TRABALHO ACADÊMICO • INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO E ÉTICA

MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS *da Miner*

Os nove blocos que explicam como a Miner cria, entrega e captura valor: para quem trabalha, o que promete, como chega ao cliente, de onde vem a receita e quanto custa operar.

INTEGRANTES

Bruno de Almeida de Farias · Natasha da Silva Gonçalves · Welson David Ribeiro de Sousa

DISCIPLINA

Inovação, Empreendedorismo e Ética

EMPRESA ESTUDADA

Miner (MinerBZ), Fortaleza



(Dados + Vendas)

Identidade visual Miner

01 • A EMPRESA

ARQUITETURA DE NEGÓCIOS DIGITAIS, *não agência*

A Miner estrutura e integra marketing, vendas, dados e tecnologia de grandes empresas. Diagnostica onde a venda se perde, constrói o sistema e opera junto com o time do cliente até a meta virar rotina.

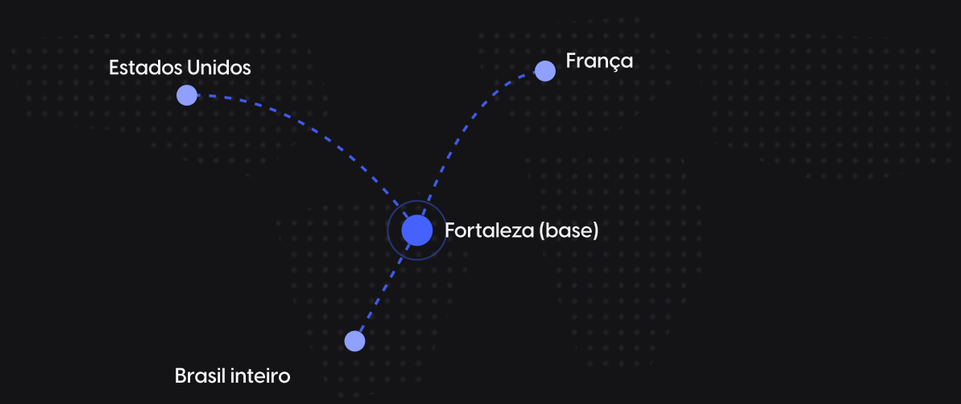
R$ 1,5 bi
em receita dos clientes com a Miner

R$ 100 mi+
em mídia paga gerida

380 mil
leads gerados

150+
projetos entregues em 12 anos

ONDE A MINER ATUA



COMO A MINER TRABALHA

01 Diagnosticar onde a venda se perde hoje

02 Construir processo, mídia, atendimento e painel

03 Operar junto com o time do cliente

04 Medir meta contra realizado, todo mês

Fonte base interna da Miner **Período** 12 anos, até novembro de 2026 **Coleta** novembro de 2026

02 • O QUADRO

O MODELO DE NEGÓCIOS em uma tela

PARCEIROS-CHAVE
Quem ajuda a empresa a funcionar?

- **Mídia:** Meta e Google
- **CRM e e-commerce:** Salesforce, HubSpot, VTEX, Shopify, Magento
- **WhatsApp:** Blip, Omnichat, Suri, ChatGuru
- **Nuvem e IA:** Vercel, Supabase, Anthropic
- Agências e plataformas das quais a Miner é especialista
- Parceiros de criação do cliente
- Quem indica: clientes, sócios, conselheiros
- Empresas coligadas e freelancers técnicos

ATIVIDADES-CHAVE
O que a empresa precisa fazer?

- Diagnóstico e auditoria comercial
- Captação e dados (mídia, rastreio, painel)
- Atendimento, CRM e recompra
- Integração de sistemas, IA e automação
- Treinamento e governança

RECURSOS-CHAVE
O que a empresa precisa ter?

- Time de gestores de projeto
- Método Smart Company
- Tecnologia própria (MinerCRM, IA)
- 12 anos de dados e cases

PROPOSTA DE VALOR
Qual benefício a empresa oferece?

