



Decola Negócios

Relatório Final



Realização:



Execução:



Apoio:



Sumário

- 03** **O Projeto**
- 03** Público-alvo da turma
- 03** Metodologia By Necessity

- 04** **Comunicação**
- 04** Identidade visual do projeto
- 05** Peças de divulgação
- 06** Meios de divulgação

- 07** **Material Pedagógico**
- 07** Apostila
- 10** Matriz de negócios

- 11** **Em sala de aula**
- 11** Aplicação da(s) turma(s)
- 12** Perfil dos(as) alunos(as)
- 14** Certificação
- 15** Negócios criados/impulsionados

- 16** **O Impacto**

O PROJETO

O Programa Decola Negócios é uma iniciativa do Instituto BAT Brasil em parceria com a Besouro de Fomento Social. O projeto oferece capacitações gratuitas em empreendedorismo para quem tem o sonho de empreender e gerir seus próprios negócios, assim como para quem já empreende e deseja desenvolver e qualificar mais seu empreendimento.

O Programa acredita na transformação social através do empreendedorismo, e busca promover o empoderamento e a autonomia financeira, gerando renda, empregos e fortalecendo economias locais, com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades. Em cinco anos, o Programa impactou mais de 75 municípios em 16 estados do país, transformando a vida de milhares de alunos, suas famílias e suas comunidades.

Público-alvo da turma

Pessoas com 18 anos ou mais, residentes dos municípios que abrangem a região do CISVALE, no estado do Rio Grande do Sul, que já empreendem ou desejam empreender.

Metodologia By Necessity

As aulas do projeto seguem a metodologia By Necessity®, que consiste na formação para executar projetos de negócios a baixo ou zero custo a partir de 10 etapas e um plano de ação.

Ao final do curso, os alunos recebem uma logomarca exclusiva para o seu negócio, certificado de participação e passam, ainda, por um período de incubação de 90 dias, quando recebem mentorias e consultorias de especialistas para solucionarem dúvidas e/ou pedirem orientações sobre a condução de seus empreendimentos.

A By Necessity está registrada no Ministério da Cultura, na Biblioteca Nacional, no Escritório de Direitos Autorais, através do registro EDA/DLLL/BSB nº 174/17.

COMUNICAÇÃO

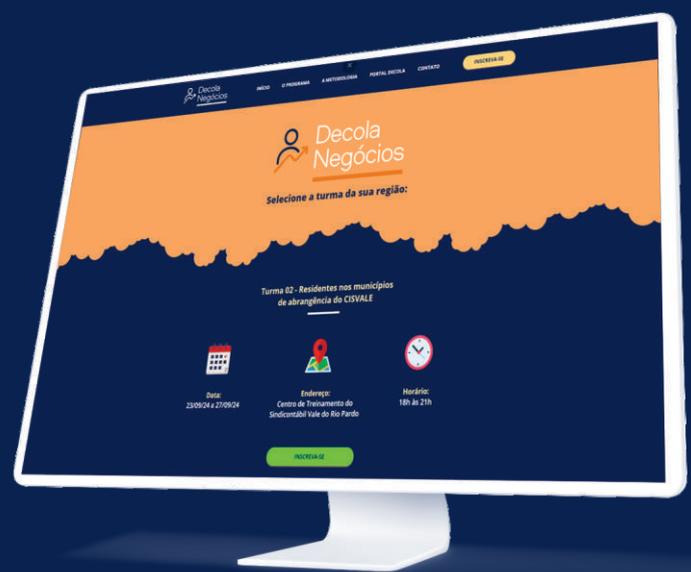
Identidade visual do projeto

A identidade visual foi desenvolvida visando valorizar o nome do projeto, utilizando a cor azul e elementos gráficos associados à inovação e negócios



Peças de divulgação

Com o objetivo de divulgar o projeto, foi desenvolvido um site sobre a iniciativa, com informações sobre as turmas e link para inscrições. Também foram produzidos cards digitais utilizando a identidade visual do projeto, com chamada para as aulas e reforço dos encontros de consultoria. Ainda, elaborou-se um release voltado à comunicação com a imprensa.



Acesse

Site do projeto: (www.programadecolanegocios.com.br)

Peças de divulgação



Cards de divulgação



Meios de divulgação

A fim de ampliar a visibilidade do projeto e fomentar as inscrições de alunos, foi realizada a divulgação do lançamento da turma para a imprensa local e estadual. Como resultado, conquistou-se espaços relevantes da mídia, incluindo matérias no jornal Gazeta do Sul, na versão digital e impressa, além da divulgação através das redes sociais e sites dos parceiros de realização da turma.



