

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC DE ESPORTES CURT WALTER OTTO BAUMGART
EE CONDESSA FILOMENA MATARAZZO
Curso Técnico em Administração**

**Sara Belo Garcia
Lucas Barros Oliveira
Hygor Souza Soares Martins
David Rubens Dos Passos Pereira Lima
Maisha Badu Teixeira Ribeiro De Santana**

**A IMPORTÂNCIA DO MODELO CANVA DE NEGÓCIO PARA O SUCESSO
EMPRESARIAL**

**São Paulo
2024**

**Sara Belo Garcia
Lucas Barros Oliveira
Bruna Valesca Santos Lima
David Rubens Dos Passos Pereira Lima
Maisha Badu Teixeira Ribeiro De Santana**

A IMPORTÂNCIA DO MODELO CANVA DE NEGÓCIO PARA O SUCESSO EMPRESARIAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Ensino Médio com Habilitação Profissional de Técnico em Administração, da ETEC de Esportes Curt Walter Otto Baumgart – Classe Descentralizada E.E. Condessa Filomena Matarazzo – Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, orientado pelo professor Israel Leandro Souza como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

São Paulo

2024

AGRADECIMENTO

Gostaríamos de agradecer ao professor Israel, que nos auxiliou a realizar o presente Trabalho de Conclusão de Curso e aos professores da Etec por ter transmitido todo o conhecimento técnico em administração para a gente.

RESUMO

Este presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como ênfase implementar o Modelo Canvas de Negócio na empresa Juba Trançadeiras, com objetivo de melhorar a gestão e a estratégia, onde possui deficiências operacionais. Foi-se utilizado ferramentas técnicas como Pesquisa de Mercado que auxiliou para tomadas de decisões e pesquisas qualitativas e quantitativas, além da entrevista, no qual a diretora geral da empresa para participar e ajudar, ampliando novas ideias estratégicas na instauração do Modelo Canvas de Negócio

Palavras-chave: Implementar; Estratégia; Entrevistas.

ABSTRACT

Keywords: Implement; Strategy; Interviews.

This Final Course Work (TCC) focuses on the implementation of the Business Canvas Model at the company Juba Trançadeiras, with the objective of improving management and strategy, where it presents operational deficiencies. Technical tools were used, such as Market Research, which assisted in decision-making and qualitative and quantitative research, in addition to the interview, in which the company's general director participated and assisted, expanding new strategic ideas in the establishment of the Business Canvas Model.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
DELIMITAÇÃO.....	8
PROBLEMÁTICA.....	8
JUSTIFICATIVA.....	9
OBJETIVO GERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
METODOLOGIA.....	10
 1 ° CAPÍTULO: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	 11
1.1 Conceito da Administração.....	11
1.2 História da Administração.....	11
1.3 Teorias Administrativas.....	12
1.3.1 Teoria Estruturalista.....	12
1.3.2 Teoria da Administração Científica.....	12
1.3.3 Teoria das Relações Humanas	12
1.3.4 Teoria Clássica de Fayol.....	13
1.3.5 Teoria comportamental.....	15
1.4 Áreas da Administrativa.....	15
1.4.1 Administração de Recursos Humanos.....	15
1.4.2 Administração Pública.....	16
1.4.3 Administração Financeira.....	16
1.4.4 Administração de Recursos Humanos.....	16
1.4.5 Administração Estratégica.....	16
1.4.5.1 Conceito De Modelo Canvas de Negócio.....	17
1.4.5.2 Componentes do Modelo Canvas	17
1.4.5.3 Importancia do Modelo Canvas de Negócios.....	18
1.4.5.4 História do Desenvolvimento do Modelo Canvas.....	18
1.4.5.5 Diferença entre o Modelo Canvas e outros Métodos Tradicionais de	
Planejamento Estratégico.....	19
2 ° CAPÍTULO: FERRAMENTAS E TÉCNICAS	20
2.1 Pesquisa de Mercado.....	20
2.2 Análise Swot.....	20
2.3 Análise de Concorrência.....	20
2.4 Mapa da Jornada do Cliente.....	20
2.5 Design Thinking.....	21
2.6 Análise de Stakeholders.....	21
3° CAPÍTULO: PROJETO DE CONSULTORIA NA EMPRESA J. TRANÇADEIRAS.....	22
3.1 Nome Fantasia.....	22
3.2 Razão Social.....	22
3.3 Porte.....	22