Receita previsível.

- Saber antes do mês começar quanto vai vender e de onde vem a venda
- Venda, dados e tecnologia num sistema só
- As ferramentas que a empresa já tem passam a conversar
- Cada número com fonte e hora
- Constrói e opera junto, não entrega slide

RELACIONAMENTO
Como se relaciona com os clientes?

- Squad dedicado, um dono de cada lado
- Cerimônia semanal e entrega a cada 30 dias
- Relacionamento de anos

CANAIS
Como o produto chega ao cliente?

- **Chegada:** indicação e diagnóstico online
- **Entrega:** portal e painel próprios, deck mensal, WhatsApp, Asana, reunião

SEGMENTO DE CLIENTES
Quem são os clientes?

- **Grandes empresas B2B**
- Faturamento acima de R$ 100 mi por ano
- De 200 a 2.000+ funcionários
- Venda consultiva, time de 10+ vendedores
- CRM, ERP e WhatsApp contratados, mas soltos
- Decisor: dono ou diretoria comercial
- Brasil inteiro, EUA e França

ESTRUTURA DE CUSTOS
Quais são os gastos da empresa?

Time	35%
Ferramentas e autorizações	20%
Impostos	18%
Demais	10%
Margem	20 a 30%

FLUXO DE RECEITAS
De onde vem o dinheiro da empresa?

- **Principal:** fee mensal recorrente por etapa contratada (consultoria + ferramentas e autorizações)
- Serviços: auditoria, consultoria, diagnóstico
- Projetos pontuais e treinamentos
- Licença de tecnologia própria

LEITURA GUIADA • 9 PASSOS

A HISTÓRIA DA MINER *bloco a bloco*

O Canvas se lê da direita para a esquerda: primeiro quem é o cliente e o que ele ganha, depois como a empresa entrega, e por fim quanto custa. Clique em um bloco ou avance passo a passo.

1

SEGMENTO DE CLIENTES

Grandes empresas B2B, com faturamento acima de R$ 100 milhões por ano.

Por que começa aqui: todo o modelo existe para resolver a dor de quem já tem CRM, ERP e WhatsApp, mas com dados soltos.

2

PROPOSTA DE VALOR

Receita previsível: saber antes do mês começar quanto vai vender e de onde a venda vem.

O coração do quadro: é a promessa que liga o cliente (direita) à operação (esquerda).

3

CANAIS

Chega por indicação e diagnóstico online; é entregue em portal, painel, deck mensal e reunião semanal.

Detalhe que conta ponto: o diagnóstico já entrega valor antes da venda.

4

RELACIONAMENTO

Squad dedicado, um dono de cada lado e uma entrega visível a cada 30 dias.

Resultado: relacionamento de anos, porque a obra não termina.

5

FLUXO DE RECEITAS

Fee mensal recorrente por etapa, mais serviços, projetos, licenças e treinamentos.

Atenção: a verba de mídia é paga pelo cliente direto ao Meta e ao Google.

6

RECURSOS-CHAVE

Time de gestores, o Método Smart Company e tecnologia própria com IA.

O ativo mais difícil de copiar: 12 anos de dados e cases.

7

ATIVIDADES-CHAVE

Construir em 5 andares: captação e dados, atendimento, CRM, marketing e loja online.

Regra da obra: a fundação é obrigatória; mídia sem dado só acelera o erro.

8

PARCEIROS-CHAVE

Meta, Google, Salesforce, VTEX, Blip, Omnichat, nuvem e IA, além de quem indica.

Postura: a Miner não disputa com o parceiro de criação; ela prova o trabalho dele com dado.

9

ESTRUTURA DE CUSTOS

35% time, 20% ferramentas, 18% impostos, 10% demais; margem de 20% a 30%.

Leitura: modelo enxuto, puxado por gente e tecnologia.