Acesse



Material Pedagógico

O material pedagógico do projeto incluiu apostila e matriz de negócios. A capacitação em empreendedorismo baseou-se na metodologia By Necessity, que compreende 10 etapas e um Plano de Ação para formulação do plano de negócios. A linguagem e ferramentas utilizadas ofereceram conteúdo teórico e atividades práticas, proporcionando ao aluno, ao final das aulas, o conhecimento necessário para a elaboração de um plano de ação para o seu negócio.

Após os encontros, o(a) participante passa ainda por um período de incubação, que tem como finalidade possibilitar o desenvolvimento e a execução do negócio, além de oferecer suporte para possíveis obstáculos que serão enfrentados no dia a dia do empreendimento.

Apostila

A apostila foi disponibilizada em versão impressa e também digital, via portal do aluno, com opção de download no formato pdf. O material contempla conteúdo relativo às seguintes etapas previstas na metodologia By Necessity:

Etapa 1

Aborda o conceito e a importância do networking para o sucesso de micro e pequenas empresas e sua relevância no contexto econômico brasileiro. O exercício desta etapa consiste na escrita do sonho do(a) aluno(a), instigando-o(a) a sonhar alto;

Etapa 2

Discute as características essenciais dos empreendedores para abrir e manter um negócio, assim como as vantagens e os desafios do empreendedorismo. A atividade proposta é a análise individual das próprias qualidades (a serem reforçadas) e defeitos (a serem trabalhados), para que se chegue à descrição de um perfil profissional;

Etapa 3

Explora a diferença entre inovação e invenção, destacando o papel da criatividade e do brainstorming na geração de ideias de negócios e na tomada de decisões. A tarefa proposta é descrever ao menos três ideias de negócios que o(a) aluno(a) gostaria de ter;

Etapa 4

Foca no planejamento estratégico de uma empresa, incluindo a definição de objetivos a curto, médio e longo prazo e pesquisa de referências. O(a) futuro(a) empreendedor(a) também é levado(a) a expressar como deseja ser visto pelos clientes e qual é a sua maior motivação para abrir o negócio;

Etapa 5

Apresenta conceitos de comunicação e branding, fundamentais para o posicionamento do negócio no mercado. Como exercício, os(as) alunos(as) realizam uma pesquisa por referências de identidades visuais de concorrentes e projetam como será sua logomarca (cores, tipografia, slogan etc.);

Etapa 6

Aborda características de mercado, público-alvo, produto/serviço e concorrência e estratégias de precificação, localização e divulgação. A aula discute ainda a Matriz FOFA e convida os(as) alunos(as) a realizarem uma análise geral do ramo do empreendedorismo a partir de uma pesquisa de mercado realizada por eles;

Etapa 7

Explora o processo de venda, mapeamento de clientes, segmentação de mercado, projeções de vendas e sazonalidade. A partir de operações matemáticas simples, o(a) aluno(a) preenche formulários de venda, estimando cenários pessimistas, realistas e otimistas;

Etapa 8

Apresenta funções principais de recursos humanos e discute os prós e contras de trabalhar em sociedade, incentivando os alunos a imaginar perfis de funcionários para compor seus times quando o negócio crescer;

Etapa 9

Introduz conceitos fundamentais de gestão financeira, como receita, despesa, lucro, ROI, entre outros. Para colocar em prática, o(a) aluno(a) realiza uma análise financeira básica;

Etapa 10

Aborda o desenvolvimento pessoal dos(as) participantes, identificando os desafios que já superou, sua realidade atual e os desejos para o futuro. Destaca-se a importância da resiliência e de se estar aberto a mudanças para o sucesso no empreendedorismo. Como exercício, cada aluno(a) aponta o que fará para melhorar seu desempenho em três áreas: corpo, mente e conhecimento.

