



StartUP@cria

PROGRAMA DE IDENTIFICAÇÃO
E POTENCIAÇÃO DE PROJETOS
EMPRESARIAIS INOVADORES



UAlg cria

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
DIVISÃO DE EMPREENDEDORISMO
E TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA

Business Model Canvas

João Rodrigues

Agenda

Descrição geral do modelo

Componentes do modelo:

- Segmentos de Clientes
- Proposta de Valor
- Canais de Distribuição
- Relações com os Clientes
- Fontes de Rendimento
- Recursos-Chave
- Atividades-Chave
- Parcerias-Chave
- Estrutura de Gastos

Descrição Geral

Business Model Canvas

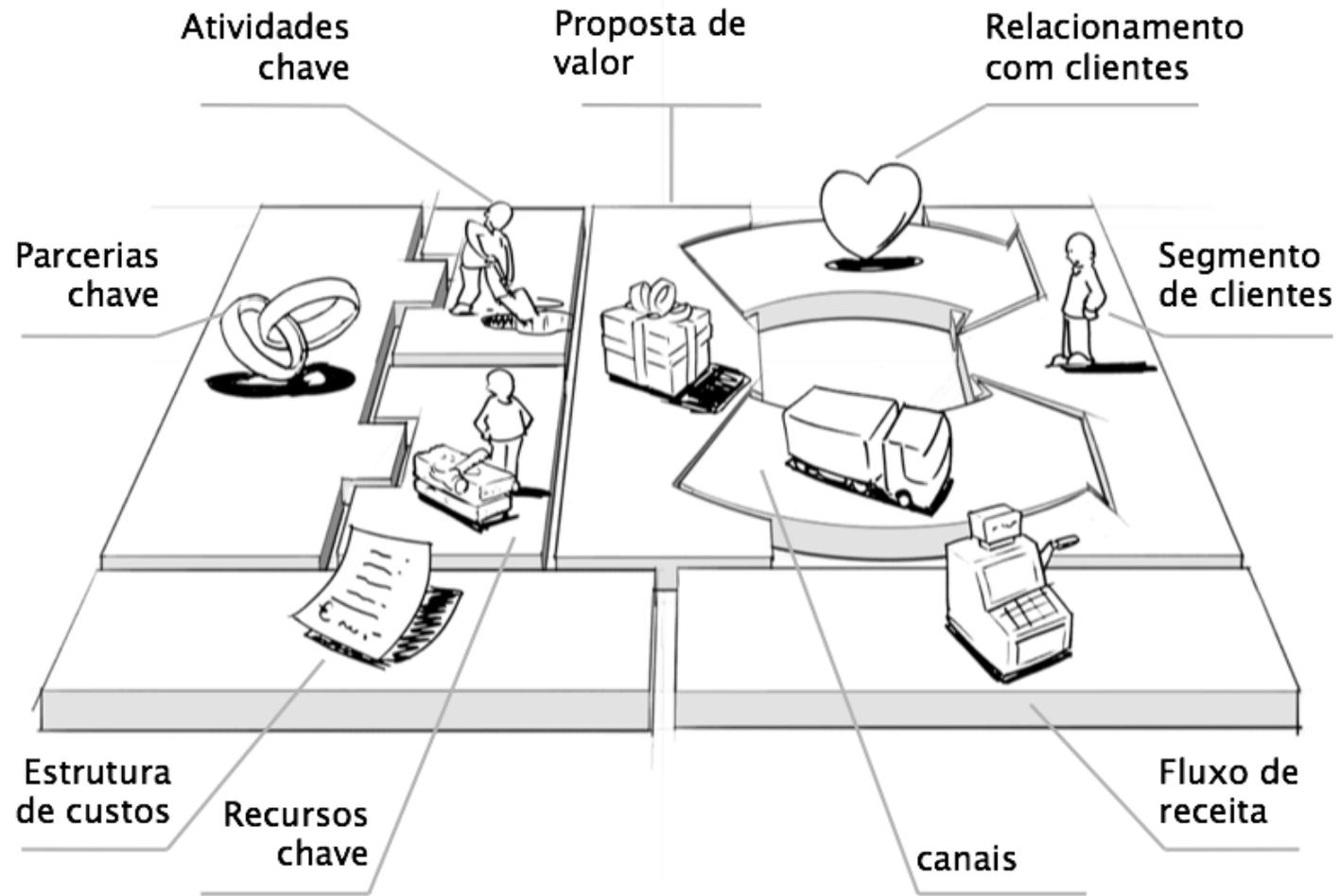
- ▶ Modelo desenvolvido por Alexander Osterwalder com o objetivo de promover a:
 - ▶ Inovação;
 - ▶ Prototipagem;
 - ▶ Co-criação (criação colaborativa)Na conceção de um plano de negócio.