O3 • SEGMENTO DE CLIENTES

GRANDES EMPRESAS B2B *com venda complexa*

Líderes de mercado que já investem em sistemas e mídia, mas não conseguem transformar esse investimento em previsão de receita, porque cada ferramenta guarda um pedaço da história.

O cliente ideal

Indústrias, distribuidoras, redes de varejo e concessionárias que vendem para outras empresas, com operação comercial grande e diretoria que cobra número.

Indústria · Distribuição · Rede de lojas · Concessionária

FATURAMENTO

R$ 100 mi+

por ano

FUNCIONÁRIOS

200 a 2.000+

com área comercial e de marketing própria

TIME COMERCIAL

10+

vendedores e SDRs, venda consultiva e recorrente

CANAIS DE VENDA

Lojas, WhatsApp, representantes e marketplace ao mesmo tempo

SISTEMAS QUE JÁ USA

Salesforce · HubSpot · SAP · TOTVS · Blip · Omnichat

QUEM DECIDE

Dono ou diretoria comercial e de marketing

GEOGRAFIA

Sem recorte regional: base em Fortaleza, clientes no Brasil inteiro, nos Estados Unidos e na França.

O QUE ELES TÊM EM COMUM

Já contrataram CRM, ERP, plataforma de WhatsApp e mídia, mas os dados ficam soltos entre os sistemas.

O4 • PROPOSTA DE VALOR

Receita previsível. Saber antes do mês começar quanto vai vender e de onde a venda vem.

A Miner une venda, dados e tecnologia para que as ferramentas que a empresa já tem (CRM, WhatsApp, ERP, mídia) conversem entre si, com cada número com fonte e hora.

01
Investe e não mede

A mídia roda, mas ninguém sabe quanto custou cada venda.

→ origem carimbada em cada contato

02
Não sabe para onde crescer

Falta saber qual região, produto ou canal merece a próxima verba.

→ funil por canal, praça e produto

03
Quem mede não melhora

O relatório chega, mas não vira ação na semana seguinte.

→ meta contra realizado com dono e prazo

04
Diretoria sem número confiável

Cada área tem sua planilha, e os números não batem.

→ painel vivo, atualizado todo dia

05
Ferramentas que não conversam

CRM, ERP, WhatsApp e mídia contratados, cada um isolado.

→ integração do que já existe

06
Carteira no celular do vendedor

Quando o vendedor sai, o cliente vai junto.

→ carteira no CRM da empresa

07
Contato que espera, esfria

O lead chama no WhatsApp e fica horas sem resposta.

→ fila única e vendedor virtual

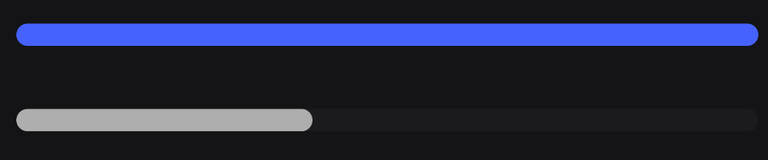
08
Cliente que compra e some

Não há régua para trazer o cliente de volta.

→ régua de recompra no CRM

O QUE A MINER MEDIU: A ESPERA DERRUBA A VENDA

Atendimentos de uma indústria atendida pela Miner, por tempo até a primeira resposta do vendedor



Percentual de atendimentos que viraram venda. Correlação medida, não promessa de resultado.

Fonte plataforma de atendimento do cliente **Período** 08/06 a 11/09/2026, 2.351 atendimentos **Coleta** setembro de 2026



Não é agência
Nem consultoria de slide. Diagnostica, constrói e opera junto.

Usa o que já existe
Liga as ferramentas que o cliente já paga em vez de vender outra.

Tecnologia própria
MinerCRM, vendedor virtual, painéis vivos e radar de concorrência.

Mede todo mês
Meta contra realizado, com fonte e hora em cada número.

