

# **PRO3810 – Introdução à administração**

## **Professores**

André Leme Fleury

Davi Noboru Nakano

# Cronograma proposto

**18.11 (01) (André - Davi)** - Canvas do Modelo de Negócios – atividade: elaboração do BMC

**22.11 (02) (Davi)** - conteúdo: juros - atividade: exercícios de capital no tempo

**25.11 (03) (André)** - conteúdo: design - atividade: elaboração da persona

**29.11 (04) (Davi)** - conteúdo: VPL & TIR - atividade: exercícios com VPL e TIR

**02.12 - (05) (André)(Assíncrona)** - conteúdo: lean startup - atividade: elaboração do canvas da proposta de valor

**06.12 (06) (Davi) (Assíncrona)** - conteúdo: cálculo do resultado e do balanço – atividade: análise de balanço

**09.12 (07) (André)** - conteúdo: serviços e processos – atividade: elaboração da jornada, do bluprint e do processo

**13.12 (08) (Davi)** - conteúdo: custos - atividade: exercício sobre custos

**16.12 (09) (André)** - conteúdo: recursos e competências – atividade: elaboração da matriz de desdobramento de competências

# Projeto proposto

## **PRO 3815 – Introdução à Administração**

2º semestre 2022

Prof. André Fleury – andre.fleury@usp.br

Prof. Davi Nakano – dnnakano@usp.br

### **PROJETO DA DISCIPLINA**

**Entrega 01: Apresentação da Equipe e do Projeto – 23 de novembro de 2022 – 23:59**

*- APRESENTAÇÃO*

Nesta etapa devem ser definidos os grupos de trabalho (3 a 5 alunos) e deve ser escolhido um líder para o grupo. O grupo de trabalho também deve definir o tipo de empreendimento que pretende desenvolver ao longo do semestre.

## Valor 1000

# Fleury é a 'Empresa de Valor' de 2022

Grupo está diversificando seu negócio para ser mais do que uma rede de medicina diagnóstica

- Itaú é o primeiro vencedor da categoria Banco do ranking Valor 1000
- Executivos premiados querem ver reformas e maior rigor fiscal



## Finanças

### Não pensamos em queda de juros no momento, diz Campos Neto

Segundo o presidente do BC, a batalha contra a inflação ainda não está ganha

- Vídeo: Veja a participação do presidente do BC



## Empresas

### Conheça a 'Empresa de Valor' e as 27 premiadas em cada setor

- Confira os destaques da premiação
- O desempenho das líderes setoriais do Valor 1000



## Finanças



# ***Business Model Canvas***

## **Contexto**

# Plano de Negócios



# ***Business Model Canvas***

## **Conceitos**

***Um modelo de negócios***

***descreve a lógica***

***sobre como uma organização***

***cria, entrega e captura valor***



# Canvas

**Parcerias  
Principais**



**Atividades  
Principais**



**Proposta  
de Valor**



**Relacionamentos  
com os Clientes**



**Segmentos  
de Clientes**



**Recursos  
Principais**



**Canais de  
Acesso**



**Estrutura  
de Custos**



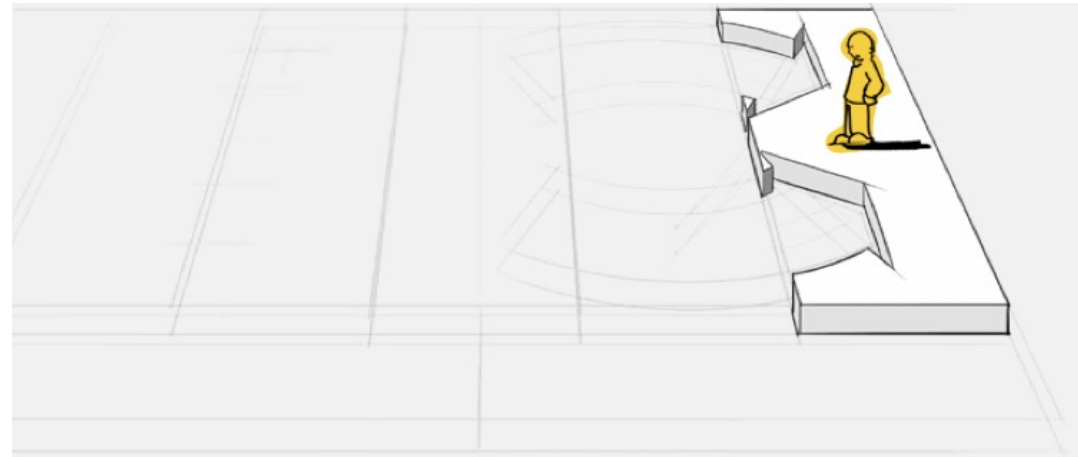
**Modelo de  
Receitas**



# Segmentos de Clientes

*Uma organização serve um ou diversos segmentos de clientes*

- Clientes são a razão da existência das corporações
- Bons clientes garantem a sobrevivência da corporação no longo prazo
- Segmentação: classificar os clientes de acordo com suas necessidades, comportamentos ou outros atributos
- A organização deve priorizar os segmentos de clientes, definindo quais atender e quais não atender



# Propostas de Valor

***Uma organização busca resolver os problemas do cliente e satisfazer as suas necessidades de acordo com as suas propostas de valor***

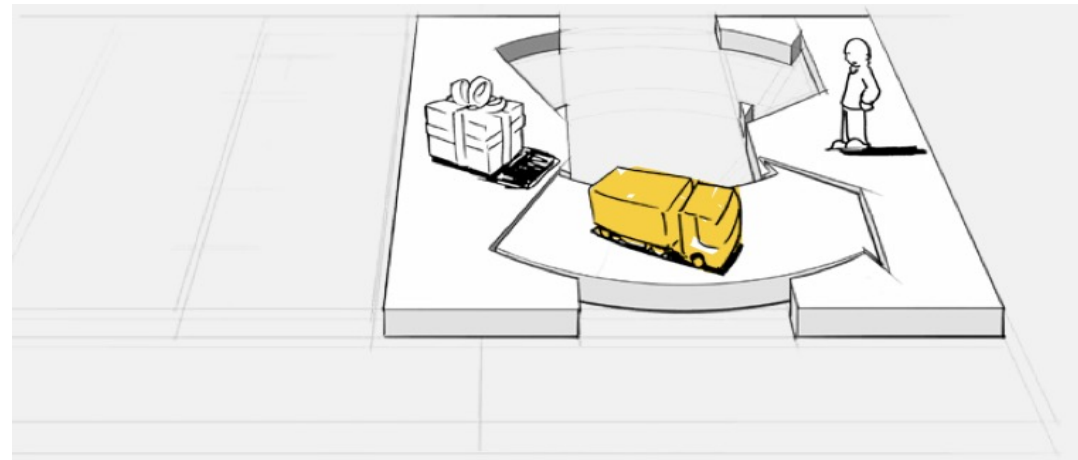
- Resolvem os problemas dos clientes
- Satisfazem suas necessidades
- Incluem um conjunto de produtos e serviços, combinados para cada segmento de clientes
- Podem ser radicais, podem ser incrementais
- Tipos: novidade, performance, customização, design, marca, preço, redução de custo ou de risco



# Canais de Acesso

*As propostas de valor são entregues aos clientes usando canais de comunicação, distribuição e vendas*

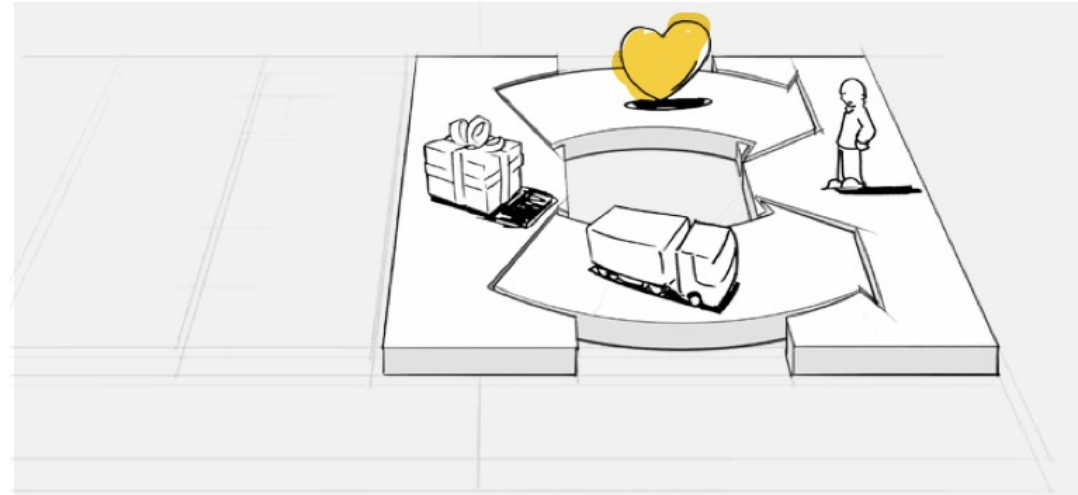
- Como a organização se comunica e atinge o segmento de cliente específico, de forma a entregar a proposta de valor acordada
- Exemplos incluem vendas diretas, pela web, lojas próprias, revendedores



# Relacionamento com os Clientes

***Relacionamentos são estabelecidos e mantidos com cada segmento de clientes***

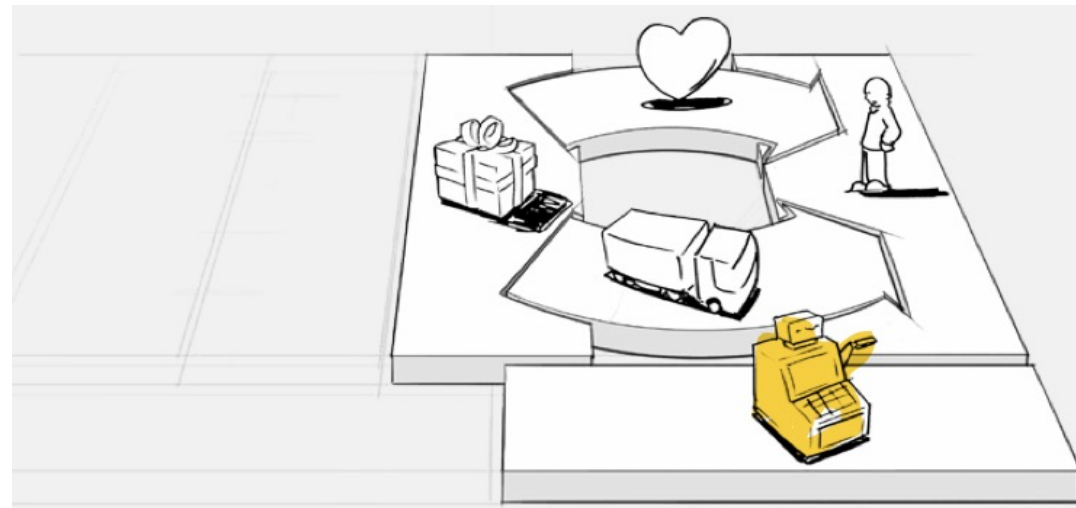
- Definir qual a estratégia mais apropriada para adquirir, reter e expandir as vendas com os clientes
- Exemplos incluem assistência pessoal, assistência pessoal dedicada, auto-atendimento, serviços automáticos, comunidades, co-criação, ...



# Modelo de Receitas

***Modelos de receitas são o resultado da entrega efetiva das propostas de valor para os clientes***

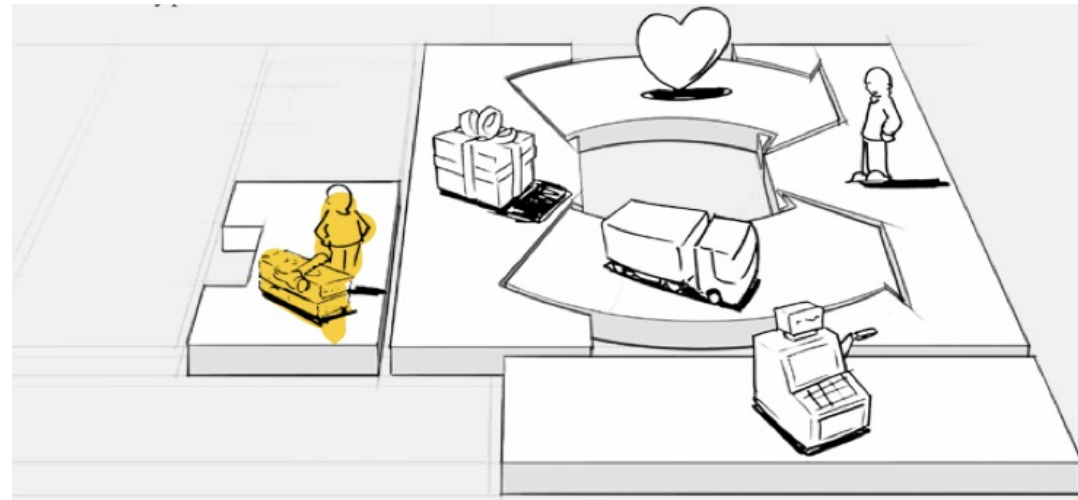
- Estabelece como serão os relacionamentos comerciais com os clientes
- Exemplos incluem venda de bem, taxa por uso, assinatura, aluguel, leasing, licenciamento, ...