- ▶ Permite, de uma forma simples e intuitiva, sistematizar a informação relevante para um plano de negócios, agrupando-a em nove blocos temáticos, relevando ainda a interação entre os vários blocos.

| | | | | |
|---|---|--|--|---|
| <p>Parceiros-chave </p> | <p>Atividades-Chave </p> | <p>Proposta de Valor </p> | <p>Relações com os Clientes </p> | <p>Segmentos de Clientes </p> <p>Mercado de nicho</p> <p>Clientes (B2B)</p> |
| <p>Estrutura de Gastos</p> | <p>Recursos-Chave </p> | | <p>Canais de Distribuição </p> | |
| | <p>Principais custos </p> | <p>Fontes de Rendimento</p> <p>Vendas de produtos B2B</p> <p>Vendas de produtos B2C </p> | | |

Os Blocos do Business Model Canvas

Vamos agora compreender cada um dos nove blocos.



Business Model Canvas



1. Segmentos de Clientes

Para quem vamos criar valor?

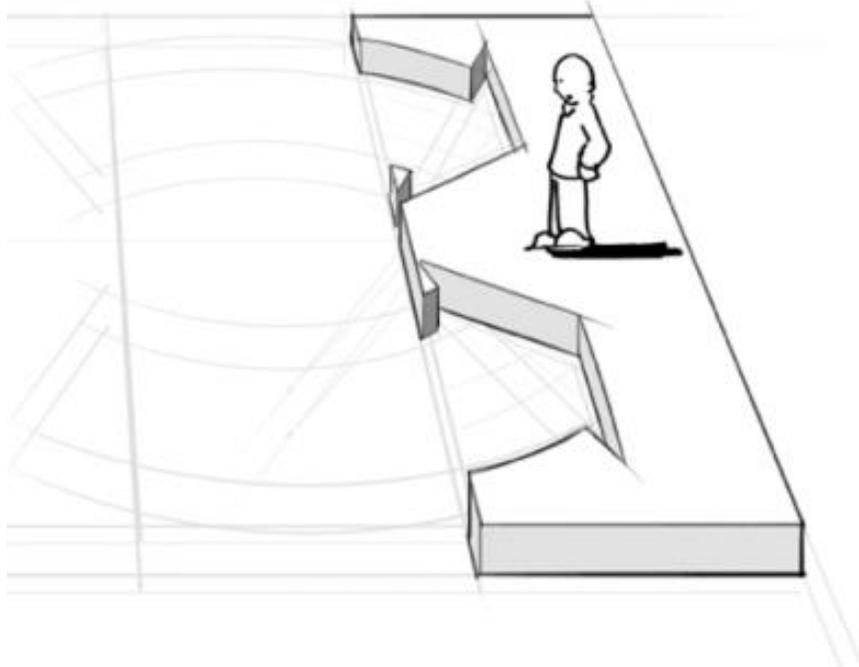
Quem são os nossos clientes?

Para que segmentos de mercado nos dirigimos?

NOTA: Os critérios para a segmentação do mercado podem ser:

- Idade
- Género
- Poder de compra
- Hábitos de consumo
- Profissão
- ...

Clientes



2. Proposta de Valor



Quais os atributos que tornam a Proposta de Valor única e singular (inovadora) aos olhos dos clientes?

Que benefícios a proposta de valor entrega aos clientes?

Quais as necessidades que procuramos satisfazer?

Que problemas nos propomos resolver?

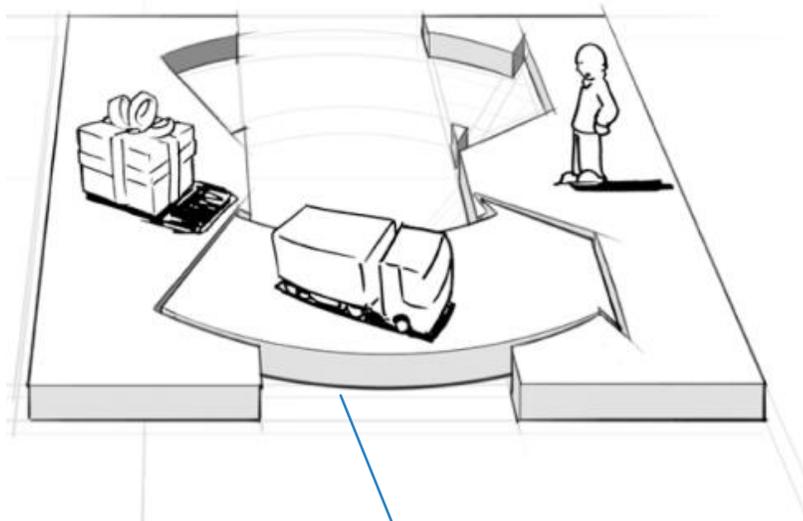
3. Canais de Distribuição

Componente que faz a ligação entre a proposta de valor e os clientes.

Refere-se ao modo como a empresa:

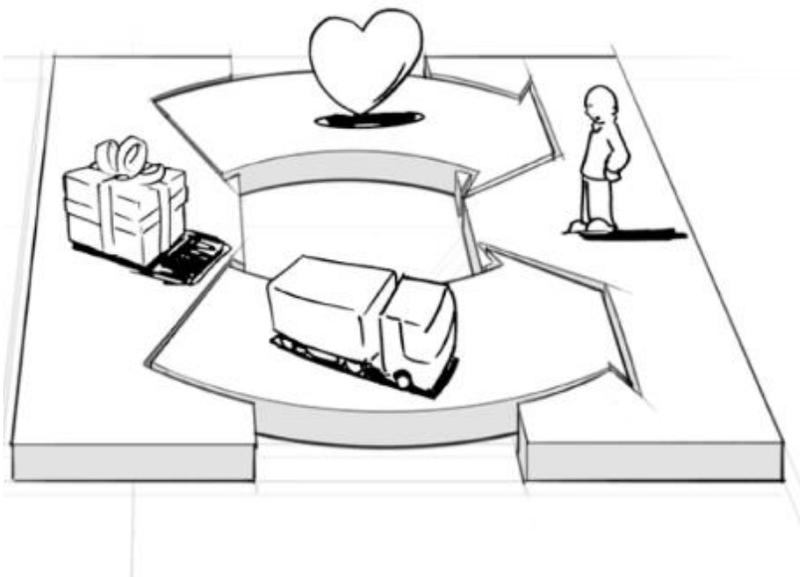
- Comunica a proposta de valor ao cliente;
- Concretiza as vendas;
- Entrega o bem ou serviço ao cliente;

Quais os canais de comunicação e distribuição mais eficientes do ponto de vista dos gastos?



Canais de distribuição

Relacionamento



4. Relações com os Clientes

Que estratégias para captar e fidelizar os clientes?

Como estabelecer uma ligação emocional positiva entre a empresa e os clientes?

O relacionamento com os clientes pode ser:

- Pessoal (interação humana);
- Self-service;
- Automatizado;

5. Fontes de Rendimento

Como os clientes vão pagar os benefícios que obtêm com a proposta de valor?

