**ANEXO 8**

**MATRIZ SWOT (FOFA) e CANVAS**

**MATRIZ SWOT (FOFA)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **AJUDA** | **ATRAPALHA** |
| **INTERNA****(Organização)** | **FORÇAS:**1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
4. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
5. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
 | **FRAQUEZAS:**1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
4. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
 |
| **EXTERNA****(Ambiente)** | **OPORTUNIDADES:**1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
4. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
 | **AMENÇAS:**1. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
2. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
3. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
4. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
 |

**CANVAS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Parcerias Chave:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 | **Atividades Chave:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 | **Propostas de Valor:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 | **Relacionamento:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXX
4. XXXX
 | **Segmentos de Clientes:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXXX
 |
| **Recursos Chave:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 | **Canais:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXX
4. XXXX
 |
| **Estrutura de Custos:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 | **Fontes de Receita:**1. XXXXX
2. XXXXX
3. XXXXX
4. XXXX
 |

**DESCRIÇÃO PARA APOIAR O PREENCHIMENTO**

|  |  |
| --- | --- |
| **MATRIZ SWOT (FOFA)****Análise Interna****– Forças:** Refere-se aos elementos, fatores e características do ambiente interno da corporação que representam as vantagens que a empresa possui em relação aos concorrentes. Pode abranger a diferenciação, conjunto de talentos, histórico, técnica, qualidade, rapidez, entre outros fatores.**– Fraquezas:** Abrange os elementos, fatores  e características do ambiente interno da empresa que representam as desvantagens da empresa, estuda quais aptidões interferem e prejudicam o andamento da empresa e que precisam ser corrigidos.**Análise Externa****– Ameaças:** Referem-se aos fatores externos que influenciam negativamente a empresa, prejudicando o funcionamento da organização, no planejamento estratégico, nos objetivos e resultados, criando um ambiente desfavorável;**– Oportunidades:** São os fatores externos que influenciam positivamente a empresa, criando um cenário favorável. Por exemplo, quando há o crescimento da renda mensal média dos trabalhadores e aquecimento da economia de um determinado país ou bloco econômico.*FONTE:* [*https://www.laboneconsultoria.com.br/o-que-e-e-como-fazer-matriz-swot/*](https://www.laboneconsultoria.com.br/o-que-e-e-como-fazer-matriz-swot/)*, acesso em 19 de setembro de 2021.* | **CANVAS**Observe quais são os nove blocos do [Business Model Canvas](https://analistamodelosdenegocios.com.br/o-que-e-o-business-model-canvas/) e quais as informações com que você deve preencher cada um deles:**1.** [**Segmento de Clientes**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/segmentos-de-clientes/)**:** este deve ser o primeiro bloco a ser preenchido. Informe aqui qual é seu nicho de clientes. Lembre-se que “quem vende para todo mundo, não vende para ninguém”. Todo o seu canvas – o seu negócio – será construído sobre o segmento de clientes definido primeiramente.**2.** [**~~Oferta de Valor~~**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/proposta-de-valor/)**:** explicite neste bloco quais os benefícios que seu produto e/ou serviço oferece ao seu segmento de clientes. Isso também servirá para você entender o seu diferencial, o que fará com que seus clientes escolham você em detrimento dos concorrentes.**3.** [**Canais**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/canais-de-distribuicao/)**:** determine aqui todos os meios e caminhos através dos quais sua empresa alcança e entrega valor ao seu cliente. Podem ser canais de comunicação, vendas e/ou distribuição. Isto é, engloba tudo aquilo que proporcionar interação com o público.**4.** [**Relacionamento**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/relacionamento-com-clientes/)**:** insira neste bloco todas as estratégias de atendimento e relacionamento que serão usadas para retenção de seu segmento de clientes, ou seja, tudo de que você fará uso para evitar perder seu consumidor para a concorrência.**5.** [**Fontes de Renda**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/fontes-de-receita/)**:** este é o bloco que apresenta a maneira como o cliente pagará pela proposta de valor entregue (por exemplo, venda, assinatura, aluguel, licença etc.). Você pode ter mais de uma fonte de renda, inclusive.**6.** [**Recursos-Chave**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/recursos-chave/)**:** especifique aqui todo e qualquer ativo fundamental para que seu negócio funcione. Mas restrinja-se apenas ao que for FUNDAMENTAL, o que realmente importa, sem os quais a sua empresa não entrega o produto/serviço. Por exemplo: maquinário, recursos humanos, propriedade intelectual, entre outros.**7.** [**Atividades-Chave**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/atividades-chave/)**:** este bloco está diretamente ligado ao anterior. Você deve preenchê-lo com as atividades primordiais, as quais não podem deixar de existir sem comprometer o funcionamento da empresa. Por exemplo, manutenção de maquinário, produção, resolução de problema, vendas, desenvolvimento de produto, entre outras.**8.** [**Parcerias-Chave**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/parcerias-chave/)**:** determine todos os parceiros com os quais a sua empresa conta para entregar sua proposta de valor. Envolvem fornecedores, terceirizadas e prestadores de serviço, por exemplo.**9.** [**Estrutura de Custos**](https://analistamodelosdenegocios.com.br/estrutura-de-custo/)**:** descreva todos os custos inerentes a seu negócio, fixos ou variáveis. Observe todas as despesas envolvidas nos blocos de recursos, atividades e parcerias, para não esquecer nada.*FONTE:* [*https://analistamodelosdenegocios.com.br/downloads/canvas-em-ppt/*](https://analistamodelosdenegocios.com.br/downloads/canvas-em-ppt/)*, acesso em 19 de setembro de 2021* |