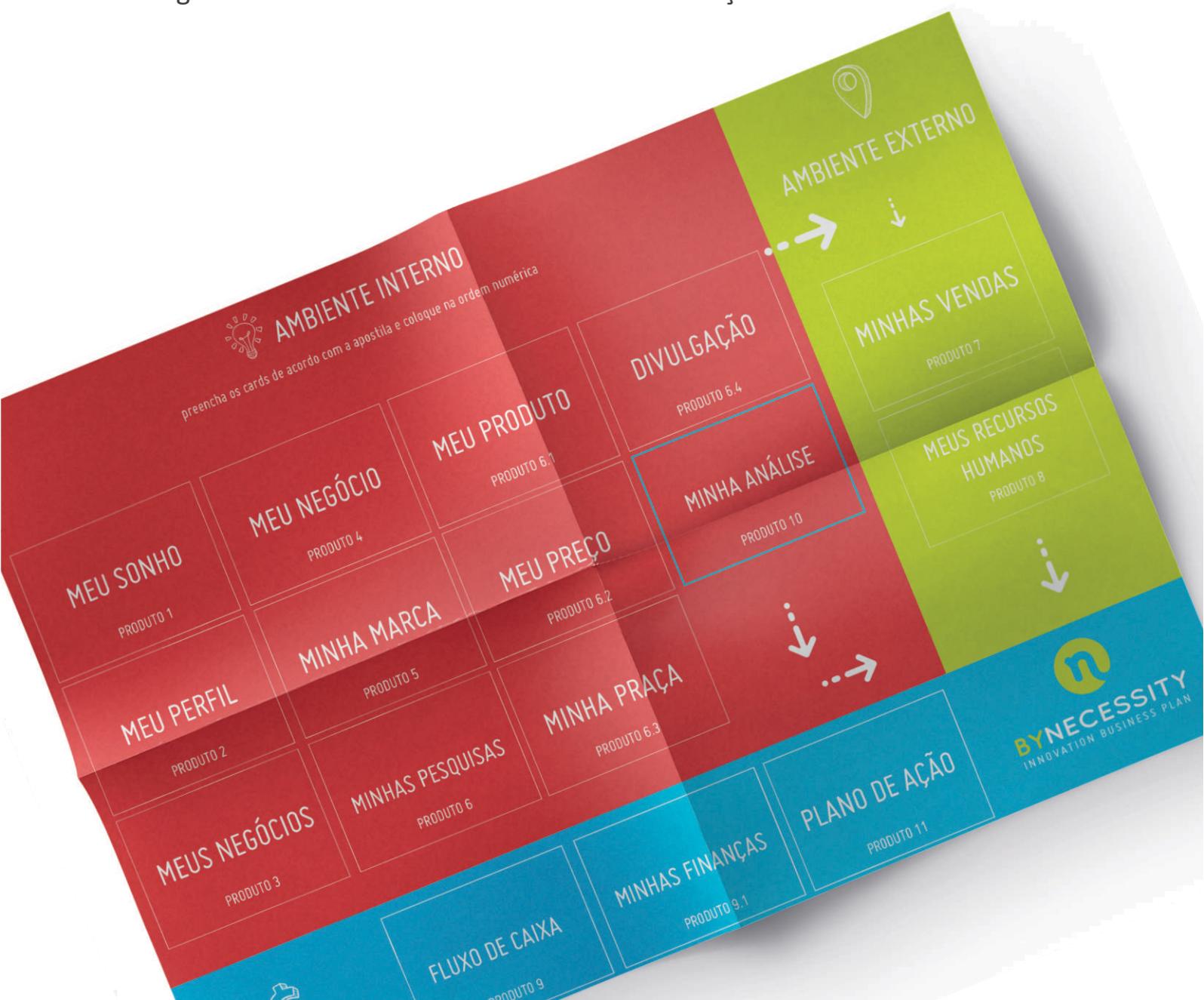
Ao final das dez etapas, o(a) aluno(a) elabora um plano de ação que possa ser executado já no dia seguinte, detalhando aspectos que vão desde a escolha do ponto de venda até o lançamento oficial do empreendimento. Nas versões online do curso, os(as) empreendedores(as) preenchem o plano de negócios de forma virtual.



Matriz de negócios

Além da apostila, o curso disponibiliza aos(as) participantes cartões (cards) que correspondem a cada etapa do curso. Esses cartões são preenchidos ao longo das aulas, como atividade prática de cada módulo, e depois são colados na matriz de negócios, permitindo a visualização do negócio por completo. Ao final desta etapa, deve-se expressar a viabilidade do plano de ação, para o lançamento e/ou desenvolvimento eficaz do negócio.

A ferramenta é inspirada no Modelo Canvas, uma metodologia para modelagem de negócios, idealizada pelo teórico suíço Alexander Osterwalder em meados dos anos 2000. Trata-se de um recurso que auxilia na análise dos elementos imprescindíveis para descrever, prospectar, avaliar cenários e criar soluções e estratégias para um empreendimento. O método é adaptável a qualquer modelo de negócio e é uma das bases da área da Administração.



