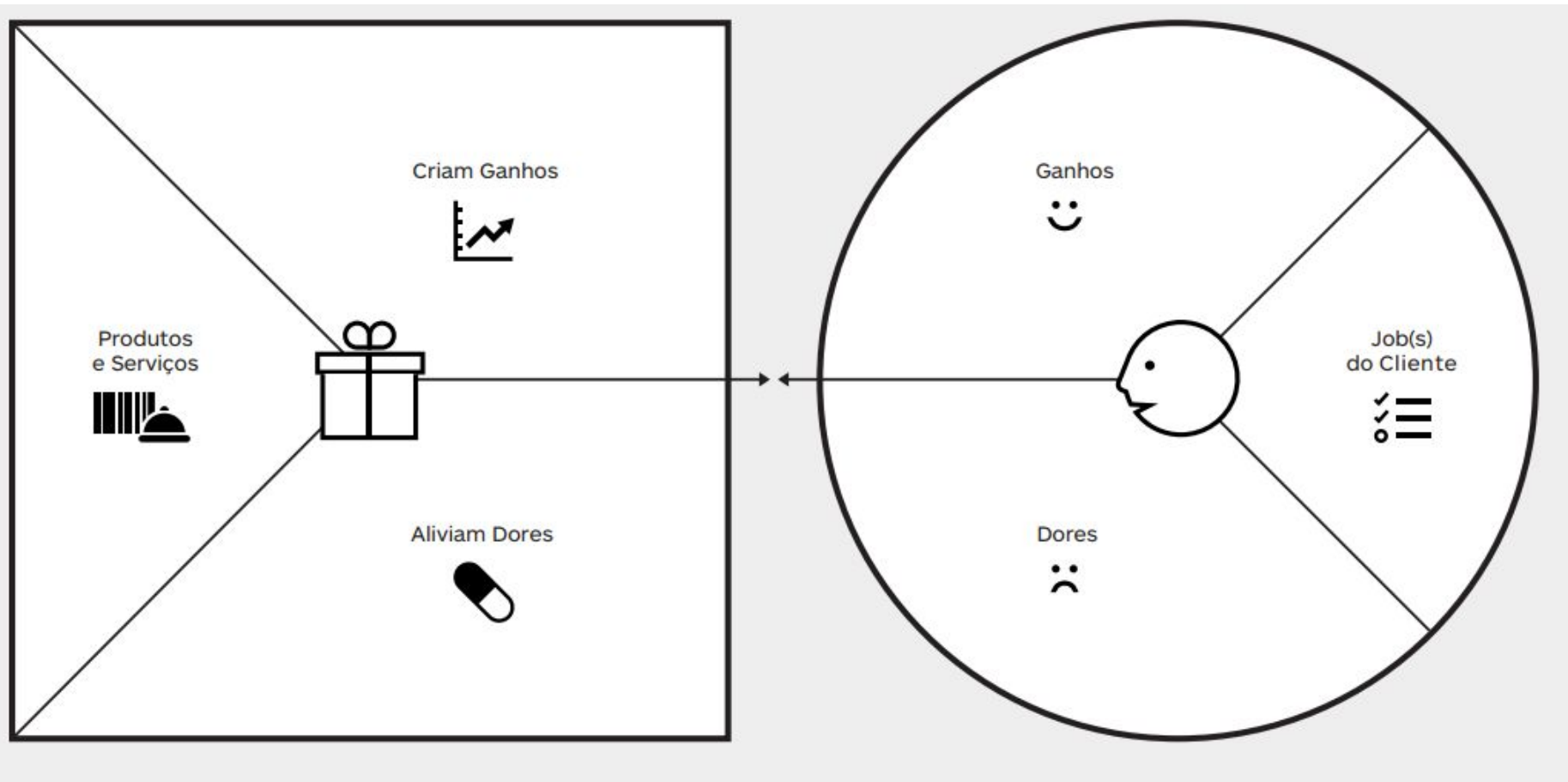
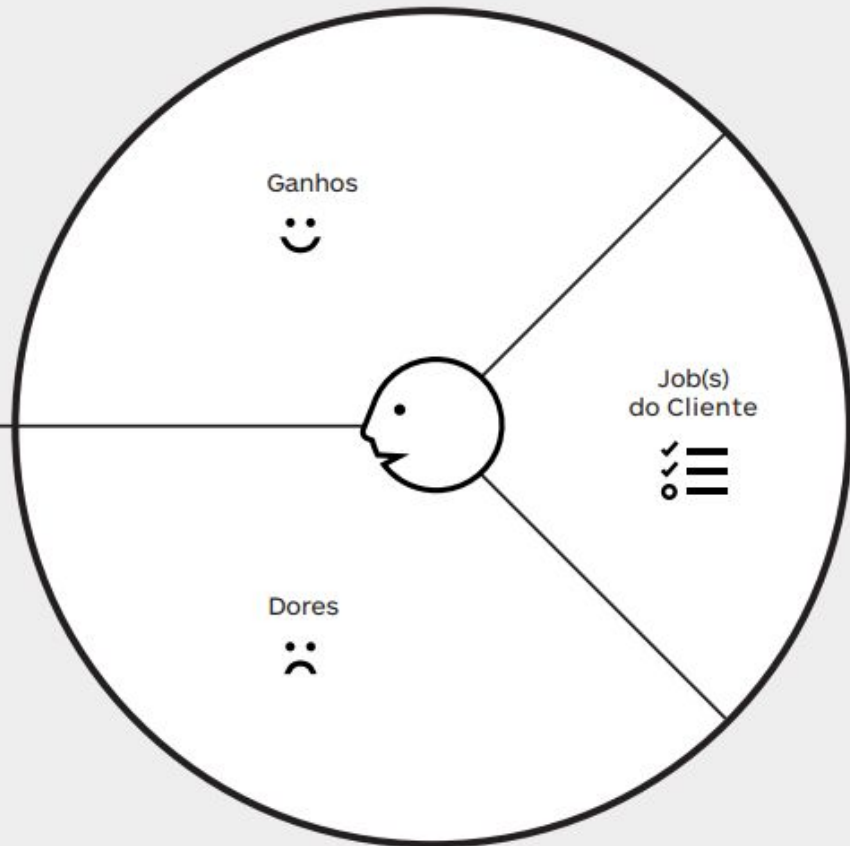
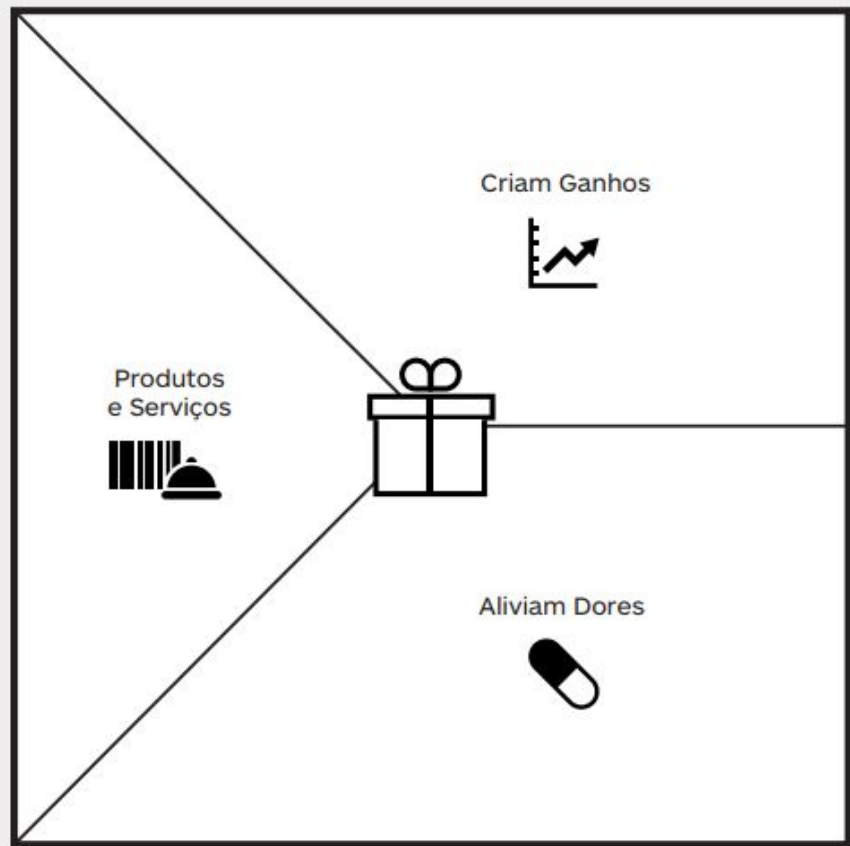
Elaborado por:

Elaborado por:

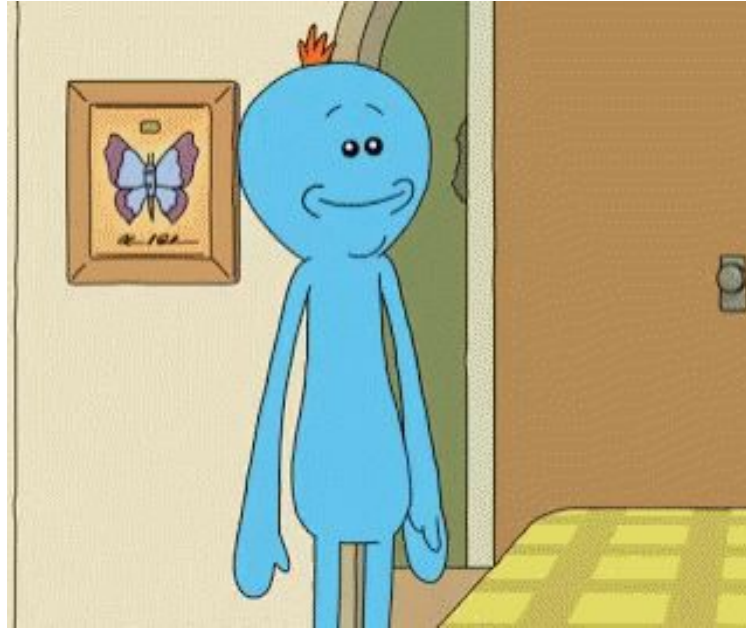
Data:

Versão:

Parcerias Chave 	Atividades Chave 	Propostas de Valor 	Relacionamento com Clientes 	Segmentos de Clientes 
	Recursos Chave 		Canais 	
Estrutura de Custos 			Fluxos de Receita 	