3.4 Localização.....	22
3.5 Missão.....	22
3.6 Visão.....	22
3.7 Valores.....	22
3.8 História da Empresa.....	22
3.9 Plano de Ação.....	23
3.9.1 O que será feito?.....	23
3.9.2 Porque será feito?.....	23
3.9.3 Onde será feito?.....	23
3.9.4 Quando será feito?.....	23
3.9.5 Quem fará?.....	24
3.9.6 Como será feito?.....	24
3.9.7 Custo.....	24

INTRODUÇÃO

Atualmente, é notório analisar que diversas empresas possuem dificuldade com os setores das atividades do ambiente de trabalho em decorrência de fatores internos que os gestores de instituições não conseguem lidar.

Nessa mesma perspectiva, para esse trabalho de conclusão de curso, o objetivo é implementar o Modelo Canvas de Negócio, também conhecido, como *Business Model Canvas* na empresa Juba Trançadeiras, visto que, a CEO da empresa (Regiane Alexandre), não consegue administrar todas as áreas do seu negócio.

Nesse contexto, para a realização dessa temática abordada é importante destacar como ponto crucial pesquisas quantitativas e qualitativas, para compreender as necessidades do negócio e desenvolver a principal proposta do projeto, que é preencher o quadro do Modelo Canvas de Negócio dos 9 blocos que estão requeridos na tabela, com objetivo de ajudar e melhorar a estrutura da empresa Juba Trançadeiras, já que por meio dessa ferramenta é possível explorar o negócio de maneira eficaz, destacando pontos relevantes para aperfeiçoar as operações efetuadas.

Levando-se em consideração esses aspectos, este projeto busca obstruir as principais fontes de informações de pesquisas sobre a empresa, destacar pontos importantes que foram estudados ao longo dos anos sobre a Administração e evidenciar a relevância do tema proposto para o crescimento do negócio na Juba Trançadeiras.

Delimitação

O presente Trabalho de Conclusão de Curso irá abordar sobre a Importância do Modelo Canva de Negócio para o sucesso empresarial, visto que o próprio é crucial para o sucesso no ramo profissional, além de oferecer uma estrutura visual para entender e planejar todos os aspectos de um negócio de forma integrada.

Para melhor embasamento sobre o assunto, será feito uma consultoria na empresa Juba Trançadeiras, localizada na Rua Sete de Abril, no Bairro da República em São Paulo - SP, a fim de demonstrar os benefícios de um bom Modelo de Negócio.

Problemática

Após uma análise feita na Juba Trançadeiras, um dos problemas mais sérios identificados na empresa é a falta de eficiência operacional, manifestada pela ausência de especialização funcional, resultando em uma abordagem generalista em todas as áreas. Isso se traduz em dificuldades para finalizar caixa de forma precisa, inconsistências na contabilidade devido à falta de precisão no setor correspondente e uma gestão deficiente da entrada e saída de materiais, devido à ausência de controle sobre o desperdício e a falta de notas fiscais nas transações.

Além das deficiências operacionais, a empresa enfrenta desafios significativos na gestão e desenvolvimento estratégico. A falta de um salário fixo para o CEO pode impactar negativamente a estabilidade financeira e a motivação da liderança, enquanto a dificuldade em desenvolver estratégias eficazes de marketing representa uma ameaça à expansão e posicionamento da empresa no mercado.

Justificativa

É notório, que estabelecer meios que favorecem a gestão e o ambiente de trabalho, é essencial para que as tarefas sejam efetuadas de maneira eficaz e precisa, nesse sentido, podemos envolver propostas amplificadas que melhorem os processos e as operações efetuadas.

De acordo com Alexander, em seu livro *Business Model Generation*, “Um modelo de negócio descreve o raciocínio de como uma empresa cria, entrega e captura valor” (Osterwalder, 2010, pg 21)

Nessas percepções, é possível considerar que o Modelo Canvas, é uma estratégia de aperfeiçoamento das empresas, estabelecidas como forma de esboçar suas principais ideias, relatar e encontrar problemas que não estão agregando o crescimento do negócio, para assim, elaborar parâmetros eficientes.

Objetivo Geral

Demonstrar como o Modelo Canva de Negócio é importante para o sucesso empresarial.