05 • CANAIS

DA INDICAÇÃO AO *painel do cliente*

O cliente chega por confiança (indicação) ou por curiosidade (diagnóstico online). A entrega acontece em ferramentas próprias da Miner, que deixam o trabalho visível toda semana.



COMO O CLIENTE CHEGA

PORTA 1

Indicação

Cliente, sócio ou conselheiro apresenta a Miner.

PORTA 2

Diagnóstico online

O empresário responde a anamnese no site da Miner.

PASSO 3

Leitura do diagnóstico

Retrato de onde a venda se perde, com radar da concorrência.

PASSO 4

Apresentação sob medida

Página própria para o cliente, com a obra e o investimento por etapa.

PASSO 5

Start

Escolha das etapas, abertura de acessos e primeiros 30 dias.

COMO O TRABALHO CHEGA AO CLIENTE

Portal próprio

Pedido, meta e atendimento num endereço do cliente.

Painel vivo

Atualiza sozinho, com fonte e hora em cada número.

Deck mensal

Resultado do mês para a diretoria.

Grupo de WhatsApp

Dia a dia com o time do cliente.

Asana

Cada tarefa com dono e prazo.

Reunião semanal

Cerimônia de ritmo com o cliente.

06 • RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

UMA OBRA VIVA, *com dono dos dois lados*

O relacionamento é próximo e contínuo. Projeto não tem fim: depois da fundação, a obra segue crescendo, e os clientes ficam por anos.



Toda semana

Cerimônia semanal

Ritmo com o time do cliente: o que andou, o que travou, o que vem.

A cada 30 dias

Uma entrega visível

Algo novo no ar todo mês: painel, régua, robô, página.

Todo mês

Reunião de resultado

Meta contra realizado com a diretoria, com fonte em cada número.

Por anos

Relacionamento longo

Projeto contínuo: a obra não termina, ela cresce com o cliente.



LADO MINER

Squad dedicado, com um gestor de projeto dono da conta e o fundador na estratégia.

UM DONO DE CADA LADO



LADO DO CLIENTE

Diretoria como dona da decisão e um responsável por frente (comercial, atendimento, marketing).

07 • ATIVIDADES-CHAVE

A GENTE CONSTRÓI *como quem levanta uma casa*

Cinco andares, de baixo para cima. A fundação é obrigatória: mídia sobre contato que se perde só faz o erro andar mais rápido.





O QUE ACOMPANHA CADA ANDAR

Diagnóstico e auditoria
Onde a venda se perde, com entrevista de vendedores e SDRs.

Integração de sistemas
CRM, ERP, WhatsApp e mídia ligados entre si.

IA e automação
Agentes de IA, robôs e integrações próprias.

Treinamento de time
Vendedores, SDRs e atendimento usando o sistema novo.

Inteligência competitiva
Radar mensal de anúncios, Google e redes da concorrência.

Governança
Ritmo de gestão e meta contra realizado com a diretoria.

O8 • RECURSOS-CHAVE

GENTE, MÉTODO *e tecnologia própria*

O que a Miner precisa ter para entregar: um time enxuto de gestores, um método testado em 150+ projetos e ferramentas construídas dentro de casa.

ESTRUTURA DO TIME

Fundadores
estratégia e relacionamento

- **4 gestores de projeto** — um dono por conta
- **Conteúdo** — texto e roteiro
- **Atendimento comercial** — relação com clientes
- **Redes sociais** — publicação e comunidade
- **Freelancers técnicos** — sob demanda

MÉTODO SMART COMPANY: 6 EIXOS

01 Estratégia — posicionamento e modelo

02 Processo — quem faz o quê

03 Execução — ordem e prioridade

04 Indicadores — o que mede o desvio

05 Governança — ritmo de decisão

06 Viabilidade — custo e retorno

TECNOLOGIA PRÓPRIA

MinerCRM
CRM próprio para carteira e campanhas

Vendedor virtual
IA no WhatsApp que conversa e passa ao vendedor

Painéis vivos
Atualizam todo dia, com fonte e hora

Radar de concorrência
Portal mensal por cliente

Portais de cliente
Pedido, meta e atendimento

Motor de decks
Relatório mensal automático

12 ANOS DE DADOS E CASES

Base de resultados, referências e benchmarks de 150+ projetos.

MARCA E REDE DO FUNDADOR

Reputação e relacionamento que trazem as indicações.

09 • PARCEIROS-CHAVE

UM ECOSSISTEMA *em volta do cliente*

A Miner é especialista nas plataformas que o cliente já usa e trabalha ao lado de quem cria a marca dele. Não disputa a peça com quem cria: entrega a régua e o dado que provam o trabalho de todos.



MÍDIA

Meta · Google

Onde roda a captação paga.

CRM E E-COMMERCE

Salesforce · HubSpot · VTEX · Shopify · Magento

Onde mora o cliente e o pedido.

WHATSAPP E ATENDIMENTO

Blip · Omnichat · Suri · ChatGuru

Onde a conversa vira venda.

NUVEM E IA

Vercel · Supabase · Anthropic

Onde rodam os produtos da Miner.

AGÊNCIAS E PLATAFORMAS

Parceiros das plataformas em que a Miner é especialista.

PARCEIROS DE CRIAÇÃO

Quem cuida da marca do cliente, trabalhando junto.

QUEM INDICA

Clientes, sócios e conselheiros que trazem novas contas.

COLIGADAS E FREELANCERS

Empresas do grupo e especialistas técnicos sob demanda.

10 • FLUXO DE RECEITAS

RECEITA RECORRENTE *por etapa da obra*

O cliente escolhe as etapas depois da fundação e paga um valor mensal por etapa. Não há pacote fechado: cada andar é contratado quando faz sentido.

FONTE PRINCIPAL

Fee mensal recorrente por etapa contratada

Consultoria
o trabalho do time Miner na etapa

+

Ferramentas e autorizações
tecnologia e licenças usadas na etapa

Projeto contínuo
a obra não termina

Mínimo de 3 meses
tempo para a fundação dar resultado

Saída com aviso
de 30 dias

Reajuste
anual

SERVIÇO

Auditoria e consultoria

Auditoria de processo comercial e consultoria estratégica.

SERVIÇO

Diagnóstico

Leitura de onde a venda se perde, com radar da concorrência.

ESCOPO FECHADO

Projetos pontuais

Implantação de CRM, landing page, apresentação comercial.

RECORRENTE

Licença de tecnologia

MinerCRM, vendedor virtual e portais como ferramenta.

PONTUAL

Treinamentos

Treino de time comercial e de atendimento do cliente.

Não é receita da Miner: a verba de mídia é paga pelo cliente direto ao Meta e ao Google, assim como as licenças de CRM e de WhatsApp que ele já contrata.

11 • ESTRUTURA DE CUSTOS

PARA ONDE VAI *cada real da receita*

Modelo enxuto, puxado por gente e tecnologia. O maior custo é o time; o segundo, as ferramentas e autorizações que sustentam cada etapa entregue.

DISTRIBUIÇÃO MÉDIA SOBRE A RECEITA

Time remuneração dos gestores e do time		35%
Ferramentas e autorizações softwares, nuvem, IA, APIs		20%
Impostos tributos sobre o faturamento		18%
Demais freelancers, estrutura, capacitação		10%
Margem varia conforme o mês e o projeto		20 a 30%

Fonte gestão financeira da Miner, declarado pelo fundador **Período** média de 2026 **Coleta** novembro de 2026

A LEITURA EM UMA FRASE

Um terço vai para o time, um quinto para a tecnologia.



Time · Ferramentas · Impostos · Demais · Margem

Percentuais aproximados. Quando a margem chega a 30%, o espaço sai dos custos variáveis (demais e ferramentas).

13 • A MINER PELA LENTE DA DISCIPLINA

INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO e ética no modelo

O Canvas mostra como a Miner funciona. Esta página mostra por que ela é um caso da disciplina: o que inova, como empreende e quais regras éticas sustentam o modelo.



INOVAÇÃO

Ligar, não vender

- **Inovação de modelo de negócio:** em vez de vender mais uma ferramenta, a Miner faz as ferramentas que o cliente já paga conversarem.
- **Inovação de processo:** a venda vira um sistema medido, da origem do contato até o pedido.
- **IA aplicada à venda:** vendedor virtual no WhatsApp, painéis que se atualizam sozinhos, radar de concorrência.

Tipo de inovação: incremental na tecnologia, radical na forma de entregar (consultoria que constrói e opera junto).

EMPREENDEDORISMO

De Fortaleza para o mundo

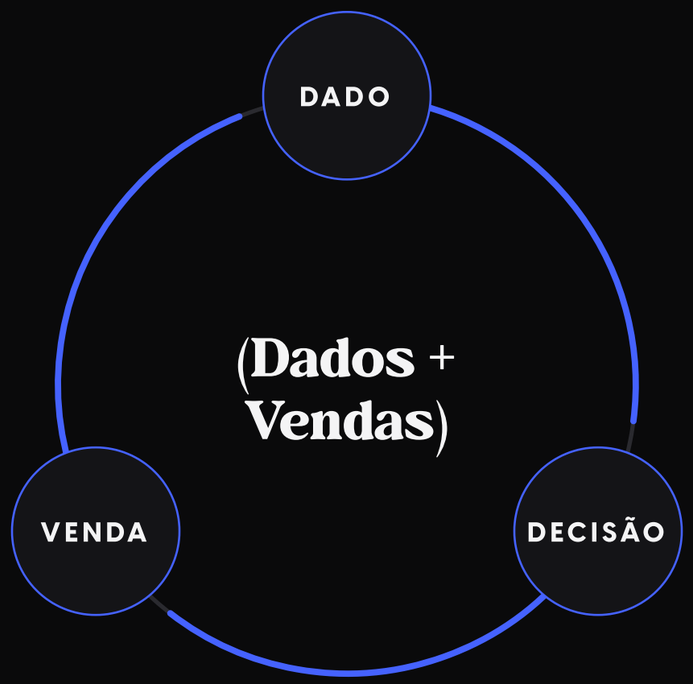
- **12 anos** de operação, nascida em Fortaleza, com clientes no Brasil inteiro, nos EUA e na França.
- **Receita recorrente:** fee mensal por etapa dá previsibilidade para a própria Miner, o mesmo que ela promete ao cliente.
- **Escala enxuta:** time pequeno com tecnologia própria atende grandes contas com margem de 20% a 30%.

Perfil empreendedor: transformou experiência prática (150+ projetos) em método replicável, o Smart Company.

ÉTICA

Número com fonte

- **Sem número inventado:** cada dado mostra fonte, período e hora da coleta; sem dado, a tela diz "sem dado".
- **Privacidade:** dados de clientes tratados conforme a LGPD; cases divulgados sem o nome do cliente.
- **IA com limite:** o vendedor virtual tira dúvida e passa a conversa para uma pessoa; não fecha negócio sozinho.
- **Transparência:** a verba de mídia é paga pelo cliente direto ao Meta e ao Google, sem margem escondida.



UM CICLO QUE *se alimenta sozinho*

O segmento (grandes B2B) tem ferramentas e dados soltos. A proposta (receita previsível) liga essas peças. As atividades e os recursos constroem o sistema, os parceiros fornecem as plataformas, e o fee recorrente paga uma operação enxuta, com margem entre 20% e 30%. Cada venda gera dado, cada dado melhora a próxima decisão.

INTEGRANTES
Bruno, Natasha e Welson

DISCIPLINA
Inovação, Empreendedorismo e Ética

EMPRESA
Miner, novembro de 2026