AGORA É A VEZ DE VOCÊS



# The Business Model Canvas

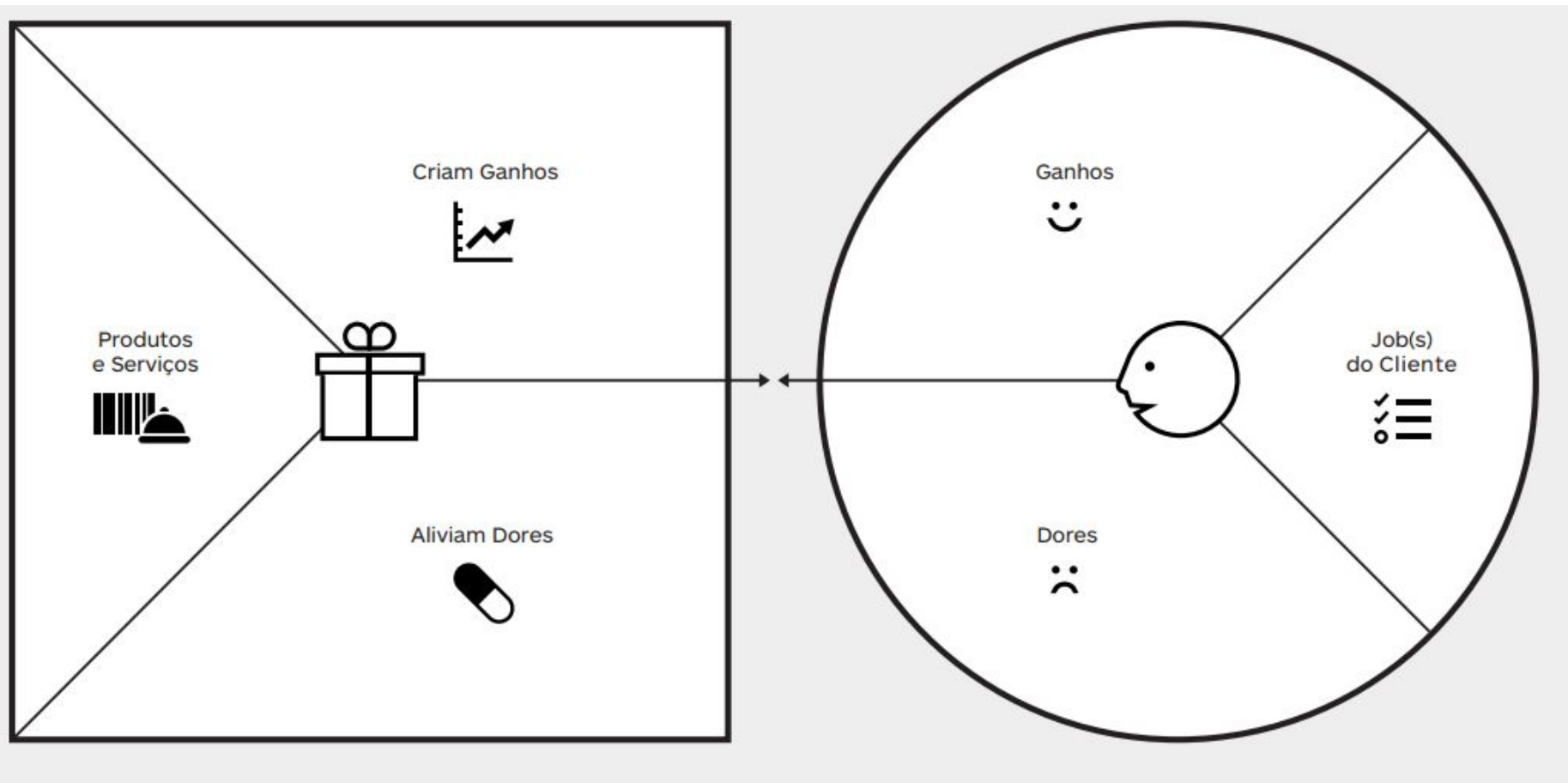