Objetivos Específicos

- Apresentar às empresas a importância do Modelo Canva de Negócio;
- Mostrar os seus benefícios;
- Identificar as deficiências operacionais da empresa Juba Trançadeiras;
- Avaliar o impacto dessas deficiências na eficiência operacional e na estabilidade financeira da empresa;
- Analisar os desafios enfrentados pela empresa na gestão estratégica;
- Investigar como a adoção do Modelo Canva de Negócio pode ajudar a Juba Trançadeiras a superar esses desafios;
- Demonstrar como aplicar o Modelo Canva nas empresas.

Metodologia

A execução deste trabalho será realizada a partir de pesquisas baseadas em bibliografias atualizadas voltadas para o Modelo Canva de Negócio, utilizando como base sites confiáveis e relevantes para o respectivo tema e pesquisas qualitativas por meio de visitas técnicas a empresa.

Pesquisa de campo e quantitativa descritiva com CEOs ou funcionários de microempresas que atuam no mesmo ramo, e quantitativa descritiva em relação ao público-alvo.

1º CAPÍTULO - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1. CONCEITO DE ADMINISTRAÇÃO

O conceito da administração é fundamental para o funcionamento eficaz e eficiente de organizações em diversos setores da sociedade. Ele abrange a coordenação de recursos humanos, financeiros e materiais para atingir objetivos específicos. Segundo Peter Drucker (1950), renomado autor e consultor de administração, "a administração é a capacidade de organizar recursos humanos e materiais para alcançar objetivos estabelecidos". Essa definição destaca a importância da organização e direção para o sucesso organizacional.

Em uma era cada vez mais globalizada e competitiva, a administração desempenha um papel crucial na tomada de decisões estratégicas, no gerenciamento de equipes diversificadas e na adaptação às mudanças do ambiente externo. Autores contemporâneos como Henry Mintzberg enfatizam a necessidade de uma abordagem holística na administração, considerando não apenas as tarefas formais, mas também as interações informais e as complexidades das organizações modernas

1.2. HISTÓRIA DA ADMINISTRAÇÃO:

Exemplificar o conceito do surgimento da administração, confere um estudo amplo dos povos antigos que viviam precisamente no ano de 5.000 a.c (Antes de Cristo). Desde do início das civilizações, buscou-se colocar em suas tarefas diárias a arte de administrar, como forma de tornar as suas tarefas trabalhadas de maneira eficaz. Os povos tinham regras para melhorar os seus problemas, tanto no coletivo, assim como, na vida pessoal dos indivíduos.

Essa conceituação ganhou forma nas empresas a partir do XVII, na época da Revolução Industrial, com o surgimento de propostas dos projetos feitos pelo homem. Ao final desse período e ao início do século XX, Frederick Taylor, trouxe um panorama na forma que os negócios deveriam ser estabelecidos para obter as teorias que estavam sendo defendidas, em relação à administração científica, mas um pouco depois da divulgação das teoria de Fayol, publicada nos Estados Unidos, a população empregou novas regras no ambiente de trabalho, na época da Teoria Clássica.

Nesse percurso, as contribuições do Elton George Mayo contribuíram para o processo do surgimento da Escola de Relações Humanas, que relacionou com as teorias desde então defendidas, em referência às relações humanas, que organizava princípios adequados para

uma adequada administração. Logo após, no ano de 1950, Max Weber elaborou os princípios de eficiência e eficácia nas teorias das organizações.

Nos dias atuais, a atuação desse processo, continua sendo necessária e investida nas empresas para contextualizar o seu aproveitamento nas operações efetuadas no negócio.

1.3 TEORIAS ADMINISTRATIVAS

1.3.1 TEORIA ESTRUTURALISTA

O conceito da Teoria Estruturalista, foi abordado pelo Claude Lévi - Strauss, que revolucionou a área das ciências humanas com as suas ideias, acreditando que a cultura da empresa é um sistema que possui valores que podem ser interpretados. Essa temática, busca compreender como a cultura da organização influencia no desempenho que os funcionários realizam no ambiente de trabalho. Ela foca nas relações sociais que os indivíduos têm com as pessoas, não defendendo uma abordagem individualista.