EM SALA DE AULA

Aplicação da(s) turma(s)

O projeto foi desenvolvido na cidade de Santa Cruz do Sul, estado do Rio Grande do Sul, em setembro de 2024.

Turma

02 - Santa Cruz do Sul

23 a 27/09/2024

Centro de Treinamento
do Sindicontábil do
Vale do Rio Pardo

Alunos
inscritos

41

Alunos
certificados

28

Alunos
participantes

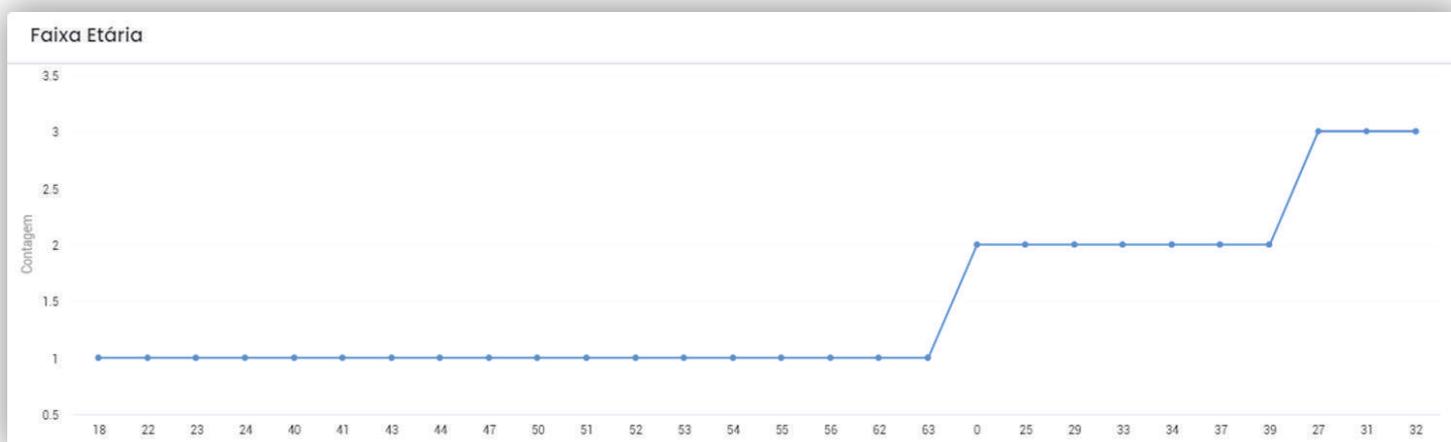
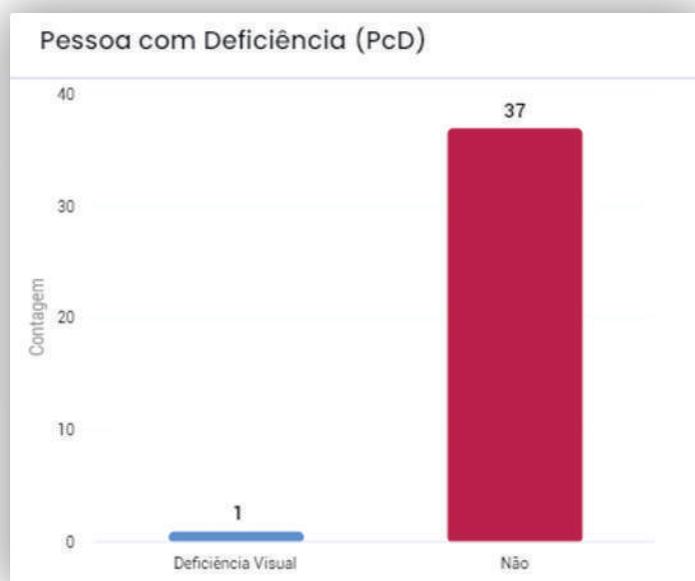
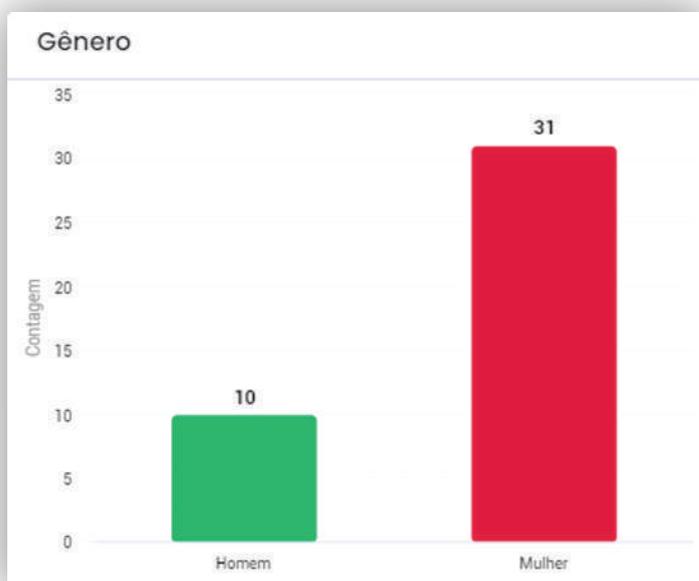
29