# Recursos Principais

*Os recursos principais são os ativos da organização que produzem e entregam os elementos descritos anteriormente*

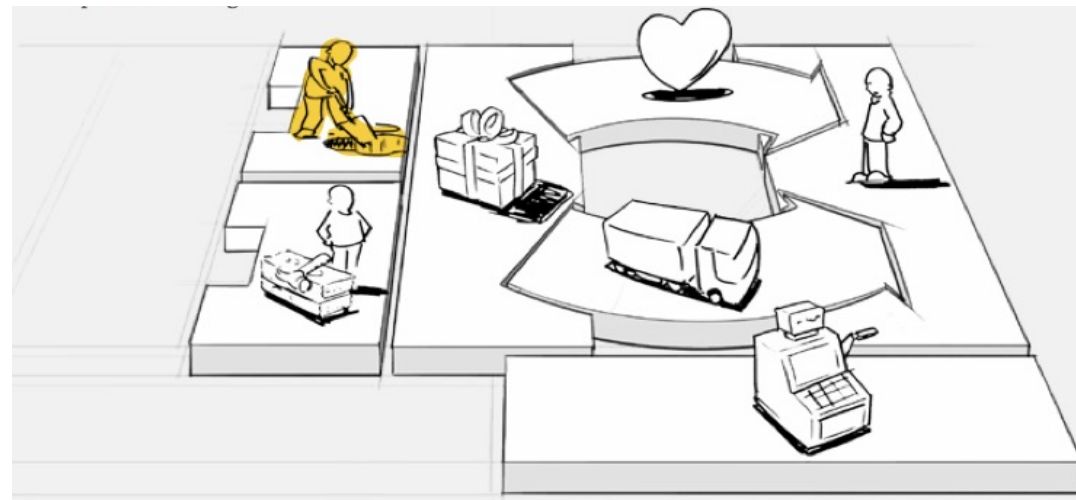
- Incluem os recursos principais para que a empresa consiga chegar aos seus objetivos
- Exemplos incluem pessoas, tecnologias, procedimentos, valores



# Atividades Principais

*Os processos da organização são executados para produzir e entregar os elementos descritos anteriormente*

- Estabelecem os fluxos de atividades que garantem a entrega do valor para o cliente
- Incluem produção, resolução de problemas, plataformas e redes

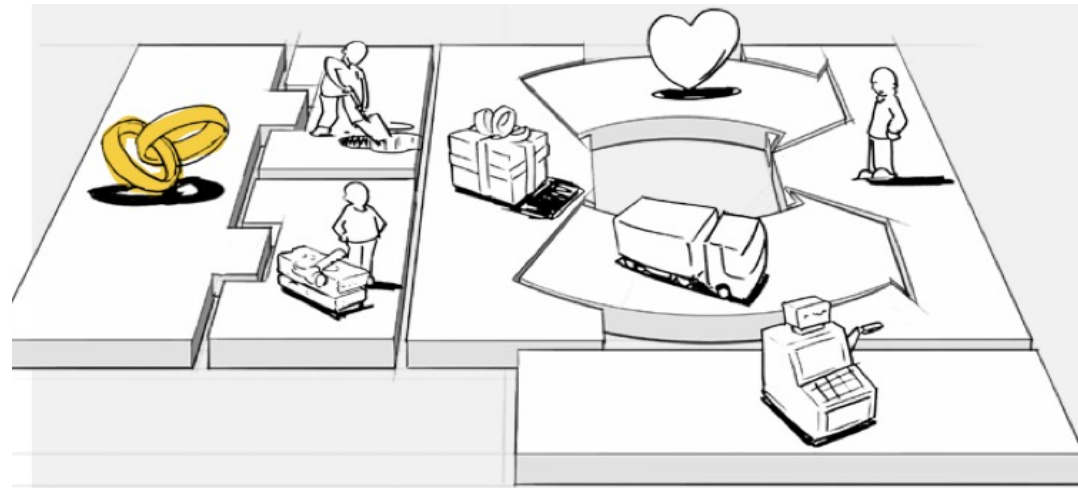




# Parcerias Principais

## *Para terceirizar as atividades e adquirir outros principais*

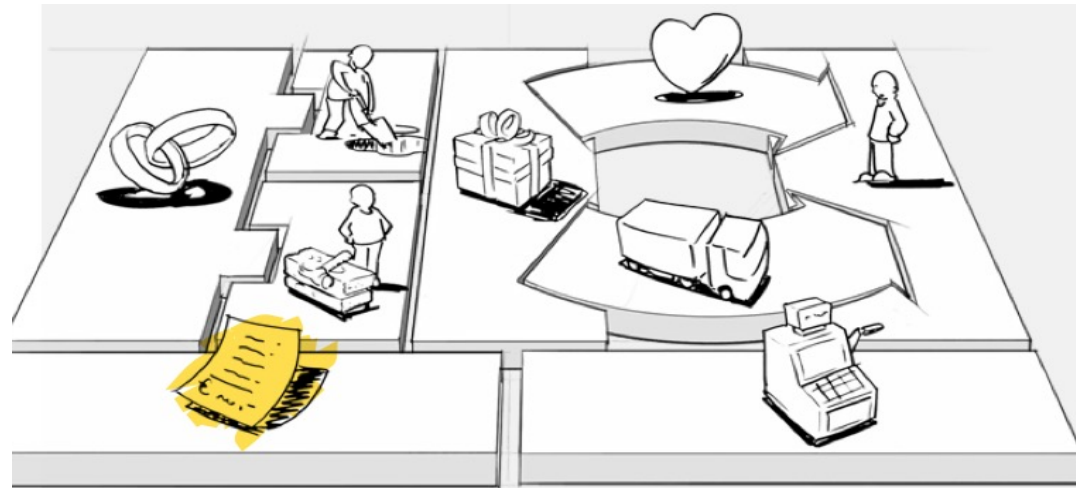
- Buscam otimizar os volumes de produção (escala), reduzir riscos e incertezas, adquirir recursos e atividades
- Formatos incluem alianças estratégicas, coopetição, joint-ventures, relacionamentos fornecedor-cliente