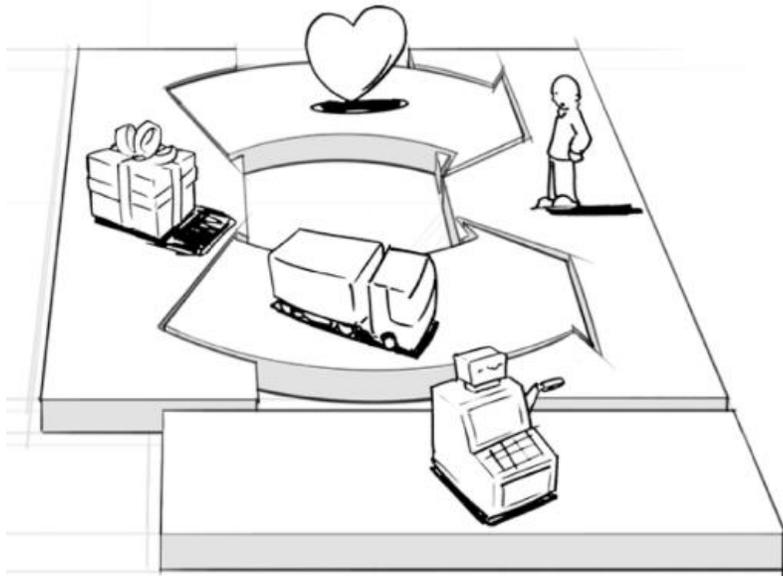
Modelos de rendimento:

- Venda
- Aluguer
- Assinatura
- Licença
- Leilão
- ...

Quais as formas de rendimento preferidas?

Podem existir várias fontes de rendimento?

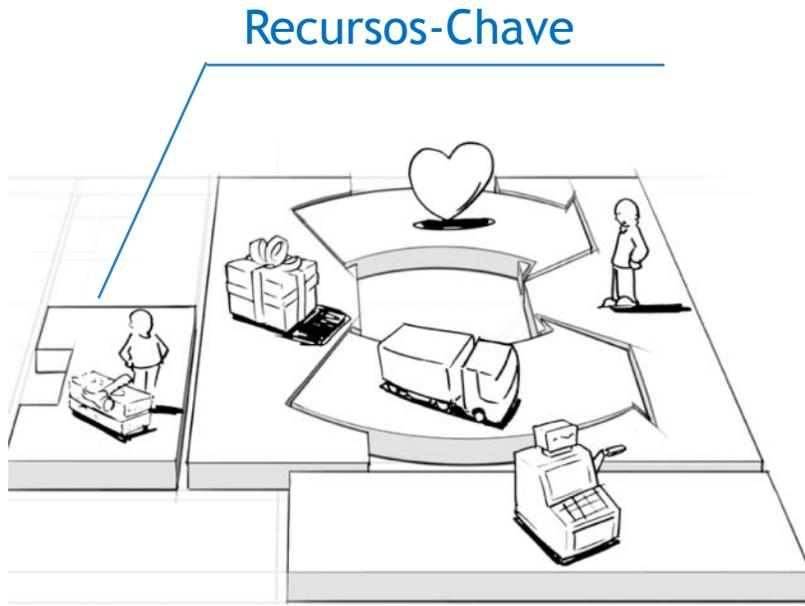
Constituem uma fonte importante de inovação.



Fontes de rendimento

6. Recursos-Chave

Correspondem aos ativos mais importantes para gerar a proposta de valor que a empresa pretende entregar.

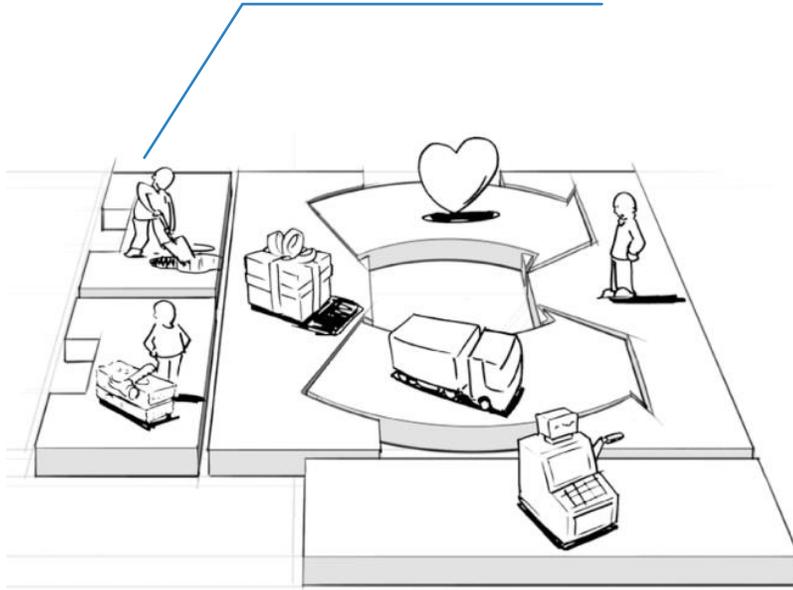


- ❑ Ativos físicos: Equipamentos, instalações (localização), viaturas, ...
- ❑ Ativos intangíveis: propriedade intelectual (patentes, licenças, direitos de autor, ...), software, ...
- ❑ Recursos humanos;
- ❑ Recursos financeiros adequados;