1.3.2. TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO CIENTÍFICA

A Administração Científica, também conhecida como Taylorismo, é uma teoria de gestão criada por Frederick Winslow Taylor no final do século XIX e início do século XX. Seu objetivo é aumentar a eficiência e produtividade nas organizações usando métodos científicos. Os principais princípios do Taylorismo incluem a análise detalhada das tarefas para encontrar a melhor maneira de realizá-las, a seleção e treinamento adequado dos trabalhadores, a divisão clara entre o planejamento feito pela administração e a execução pelas equipes, e o uso de incentivos para motivar os trabalhadores. Essa abordagem teve um grande impacto na industrialização, destacando a importância da eficiência, padronização e controle sistemático nas atividades empresariais.

1.3.3. TEORIA DAS RELAÇÕES HUMANAS

A Teoria das Relações Humanas, criada por Elton Mayo, em 1920, tinha como ênfase em melhorar as relações interpessoais dos colaboradores dentro de uma instituição. Um ponto que vale ressaltar é que esse estudo foi uma visão contrária das teorias da Administração Científica, criada por Frederick Winslow Taylor, e a Teoria Clássica, criada por Henry Fayol, já que ambas estão relacionadas à sistematização de trabalho, sem contar com questões individuais.

1.3.4. TEORIA CLÁSSICA DE FAYOL

A teoria da Administração Clássica, foi um estudo que tinha como objetivo sistematizar a organização de tarefas, foi inventada por Henry Fayol, em 1916. Uma característica de suma importância é que a Administração Científica tinha uma relação com a Administração Clássica, pois ambas tinham o mesmo objetivo: reduzir tempo de produção em meios de sistematização, porém a Científica dava ênfase na racionalização humana, já a Clássica criou níveis de organização estratégica.

Em sua obra, o teórico criou 14 princípios básicos para o bom funcionamento de uma empresa que são:

1. Divisão de tarefas: ajuda a aumentar a produtividade, além de ampliar o conhecimento sobre o que realizar dentro de uma empresa.
2. Hierarquia: segundo Fayol, a autoridade é um princípio fundamental em uma empresa, porém também deve haver a responsabilidade de cada cargo.
3. Disciplina: a disciplina é necessária para manter a organização e a hierarquia, sendo um reflexo da autoridade, alcançada através de regras e condutas.
4. Unidade de Comando: na visão de Fayol, a empresa tem que ter um único direcionamento, o líder deve ser o superior imediato, direcionando seus funcionários.
5. Unidade de direção: Os colaboradores devem receber um direcionamento, para que todos estejam alinhados para alcançar o mesmo objetivo.
6. Prevalência dos interesses gerais: onde cada colaborador deve entender a importância dos interesses da organização, para que o objetivo seja maior.
7. Remuneração: os funcionários devem ser remunerados, ela deve estar alinhada de acordo ao nível de comprometimento.

8. Centralização: ajuda o líder a carregar a responsabilidade, para que todos possam realizar adequadamente seus papéis, essa ideia tem como objetivo manter a organização e qualidade de trabalho.
9. Autoridade e Responsabilidade: tem como foco procurar o equilíbrio entre autoridade e responsabilidade.
10. Ordem: tem o objetivo de manter tudo em ordem, assim tendo um gerenciamento de pessoas eficientes, reduzindo perdas, otimizando o tempo.
11. Equidade: segundo fayol ele considerava que a combinação benevolência e justiça, ajudava para um bom desempenho.
12. Estabilidade: Fayol afirma que todo mundo precisa de tempo para aprender, adquirir conhecimentos, além da rotatividade de funcionários que pode gerar consequências a empresa.
13. Iniciativa: tem como foco, a liberdade para propor planos ou projetos, levando em conta os objetivos da empresa.
14. Espírito de Equipe: caracterizado pela coesão, unidade e força para uma organização, onde entende que o trabalho é feito em conjunto, e juntos podem proporcionar um produto melhor.

1.3.5. TEORIA COMPORTAMENTAL

A Teoria comportamental tem como foco entender como as pessoas se motivam e se comportam diante das organizações. Através dessa teoria, os gestores podem adaptar sua abordagem, assim eles têm resultados melhores e amplos, também ajudam a compreender melhor os seus funcionários.

Criadores da Teoria comportamental acreditavam que o comportamento humano era moldado por experiências passadas, eles acreditam também que um ambiente onde vive uma pessoa é o principal determinante do seu comportamento.