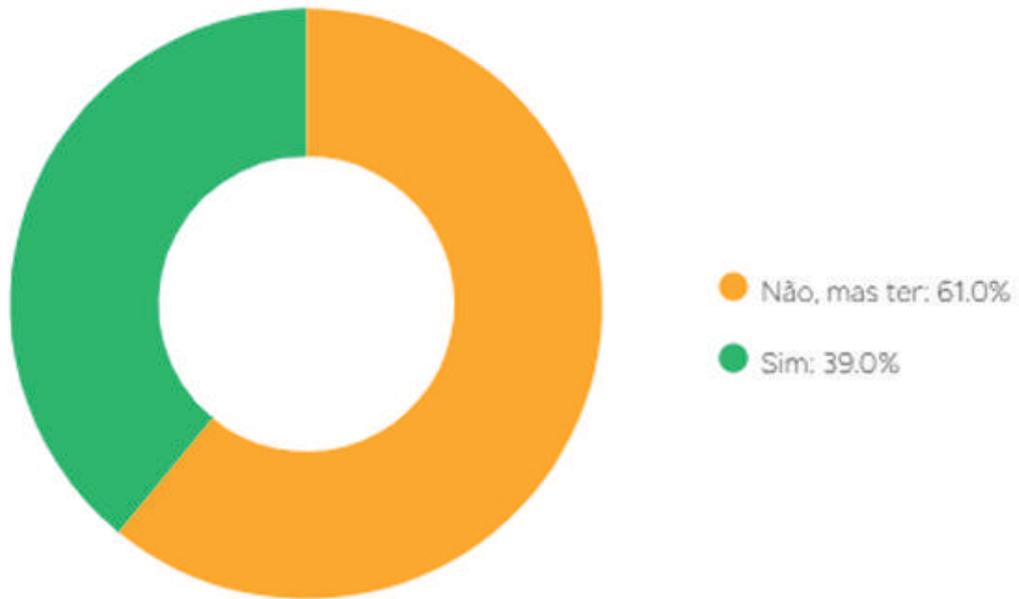
Perfil dos(as) alunos(as)

Os gráficos apresentados na sequência indicam o perfil dos(as) alunos(as) em relação ao gênero, raça e escolaridade.