Os recursos-chave podem ser propriedade da empresa ou de terceiros (p.ex. aluguer)

7. Atividades-Chave

Atividades-Chave



São as atividades mais importantes para assegurar o funcionamento do negócio:

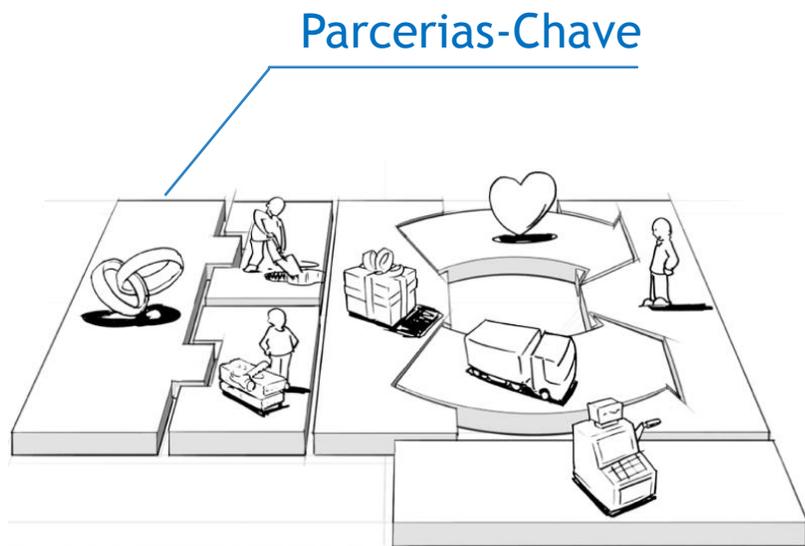
- Produção de bens e serviços
- Desenvolvimento de produto
- Promoção e vendas
- Assistência pós-venda
- Gestão de plataforma ou página *web*
- ...

Por regra as atividades-chave são indispensáveis para:

- Chegar ao mercado
- Manter as relações com os clientes
- Obter os rendimentos

8. Parcerias-Chave

Reporta-se ao relacionamento com os fornecedores de matérias-primas, mercadorias e serviços indispensáveis para a entrega de valor aos clientes.



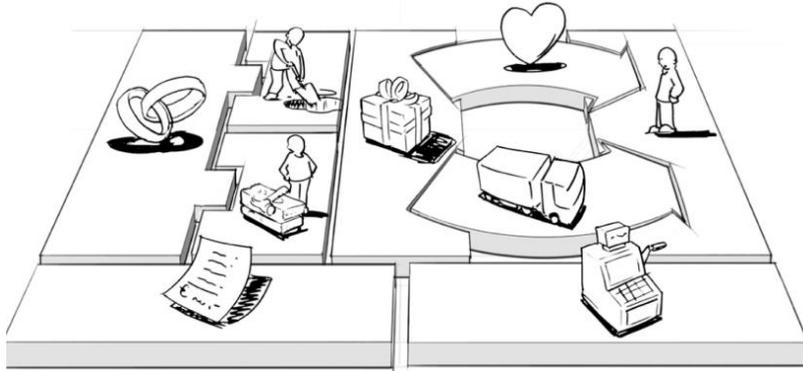
- Quem são os fornecedores-chave?
- Quais os recursos-chave que estamos a adquirir aos nossos parceiros?
- Quais as atividades-chave realizadas pelos nossos parceiros?

As parcerias-chave ajudam a otimizar processos, mitigar riscos ou adquirir recursos-chave.

9. Estrutura de Gastos

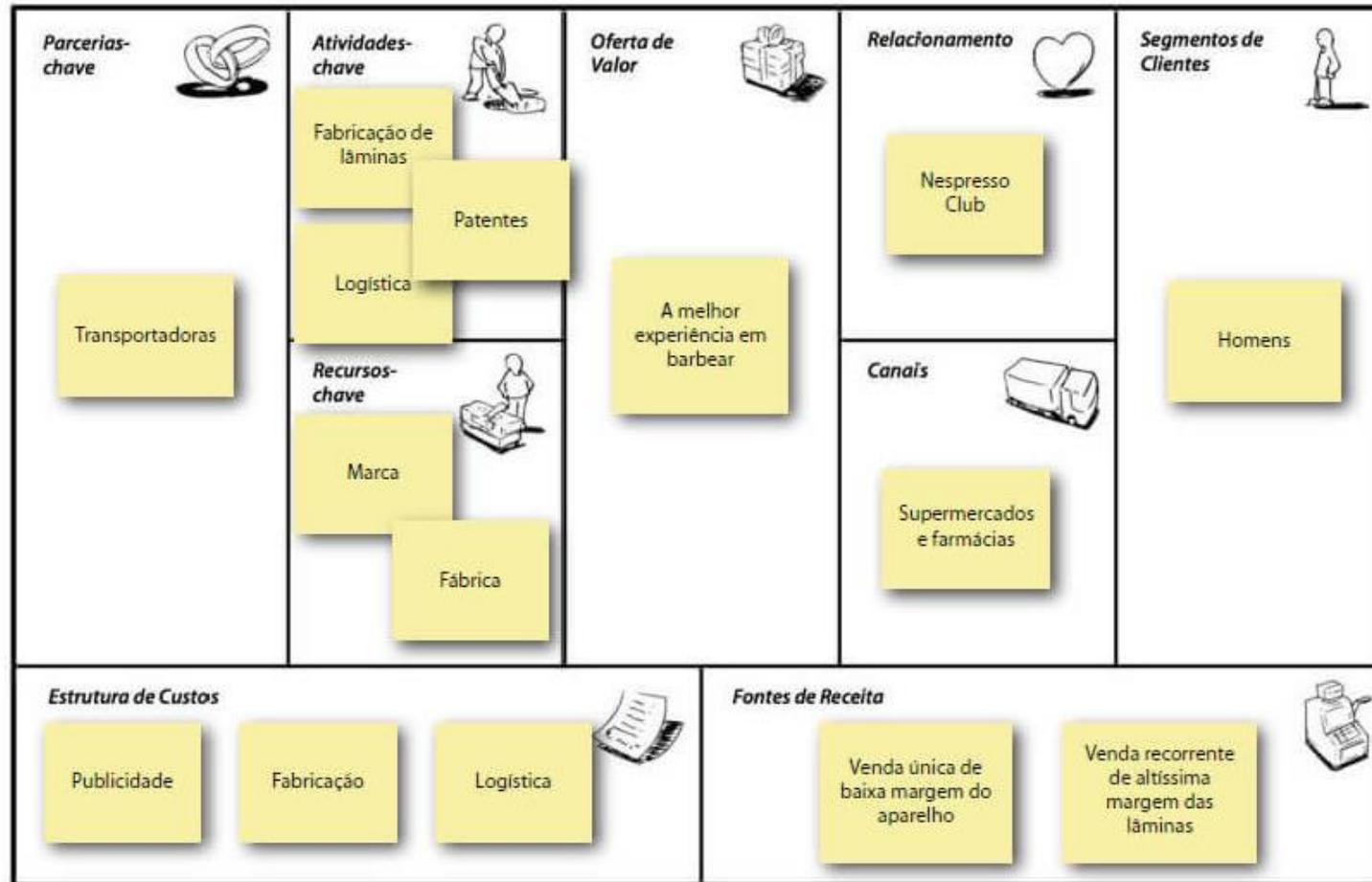
Principais categorias de gastos associadas ao funcionamento do negócio, com origem nos blocos:

- ❑ Recursos-chave;
- ❑ Atividades-chave;
- ❑ Parcerias-chave; ou
- ❑ Canais de distribuição.



Estrutura de Gastos

Gillette



NESPRESSO

