

PRO 3565 – PRODUÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Prof. João Amato Neto

PROJETO/ PLANO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

Objetivos: Cada grupo (de até 4 participantes) deverá propor e desenvolver um projeto/plano de negócio sustentável (econômico, social e ambientalmente viável), ou seja, baseado nos princípios/critérios ESG. Prioriza-se, ainda, um produto ou serviço que seja relacionado a um ou vários dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável/ ODS da ONU.

Entrega 01: Relatório com Apresentação da Equipe e do Projeto

Data de apresentação: 31 de agosto de 2023

Nesta etapa devem ser definidos os grupos de trabalho e deve ser escolhido um líder para o grupo. O grupo de trabalho também deve definir o negócio (produto ou serviço) sustentável/inovador que será desenvolvido.

ITENS DO RELATÓRIO 1

1. Nome dos participantes do grupo e e-mail do líder.

2. Proposta do produto/serviço sustentável.

AVALIAÇÃO: O relatório 1 vale 10 % da nota final do projeto.

Entrega 02: Estruturação do Modelo de Negócio Sustentável

Data da apresentação: 19 de outubro de 2023

Nesta etapa o grupo deve elaborar a estratégia da empresa e gerar um modelo de negócio sustentável (utilizando a ferramenta *Business Model Canvas*, ou equivalente). Tal modelo será utilizado como base para o desenvolvimento das próximas etapas do trabalho.

Para o modelo escolhido, devem ser criadas hipóteses e testes para cada uma das proposições feitas no Canvas e que serão validadas ao longo do projeto.

ITENS DO RELATÓRIO 2

3. Modelo de Negócio Sustentável

- Missão, visão, valores
- Análise estratégica: sugestão de referenciais: cinco forças de Porter, análise SWOT, “oceano azul”.
- Principais competências identificadas para viabilizar o modelo de negócios proposto
- Justificativa do negócio sustentável proposto (seu impacto econômico e socioambiental)

3. Modelo de Negócio Canvas

- Apresentação do modelo de negócio sustentável - análise e justificativa

4. Hipóteses e testes

- Hipóteses e testes estabelecidos para cada um dos 9 blocos do Canvas

AValiação: O relatório 2 vale 20 % da nota final do projeto.

Entrega 03: Voz do Cliente e Protótipos de Baixa Fidelidade

Data da apresentação: 16 de novembro 2023

Nesta etapa devem ser testadas as proposições de valor para os clientes, de forma quantitativa e qualitativa.

Com relação à parte qualitativa, o grupo deve entrevistar pelo menos 5 (cinco) potenciais clientes.

O cliente deve ser questionado sobre o que pensa em relação ao negócio proposto, sobre quais são as suas proposições de valor e qual é o produto mínimo viável (MVP) para ele. A entrevista também deve verificar como o seu potencial cliente enxerga o que seus concorrentes oferecem e quais os diferenciais que ele percebe em termos dos impactos socioambientais do produto/serviço.

O grupo deve procurar identificar qual a “característica que torna o produto/serviço ofertado uma grande oportunidade” de negócio sustentável. Feito isso, a pesquisa quantitativa (com mais de 50 potenciais clientes) deve utilizar ferramentas de formulários eletrônicos como o *Google Forms* ou *Survey Monkey* para registrar o contato com os diferentes clientes e acumular estatísticas. O objetivo é obter retorno para reformular o modelo de negócio inicial.

Baseado no retorno quantitativo e qualitativo obtido com os clientes o grupo deve elaborar e apresentar uma primeira proposta para o Produto Mínimo Viável (MVP) de baixa fidelidade.

ITENS DO RELATÓRIO 3

5. Resultados das iniciativas qualitativas realizadas junto aos potenciais clientes

6. Resultados das iniciativas quantitativas realizadas junto aos potenciais clientes

7. Produto mínimo viável de baixa fidelidade (MVP 01)

AValiação: O relatório 3 vale 30% da nota final do projeto.

Entrega 04: Plano de Negócio Completo (Protótipos de Alta Fidelidade)
Datas das apresentações: 30 de novembro e 07 de dezembro de 2023

O objetivo desta etapa é a apresentação dos resultados obtidos com os testes das hipóteses do modelo e do Produto Mínimo Viável (*MVP*).

Devem ser testados os canais de criação, distribuição e comunicação de demanda criados pela proposta de valor, bem como as formas de relacionamento com os clientes. Para isto, as empresas de internet e aplicativos devem colocar um site no ar, incluindo funcionalidades mínimas; por sua vez, as empresas “não internet” devem sair do prédio e buscar comunicação com 2 potenciais canais.

O objetivo é entender o que é um canal, o que são canais diretos e indiretos, quais as diferenças entre canais B2B vs. B2C, e como criar demanda para o usuário final. Sugere-se que o grupo coloque um site no ar para funcionar, incluindo funcionalidades mínimas ou descrevendo seu produto ou serviço. Utilizando o site, o grupo deve procurar entender de onde seus visitantes vem (campanha de marketing, ferramenta de busca, etc.) e como eles se comportam; procure fazer com que seus visitantes realizem alguma ação, como por exemplo assinar um *feed* ou então uma *newsletter*.

Procure utilizar o *Google Analytics* para medir o sucesso da sua campanha de marketing. Realize experimentos para mostrar a propagação viral do seu produto. O grupo também deve testar os parceiros do negócio. Para isto deve entrevistar potenciais parceiros-chave, buscando compreender quais parceiros serão necessários para entregar as suas proposições de valor, por que o negócio precisa deles e qual o risco envolvido com esta aliança.

Procure identificar a motivação dos parceiros em relação ao estabelecimento da aliança. Qual o custo da parceria e quais seriam as vantagens no caso de uma parceria exclusiva? O projeto também deve incluir o teste dos recursos-chave, atividades-chave e estrutura de custos. Para isto, o grupo deve organizar e obter os custos e recursos que serão necessários, apresentando-os por meio de fontes factuais. O objetivo é entender quais recursos são necessários para montar o seu negócio.

O grupo deve apresentar, também, uma análise de viabilidade econômico-financeira do negócio (ROI, TIR, VPL), a partir da sua estrutura de custos em uma planilha financeira, incluindo o fluxo de caixa. Sugere-se, ainda, que se busque informações junto aos principais fornecedores e pesquise fontes seguras para levantar valores factuais, tendo em vista responder as questões:

Como o grupo precifica estas ofertas? Quais são as métricas-financeiras chave do seu fluxo de receitas? Quais os riscos envolvidos? Como seus competidores atuam?

ITENS DO RELATÓRIO 4

9. Produto mínimo viável de alta fidelidade (MVP 02)

10. Relatório completo: considerando todos os tópicos estruturados anteriormente, elaborar um documento contendo o projeto/plano de negócio sustentável completo com o objetivo de formalizar o empreendimento criado.

AVALIAÇÃO: O relatório 4 vale 40% da nota final do projeto.