Porém, de acordo com essa teoria, o comportamento é uma resposta aos estímulos ambientais e pode ser moldado através de recompensas e punições. Por exemplo, se um comportamento é seguido por uma recompensa, a probabilidade de que o comportamento seja repetido aumenta.

As principais características da Teoria comportamental são:

- Ênfase nas pessoas;
- Preocupação com o comportamento organizacional.
- Estudo do comportamento humano.

1.4. ÁREAS DA ADMINISTRAÇÃO.

1.4.1. ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS.

O conceito da Administração de Recursos Humanos, também conhecida como Gestão de Pessoas, é uma das áreas da empresa que auxilia a reter os melhores talentos, para um melhor planejamento do potencial humano, visando garantir um desenvolvimento do colaborador e promover um ambiente de trabalho afetivo para os funcionários.

1.4.2. ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

A administração pública, é executada pelos poderes do Estado, que estão trabalhando com propostas e ações para solucionar qualquer tipo de problema existente na sociedade. Esses órgãos, garante ao povo habitante, diversas localidades e ambientes bem estruturados para agregar uma qualidade de vida melhor, com uma infraestrutura sustentável.

1.4.3. ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A administração financeira é importante para o crescimento nas organizações por meio de maximização de lucro. Administração financeira influencia na criação de projetos ou no fim do mesmo. Esse departamento geralmente administra recursos financeiros de uma empresa.

1.4.4. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING

A Administração de Marketing, busca estratégias para tornar o seu negócio atrativo para o cliente, compreendendo suas necessidades e desejos, alcançando as metas organizacionais que a empresa possui. Dessa forma, esse departamento pretende mapear as maneiras e os canais que vai encontrar seus consumidores e como vai crescer no mercado de trabalho.

1.4.5 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA

A Administração Estratégica é um campo da administração que se concentra na formulação, implementação e avaliação de estratégias para alcançar os objetivos de uma organização. Envolve a análise do ambiente interno e externo da organização, identificação de oportunidades e ameaças, e a definição de metas de longo prazo. Ela visa garantir que a organização permaneça competitiva e relevante em um ambiente de negócios em constante mudança, adaptando-se rapidamente às novas condições de mercado e às necessidades dos *stakeholders*.

1.4.5.1 CONCEITO DE MODELO CANVA DE NEGÓCIO

O Modelo Canvas de Negócio é uma ferramenta visual e estratégica de gestão, desenvolvida por Alexander Osterwalder, que permite criar, descrever e analisar modelos de negócios de maneira simplificada e estruturada. Ele é composto por nove blocos interligados que descrevem os elementos essenciais de um negócio, permitindo que empreendedores e gestores visualizem, compreendam e inovem em suas estratégias empresariais de forma clara e objetiva.

“ Os empresários não precisam apenas entender melhor os modelos; eles precisam se tornar modelos.”

1.4.5.2 Componentes do Modelo Canvas

1- Segmentos de Clientes: Define os diferentes grupos de pessoas ou organizações que a empresa visa alcançar e servir.

2- Proposta de Valor: Descreve o conjunto de produtos e serviços que criam valor para um segmento de clientes específico.

3- Canais: Mostra como a empresa se comunica e entrega valor aos seus segmentos de clientes através de diferentes meios e pontos de contato.

4- Relacionamento com Clientes: Detalha o tipo de relacionamento que a empresa estabelece com seus diferentes segmentos de clientes.

5- Fontes de Receita: Explica como a empresa ganha dinheiro a partir de cada segmento de clientes.

6- Recursos Principais: Enumera os ativos mais importantes necessários para fazer o modelo de negócio funcionar.

7- Atividades Principais: Identifica as atividades mais importantes que a empresa deve realizar para que seu modelo de negócio funcione.

8- Parcerias Principais: Lista a rede de fornecedores e parceiros que ajudam a empresa a funcionar.

9- Estrutura de Custos: Descreve todos os custos envolvidos na operação do modelo de negócio.

1.4.5.3. IMPORTÂNCIA DO MODELO CANVA DE NEGÓCIOS.

O Modelo Canva de Negócios tem um papel fundamental na simplificação da estrutura de alguma ideia, fazendo assim uma visualização mais dinâmica, além disso, facilita a constante mudança do modelo. Outro ponto importante é conseguir prever as próximas etapas da empresa.