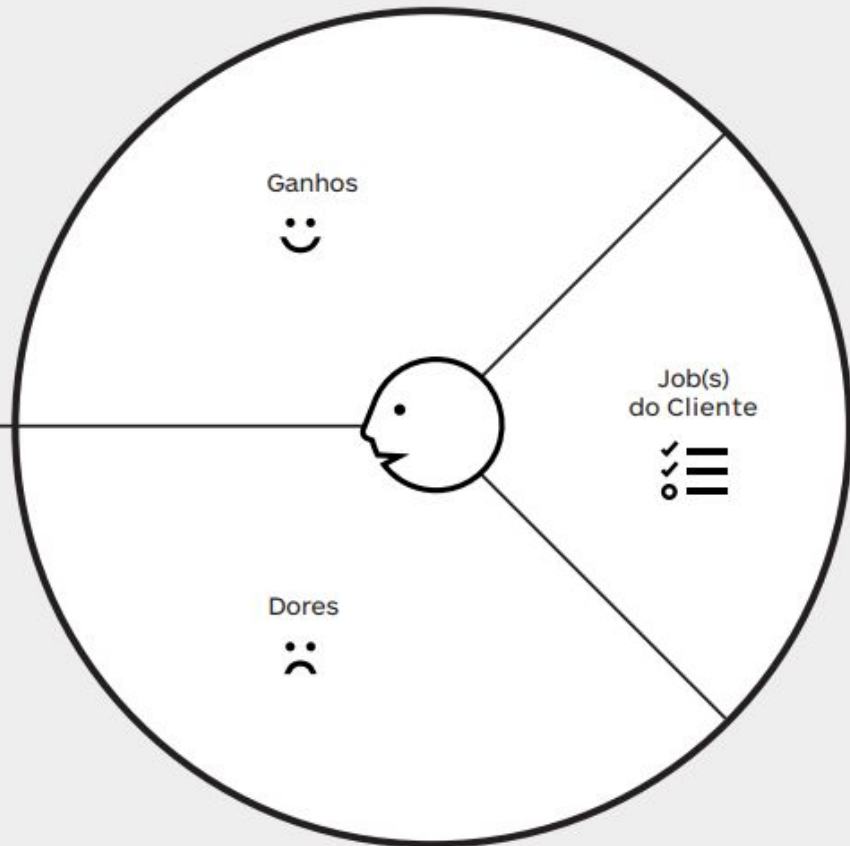
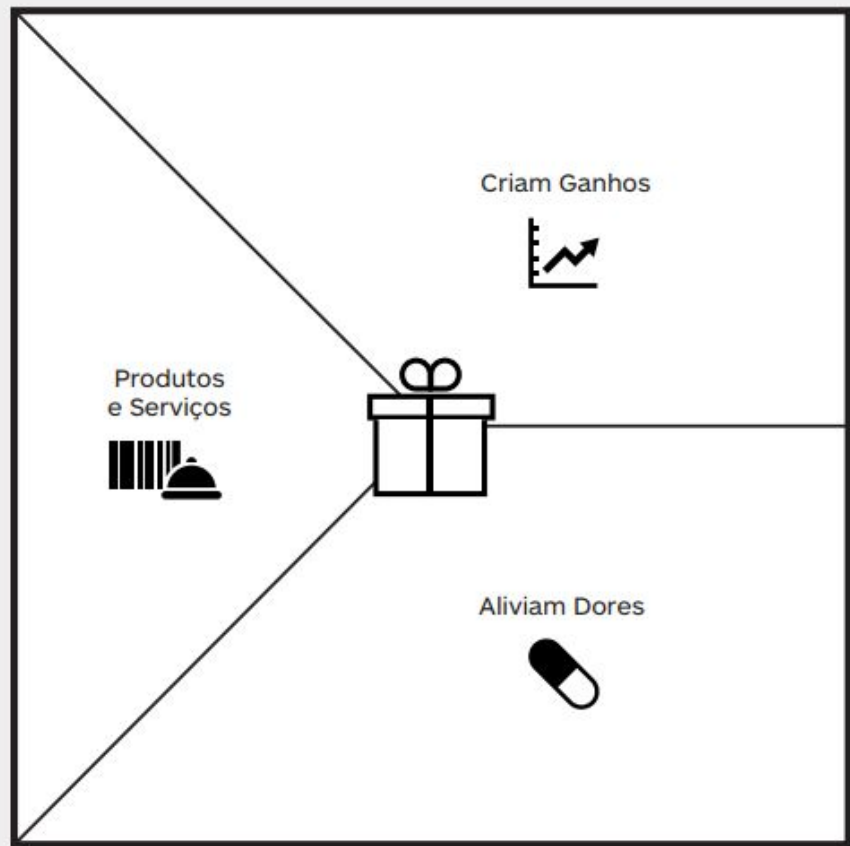
Elaborado por:

Elaborado por:

Data:

Versão:

Parcerias Chave 	Atividades Chave 	Propostas de Valor 	Relacionamento com Clientes 	Segmentos de Clientes 
	Recursos Chave 		Canais 	
Estrutura de Custos 			Fluxos de Receita 	



**Nosso(s)**

produtos e/ou serviços

Produtos e Serviços

**ajuda(m)**

segmento de cliente

Segmento do Cliente

**que deseja(m)**

realizar tarefa 1 / realizar tarefas 1, 2 3...

**ao**

resolver dor 1 e resolver dor 2

seu próprio verbo (p.ex. reduzir, evitar)

e uma dor do cliente

**and**

criar ganho 1 e criar ganho 2

seu próprio verbo (p.ex. aumentar, possibilitar)

e um ganho do cliente

**(diferentemente de**

Proposta de valor da concorrência ou de como é atualmente

Proposta de Valor dos Serviços



**Obrigado pela atenção**



FERRAMENTAS DE  
INOVAÇÃO  
PARA A MATÉRIA DE  
GESTÃO DA  
BIODIVERSIDADE

CONTATO:  
LUCAS SENE OSTE  
LUCAS.S.OSTE@GMAIL.COM

SLIDES:



<https://goo.gl/VrAhzy>



CONTATO:  
LUCAS SENE OSTE  
LUCAS.S.OSTE@GMAIL.COM

SLIDES:



<https://goo.gl/VrAhzy>