# Estrutura de Custos

*Os elementos do modelo de negócios resultam numa estrutura de custos*

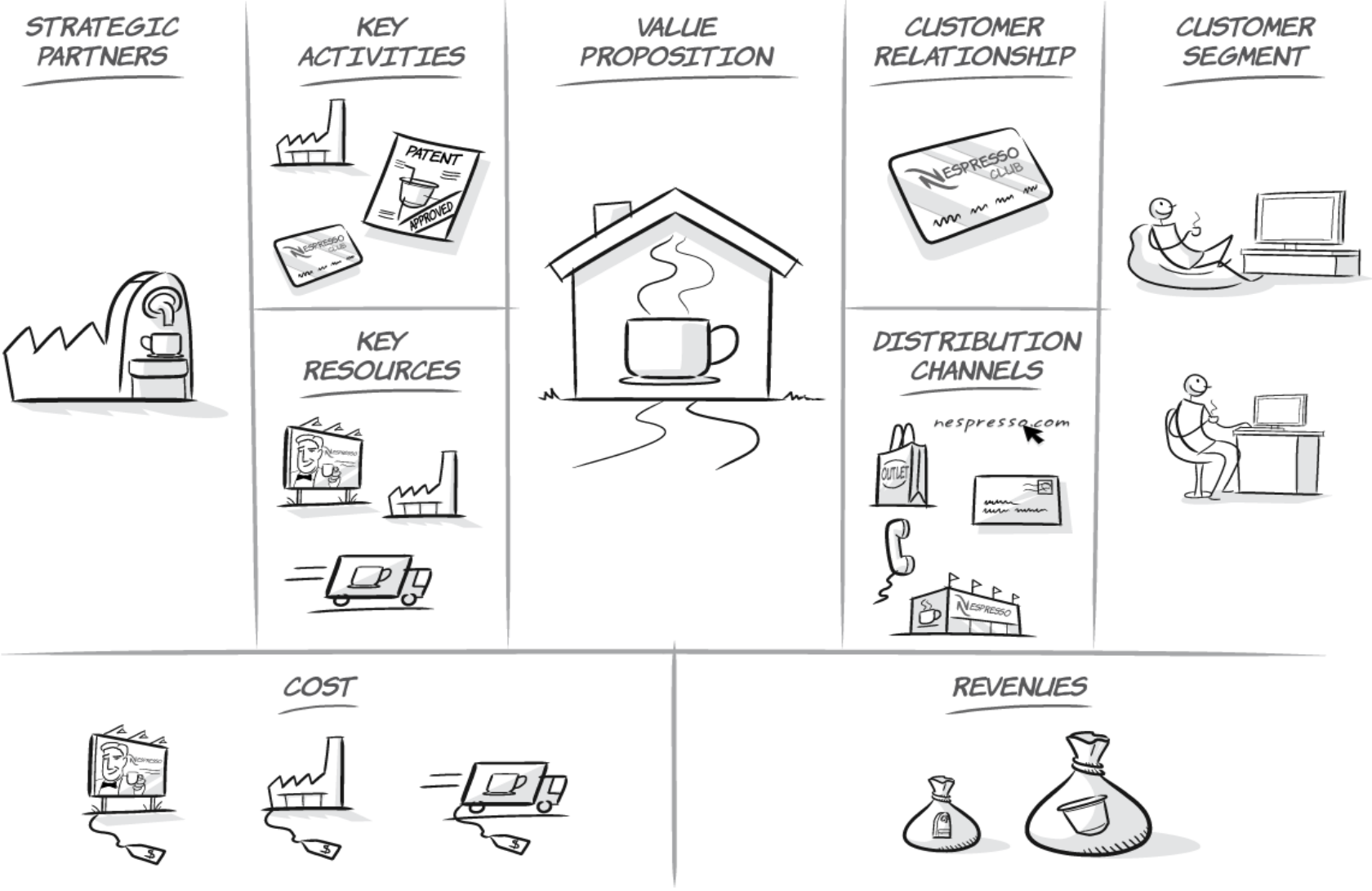
- Direcionadores de custo, direcionadores de valor, custos fixos, custos variáveis, economia de escala, economia de escopo



# ***Business Model Canvas***

## **Exemplos**

# Nespresso



# LEGO

KP



Customers who build new LEGO designs and post them online become key partners generating content and value

KA



LEGO has to provide and manage the platform and logistics that allow packaging and delivery of custom-made LEGO sets

KR



LEGO has not yet fully adapted its resources and activities, which are optimized primarily for the mass market

VP



LEGO Factory substantially expands the scope of the off-the-shelf kit offering by giving LEGO fans the tools to build, showcase, and sell their own custom-designed kits

CR



LEGO Factory builds a Long Tail community around customers who are truly interested in niche content and want to go beyond off-the-shelf retail kits

CH



LEGO Factory's existence depends heavily on the Web channel

CS



Thousands of new, customer-designed kits perfectly complement LEGO's standard sets of blocks. LEGO Factory connects customers who create customized designs with other customers, thus becoming a customer match-making platform and increasing sales

C\$



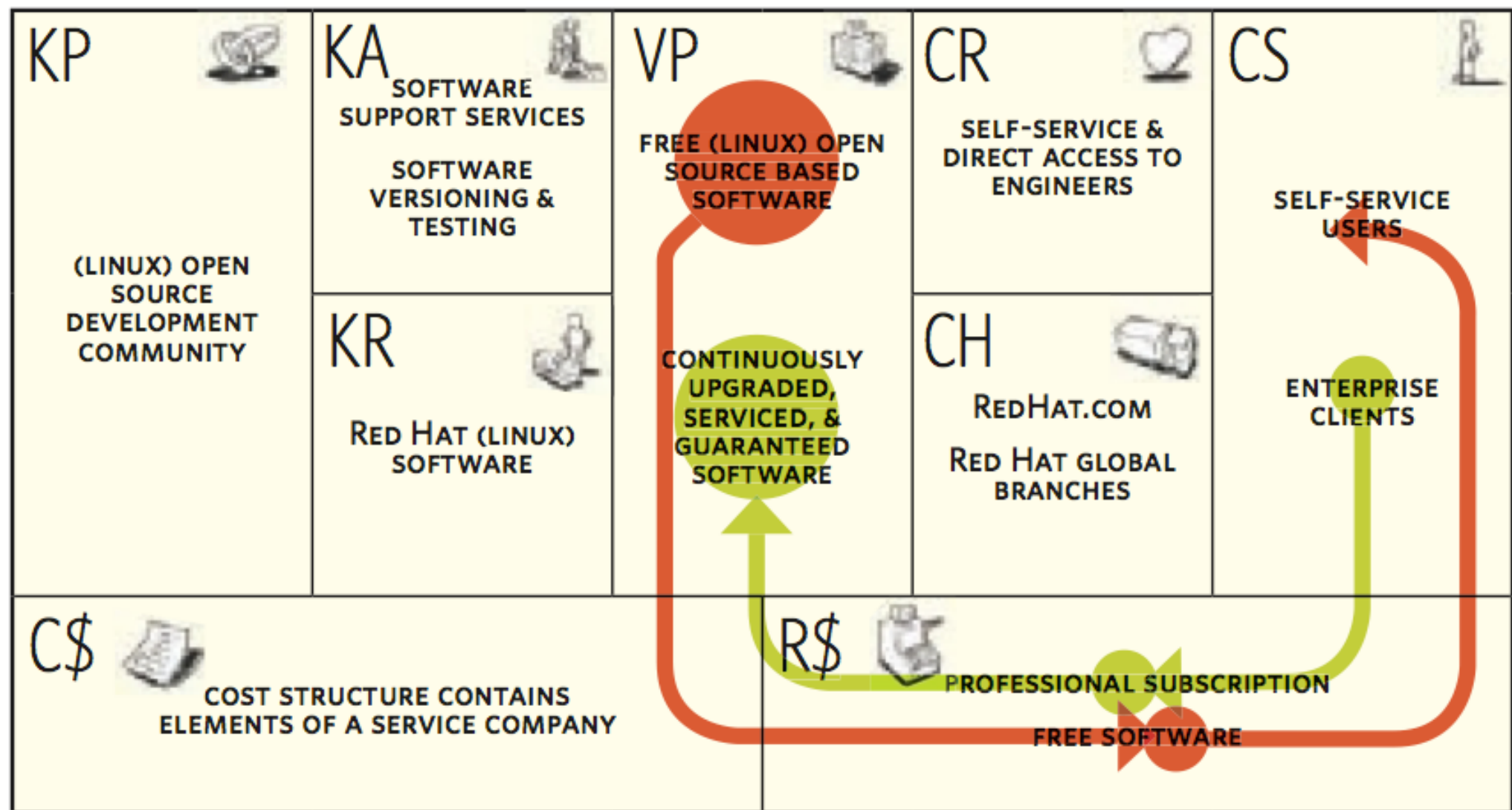
LEGO Factory leverages production and logistics costs already incurred by its traditional retail model

R\$










LEGO Factory aims to generate small revenues from a large number of customer-designed items. This represents a valuable addition to traditional high-volume retail revenues

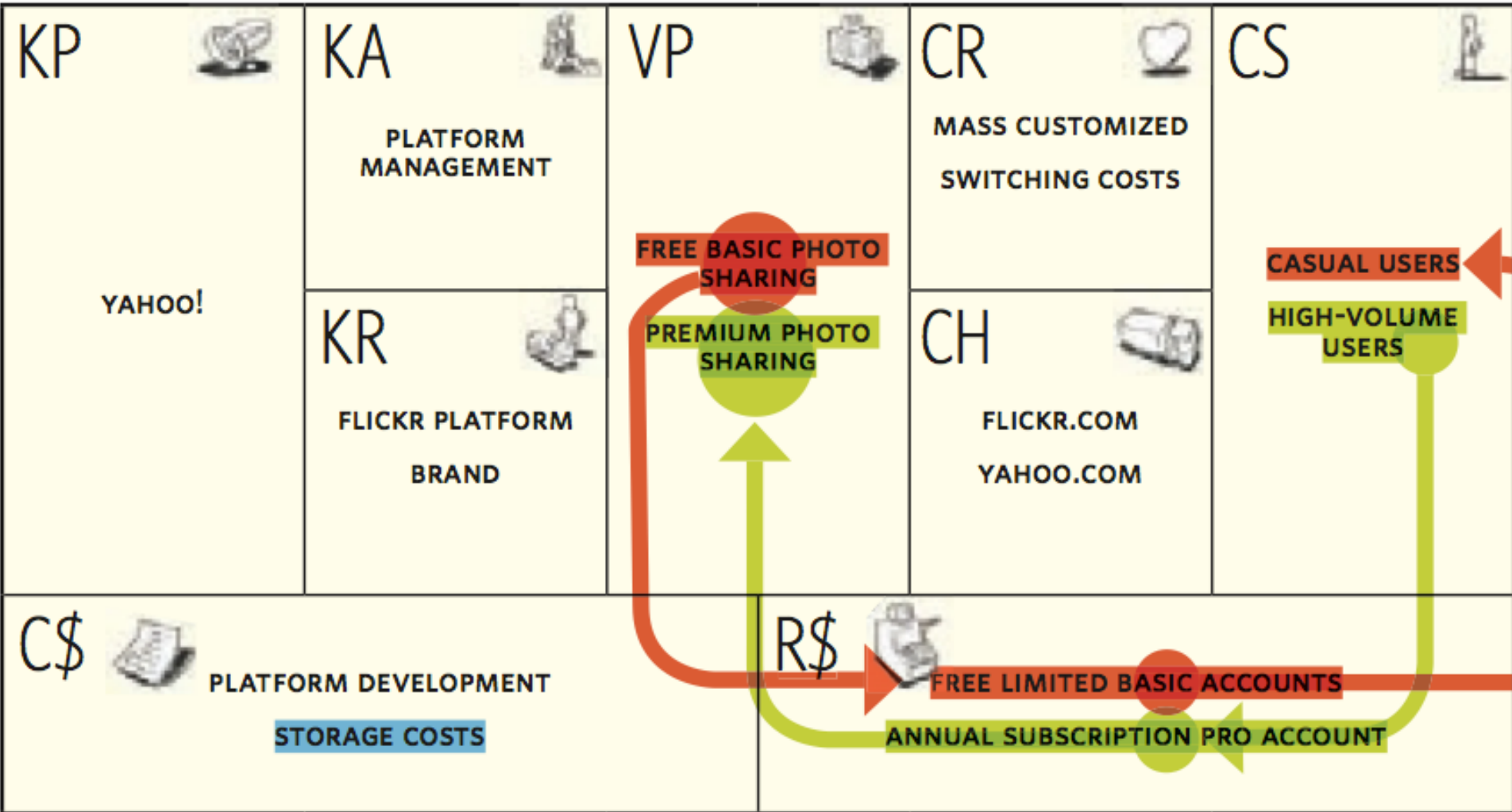
# Red Hat



# Skype

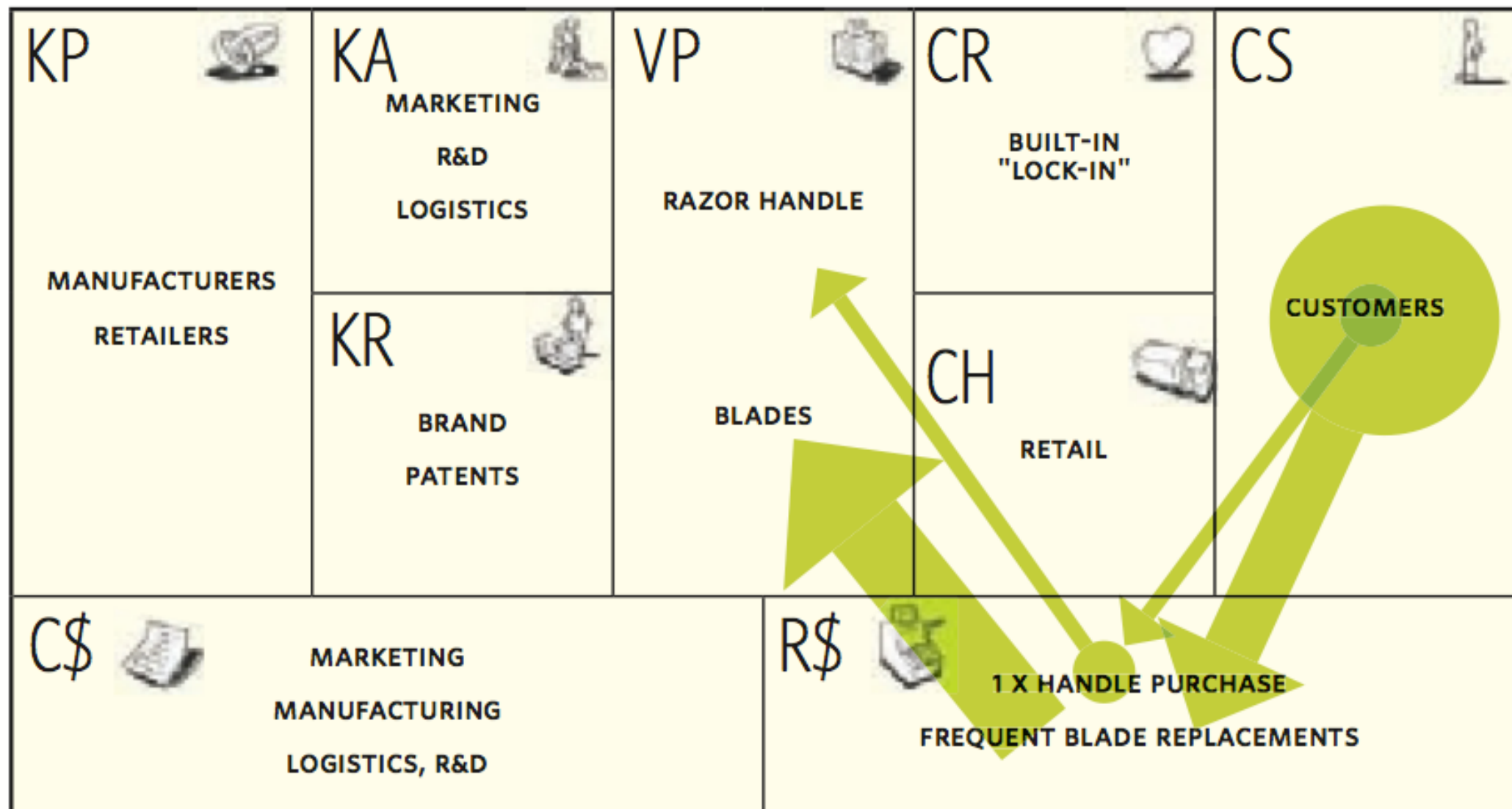
<p>KP </p> <p>PAYMENT PROVIDERS</p> <p>DISTRIBUTION PARTNERS</p> <p>TELCO PARTNERS</p>	<p>KA </p> <p>SOFTWARE DEVELOPMENT</p>	<p>VP </p> <p>FREE INTERNET &amp; VIDEO CALLING</p> <p>CHEAP CALLS TO PHONES (SKYPEOUT)</p>	<p>CR </p> <p>MASS CUSTOMIZED</p>	<p>CS </p> <p>WEB USERS GLOBALLY</p> <p>PEOPLE WHO WANT TO CALL PHONES</p>
<p>C\$ </p> <p>SOFTWARE DEVELOPMENT</p> <p>COMPLAINT MANAGEMENT</p>		<p>R\$ </p> <p>FREE</p> <p>SKYPEOUT PRE-PAID OR SUBSCRIPTION</p> <p>HARDWARE SALES</p>		

# Flickr





# Razor & Blades : Gillette



# BIBLIOGRAFIA

RIES, E. *Lean Startup*. Prime Books, 2012.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*. Alta Books, 2011.