Modelo de Negócio é uma ferramenta conceitual para definir qual o propósito e a lógica de uma empresa. São as relações entre os elementos componentes do negócio e como a suas interações são estabelecidas, definindo a silhueta da ordem lógica de uma empresa. (OSTERWALDER, PIGNEUR e TUCCI, p. 17, 2005).

Isso significa que o Modelo de Negócio é o que vai estruturar sua empresa, a partir de um progresso uniforme lógico.

1.4.5.4. História do desenvolvimento do Modelo Canvas

O Modelo Canvas de Negócios surgiu em 2004 por Alexander Osterwalder, a partir de uma tese que foi publicada em seu livro *Business Model Generation: Inovação em modelos de negócios*, durante o seu doutorado e que, posteriormente, empresas como Google utilizaram-se desse modelo para suas ideias. Atualmente, o Modelo Canvas de Negócio já está sendo aplicado para muitas *startups*, e aproximadamente cinco milhões de pessoas.

1.4.5.5 Diferença entre o Modelo Canvas e outros métodos tradicionais de planejamento estratégico

Focando no modelo de negócio como um todo, o Canvas destaca como diferentes partes do negócio se interconectam para criar valor. É uma ferramenta prática para entender a proposta de valor e como ela será entregue ao cliente. Além disso, geralmente requer menos tempo e recursos para ser desenvolvido, permitindo um processo rápido e frequente.

Em resumo, o Modelo Canvas é uma ferramenta ágil e visual que facilita a criação e comunicação de modelos de negócios de maneira rápida e eficiente. Enquanto isso, os métodos tradicionais de planejamento estratégico tendem a ser mais detalhados, formais e estruturados, adequados para empresas que necessitam de um planejamento mais profundo e de longo prazo.

2º CAPÍTULO: FERRAMENTAS E TÉCNICAS

2.1. Pesquisa de Mercado

A Pesquisa de Mercado é uma ferramenta que tem como base a avaliação de empresas do mesmo ramo para comparar preços, sistema de marketing, controle operacional etc. Existem dois estilos de pesquisa: a pesquisa primária e a secundária. A pesquisa primária é feita pela própria empresa e a secundária são dados coletados por terceiros, como artigos e livros. Com isso, esta ferramenta auxilia por meio de informações internas de mercado, clientes e concorrência. Além disso, a Pesquisa de Mercado instrui cada bloco do Modelo Canvas de Negócio com a realidade da competitividade de negócios do mesmo ramo e os desejos dos consumidores.

2.2. Análise SWOT

Ferramenta que analisa as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de um negócio. Pode ser utilizada para entender melhor o ambiente interno e externo na área de recursos-chave, atividades-chave e parceiros-chave. E ao ser usada junto com o Canvas ajuda a preencher blocos como Proposta de Valor, Canais e Segmento de Clientes.

2.3. Análise de Concorrência

Ajuda a entender como sua empresa se posiciona em relação aos rivais. Ela envolve identificar os principais concorrentes, avaliar suas estratégias, pontos fortes e fracos, e compreender como eles atendem ao mercado. E também ajuda as empresas a tomar decisões informadas sobre o posicionamento.

2.4. Mapa da Jornada do Cliente

Este processo compreende analisar o percurso tomado pelo cliente, para reconhecer uma necessidade de compra até adquirir um produto. Neste mapeamento, é possível que empresas melhorem seus serviços oferecidos e elaborem estratégias para tornar suas mercadorias melhores do que o concorrente disponibiliza, com o objetivo de satisfazer as necessidades do consumidor. Essa proposta está atrelada aos nove blocos requeridos no Modelo Canvas, ajudando as atividades feitas pelo marketing, a identificar o público alvo, a promover campanhas promocionais e no desenvolvimento do gerenciamento das redes sociais.

2.5. Design Thinking

Design Thinking é a ferramenta que utiliza de fundamento o design para a inovação humana, ele tem como objetivo criar várias perspectivas de ideias *insights*. Com esta ferramenta é possível descobrir problemas mais complexos e resolvê-los de forma mais abrangente, mas também serve para a criação ou a melhoria de um produto ou serviço. O *Design Thinking* ajuda a criar uma forma de empatia voltada ao usuário, o que está alinhado com a Proposta de Valor e Segmentos de Clientes.

2.6. Análise de Stakeholders

É o processo que busca analisar e entender as necessidades e interesses do público, de partes interessadas em um projeto. Com esta ferramenta é possível fazer um mapeamento, avaliando assim o nível de interesse e influência desse projeto, priorizando assim, desenvolver estratégias para cada grupo. Além de ser fundamental para a identificação de partes importantes dos blocos do Modelo Canvas de negócio, como relacionamento com clientes, que mapeia as expectativas dos clientes e como satisfazê-la. Além de canais, propostas de valor e recursos chaves.

3º CAPÍTULO: PROJETO DE CONSULTORIA NA EMPRESA JUBA TRANÇADEIRAS

3.1. NOME FANTASIA

Lounge Juba Trançadeiras.

3.2. RAZÃO SOCIAL

Lounge Juba Trançadeiras LTDA.

3.3. PORTE

Micro Empresa.

3.4. LOCALIZAÇÃO

Av. São Luís, 187

3.5. MISSÃO

Prestar atendimento de forma que valorize e resgate a auto estima, independência de usar o cabelo de forma natural sem padrão imposto e empoderamento.

3.6. VISÃO

Sermos referência no tratamento da beleza, através da qualidade dos serviços, oferecendo comodidade, eficiência, pontualidade e conforto.

3.7. VALORES

Prezar o respeito pela raça, cor, credo, religião, orientação sexual independente do gênero, classe social de nossos clientes, colaboradores e fornecedores, desenvolvendo assim um ambiente de trabalho saudável e voltado ao crescimento das relações humanas.

3.8 HISTÓRIA DA EMPRESA

REGIANE ALEXANDRE, mãe de dois filhos, trancista há 22 anos, empresária, fundadora do Lounge Juba Trançadeiras, Salão e Escola de Beleza especializada em estética Afro, localizado na região central de São Paulo.

"Lembro-me do meu pai dizendo: Conhecimento é algo que ninguém tira de você!"

Foi assim que decidi criar um curso profissionalizante, e multiplicar minhas habilidades através da formação e capacitação profissional.

A paixão pelo que faço foi o combustível que me fez chegar onde estou. Agora o prazer pelo meu negócio é que movimenta o meu dia-a-dia.

"Creio que posso promover a mesma experiência para aqueles que desejam viver da Arte de Trançar!" (Regiane Alexandre-CEO da Juba Trançadeiras)

O JUBA: Somos um espaço especializado em Estética Afro, localizado na região central de São Paulo, fundado em 2016. Nossa luta é para que a Beleza Negra mantenha-se em lugar de destaque e constante valorização.

Como idealizadora, a minha visão é demonstrar o real empoderamento, cuidando e resgatando a autoestima de todos que frequentam o nosso Salão, mesmo rodeada de tantos obstáculos!

No Juba, tudo resume-se em afeto e perfeição nos procedimentos, esse é o nosso trabalho. Nosso ambiente é plural, a playlist dispensa comentários e o cantinho do café é incrível.

O menu de serviços é diverso, temos um circuito de beleza completo, da cabeça aos pés, e caso sinta alguma dorzinha, temos massagem e uma rede confortável na parte superior.

A família é grande, somos um time de quatro colaboradores e cada atendente tem uma espécie

3.9. Plano de Ação

3.9.1. O QUE SERÁ FEITO?

Será instituído o Modelo Canvas de negócio dentro da empresa Juba Trançadeiras, com análise gráfica, demonstrando de maneira objetiva as atividades da empresa como um todo em uma tabela.

3.9.2. POR QUE SERÁ FEITO?

Essa implementação do Modelo Canvas,na empresa Juba Trançadeiras,será aplicado,pois o negócio encontra desafios para gerenciar as atividades desenvolvidas,estando em desperdício com a ausência de recursos administrativos.

3.9.3. ONDE SERÁ FEITO?

Essa proposta está sendo desenvolvida na empresa Juba Trançadeiras,que está situada na Rua Sete de Abril,no Bairro da República,em São Paulo.

3.9.4. QUANDO SERÁ FEITO?

O projeto foi iniciado no dia 25 de setembro do ano de 2024 e terminará no dia 20 de novembro do ano de 2024.

3.9.5. QUEM FARÁ?

Esse projeto será feito pela de colaboração da equipe Juba Trançadeiras,juntamente com a CEO da empresa e terá auxílio do grupo responsável pelo projeto.

3.9.6 COMO SERÁ FEITO?

Esse trabalho será realizado por meio da utilização de ferramentas técnicas,como a Pesquisa de Mercado,pois estará auxiliando na tomada de decisões,além disso,será utilizado metodologias tendo como ênfase as visitas técnicas na empresa,com o objetivo de explorar detalhadamente os problemas que o negócio enfrenta.

3.9.7. CUSTO

Esse projeto não terá nenhum fundo monetário para a realização da aplicação da ferramenta Modelo Canvas de Negócio.

REFERÊNCIAS

Business Model Generation (Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários de Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Rio de Janeiro, RJ : Alta Books, 2011.

Blog Anhanguera - Setembro 14, 2022 - Atualizado em Agosto 17, 2023

MAGALHÃES, Távira. Administração de Recursos Humanos. Rhportal. Minas Gerais, 6 março de 2023. Disponível <https://rhportal.com.br/artigos-rh/administracao-de-recursos-humanos/>. Acesso em: 29 maio 2024.

DANTAS, Tiago. "Administração Pública"; Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/politica/administracao-publica.htm>. Acesso em 29 de maio de 2024.

Celero, fala sobre Administração financeira, São Paulo 22 Julho 2022 disponível em: <https://celero.com.br/blog/administracao-financeira/>. Acesso em 29 de maio de 2024.

FERREIRA, Gabriel. O Canvas como instrumento para inovação em modelos de negócio tradicionais. São Luís, 26 de agosto de 2016. Disponível em <https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/828/1/GABRIELFERREIRAALVESMARINHO.pdf>. Acesso em 31 de julho de 2024.

O que é Business Model Canvas e como usar a técnica na prática, Wendel Martins | Março 19, 2021. Disponível <https://senno.ai/business-model-canvas/#:~:text=O%20Canvas%20de%20Modelo%20de,como%20Google%2C%20Spotify%20e%20Amazon>. Acesso em: 07 agosto 2024.

Sebrae. Canvas e o Plano de Negócio. Atualizado em 30 de outubro de 2019. Disponível em Sebrae.com.br. Acesso em 07 de agosto de 2024.

Pesquisa de Mercado: o que é, como fazer e os principais tipos. Atualizado em: 08/12/2023. Disponível <https://rockcontent.com/br/blog/pesquisa-de-mercado/>. Acesso em: 21 agosto, 2024

Como fazer uma Análise de Concorrência? Conheça os benefícios para sua estratégia comercial. Feito por: Gustavo Gomes. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/analise-de-concorrencia/#:~:text=Por%20defini%C3%A7%C3%A3o%2C%20a%20an%C3%A1lise%20de,por%20clientes%20e%20potenciais%20clientes>. Acesso em: 21 agosto, 2024

Sebrae. Mapa da Jornada do Cliente. Atualizado em 06 de fevereiro de 2023. Disponível em Sebrae.com.br. Acesso em 21 de agosto de 2024.

NUNES, Ivan. O que é então a Administração de Marketing?. Rockcontent. 20 fev. 2016. Disponível <https://rockcontent.com/br/blog/administracao-de-marketing/>. Acesso em: 29 maio 2024.

Scopi - Novembro 22, 2022 - Marcos Kayser - Acesso em Maio 29, 2024 (<https://scopi.com.br/blog/administracao-estrategica/#:~:text=Administra%C3%A7%C3%A3o%20estrat%C3%A9gica%20%C3%A9%20o%20processo,implementado%20dentro%20do%20ambiente%20corporativo>)

Obs: As referências devem estar em ordem alfabética, independente se forem materiais de internet, bibliografias, artigos científicos...

Formatação

- Todo o trabalho deve ter letra Arial ou Times, apenas uma das duas.
- A letra deve ser tamanho 12, mesmo para os títulos. Exceto para citações diretas longas (tamanho 10) e para o cabeçalho com nome da instituição (capa e folha de rosto).
- O espaço entre linhas deve ser de 1,5. Exceto para citação direta longa (espaço entre linhas 1,0).
- Não há espaço entre textos de um parágrafo para outro.
- Os parágrafos das primeiras linhas devem ter recuo de 1,25 cm.
- Tabelas, Gráficos e Imagens devem ser numerados, conter título e fonte, quando presentes no meio do trabalho.
- Já na lista de Tabelas, Gráficos, Imagens devem conter apenas título, nome e página onde se encontram.
- Letra em Itálico somente é utilizada para palavras estrangeiras.