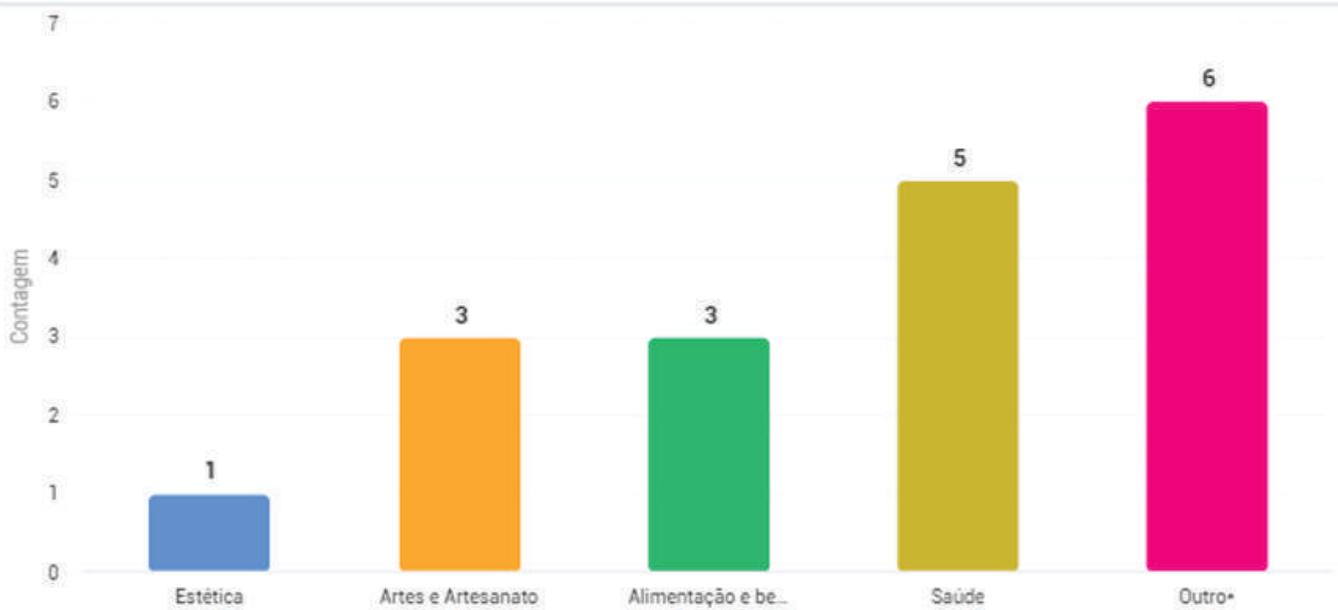
Turma 02 - Santa Cruz do Sul



Tem negócio ou presta um serviço ?



Ramos de Negócio

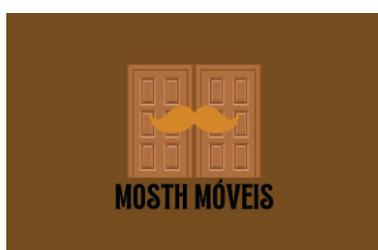


Certificação

Os(as) alunos que concluíram as aulas com 60% de frequência ou mais, receberam certificado de participação, entregue presencialmente durante o encerramento das aulas e enviado virtualmente por e-mail.



Negócios criados/impulsionados



O IMPACTO

A Besouro conduz pesquisas socioeconômicas com o objetivo de analisar o impacto de seus programas e projetos nos diversos públicos-alvo com os quais trabalha. O intuito é entender de que maneira e em quais aspectos essas iniciativas têm modificado a vida das pessoas envolvidas. Para isso, utilizamos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) como base para construir indicadores socioeconômicos, os quais são empregados para mensurar e avaliar o impacto social.

A ONU estabeleceu, por meio da Agenda 2030, 17 objetivos para o Desenvolvimento Sustentável, acompanhados de 169 metas. Esses objetivos têm como propósito destacar os problemas globais e fomentar discussões sobre essas questões. Os ODS representam um plano de ação que busca soluções de médio prazo para desafios do século XXI, abrangendo os pilares econômico, social e ambiental. Eles desempenham um papel crucial na formulação de políticas sociais empresariais, pois oferecem uma visão abrangente das áreas do desenvolvimento sustentável que devem ser promovidas.

A avaliação do impacto socioeconômico de cada projeto é realizada por meio de um questionário aplicado em dois momentos: ao término das aulas e após a conclusão do processo de incubação. As mesmas perguntas são feitas em ambos os momentos, possibilitando a mensuração do impacto ao longo do período de incubação. Ao final desse período, é feita uma análise do impacto gerado.

Na sequência, são apresentados gráficos relativos às respostas dos(as) alunos(as) no primeiro momento da avaliação, após a conclusão das aulas.

Turma 02 - Santa Cruz do Sul

140

**FAMÍLIAS
IMPACTADAS**

42%

**GERAÇÃO
DE EMPREGO**

149%

**AUMENTO
DE RENDA**

10.058%

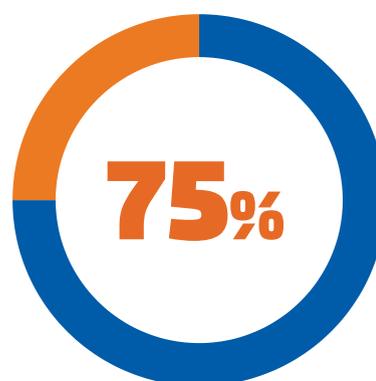
**AUMENTO DO
FATURAMENTO**

R\$32.800

**RENDA TOTAL
ACUMULADA**



Alunos empreendendo
(Incubados)



Alunos empreendendo
(Consultoria)



Decola Negócios



Realização:

InstitutoBAT
BRASIL

 **CISVALE**
Consórcio Intermunicipal
de Serviços do Vale do Rio Pardo

Execução:

 **BESOURO**
AGÊNCIA DE FOMENTO SOCIAL

Apoio:

