

**MODELO CANVAS: COMO IDENTIFICAR TODOS OS PONTOS
NECESSÁRIO PARA SE INICIAR UM PLANEJAMENTO DE NEGÓCIO**

SAMUEL BEZERRA SILVA

MAYARA BATISTA ARAUJO BEZERRA

JUAZEIRO DO NORTE –CE

2018

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
CANVAS.....	3
SEGMENTO DE CLIENTES	4
PROPOSTA DE VALOR	5
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO.....	5
RELACIONAMENTO COM CLIENTE	6
ATIVIDADES CHAVE.....	6
RECURSOS CHAVE.....	7
PARCEIROS CHAVE	7
ESTRUTURA DE CUSTOS.....	8
FLUXO DE RECEITA	8
CONSIDERAÇÕES FINAIS	10
REFERÊNCIAS.....	11

INTRODUÇÃO

Iremos apresentar um modelo, onde identificaremos todos os pontos necessário para se iniciar um planejamento de negócio. Para termos uma base melhor para se analisar esse modelo iremos utilizar uma ferramenta de gerenciamento estratégico, onde desenvolveremos um tipo de esboço.

A ferramenta utilizada será o *Business Model Canvas* ou “Quadro de modelo de negócios”, mais conhecido como simplesmente Canvas. O *Business Model Canvas* foi inicialmente proposto por Alexander Osterwalder, baseado no seu trabalho anterior sobre Business Model Ontology, as descrições formais do negócio se tornam os blocos para construir suas atividades, que conta com nove blocos de atividades para com utilização de post it para colocar todas as ideias no projeto.

Iremos apresentar e descrever mais minuciosamente cada bloco e usaremos essa estratégia para analisar a viabilidade de uma loja de artigos criativos e moda alternativa na cidade de Juazeiro do Norte.

CANVAS

O Canvas segundo o SEBRAE (2017) é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. É um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos. Com isso, poderá ter uma visão ampla do negócio e saber os pontos principais para planejá-lo. Segundo Chiavenato (2012, p. 150),

O plano de negócios - business plan – é um documento que abarca um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento e define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos, bem como para facilitar sua implantação.

Os nove blocos do canvas são: Segmento de Clientes; Propostas de Valor; Canais de Distribuição; Relacionamento com o Cliente; Atividades Chaves; Recursos Chaves; Parcerias Chaves; Estrutura de Custo e Fluxos de Receitas.

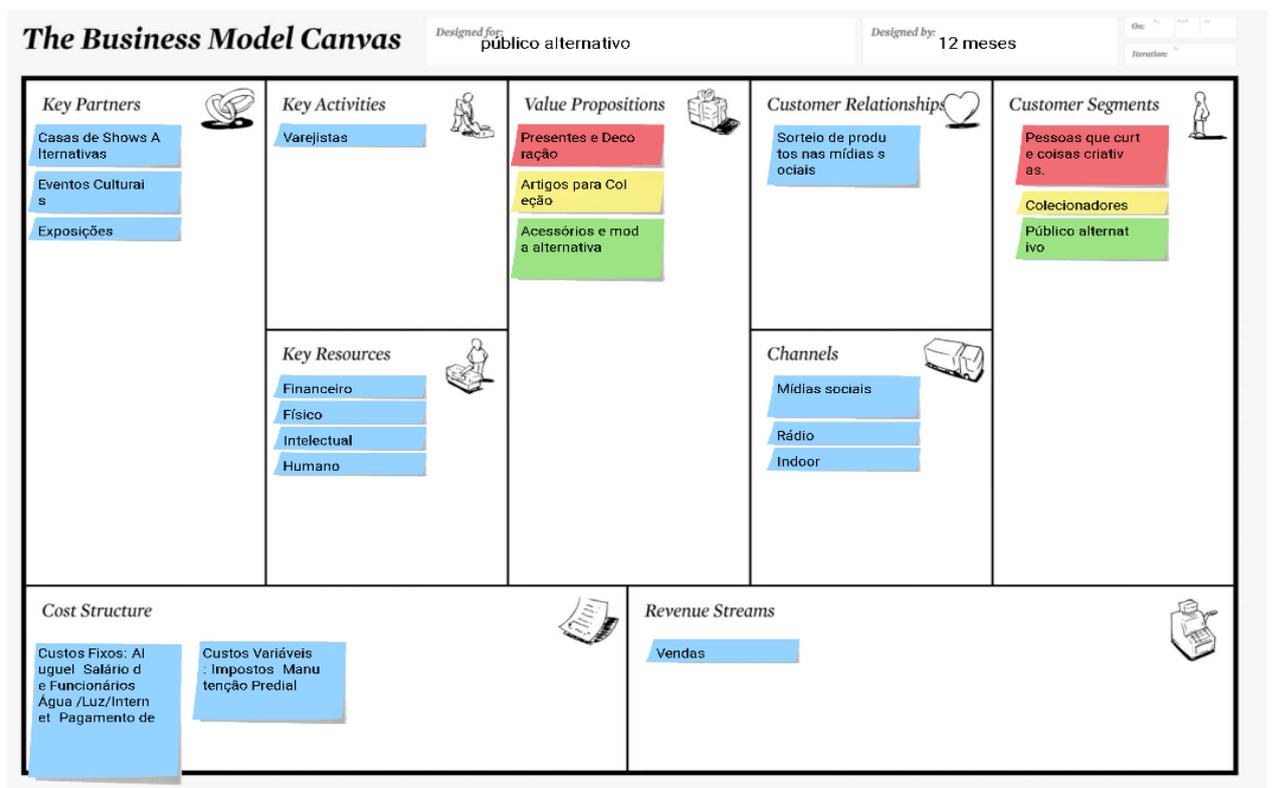
O modelo a seguir se trata de uma loja com o nome de caverna do dragão, é uma empresa de artigos diversos para pessoas que tem um estilo alternativo, que consomem acessórios e roupas voltadas para o estilo Geek, Rocker, Nerds e outros.

Segundo Biagio e Batocchio (2012, p.116) ter o público alvo bem estruturado é de suma importância pois:

Uma vez identificado o mercado geral, busca-se a definição do mercado-alvo, e essa definição é um dos principais problemas de todas as empresas. A probabilidade de sucesso de um empreendimento que não tenha um segmento de mercado claramente definido é ínfima. Nenhuma empresa poderá atender a todos os tipos de clientes, e quem tentar fazê-lo acabará por não atender a nenhum tipo.

Abaixo segue o modelo de um Canvas estruturado com todas as informações necessárias para nortear o planejamento do negócio.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

SEGMENTO DE CLIENTES

O Canvas se inicia com o bloco de cliente, neste bloco procura-se mapear para quem se está criando valor e quem são os potenciais clientes para os objetivos pretendidos.

1-Para quem está se criando valor?

Pessoas que tem estilos e gostos alternativos. Clientes que gostam de produtos customizados e criativos. Entre os mundos underground, nerd, geek, mochileiro ou simplesmente os viciados em redes sociais.

2-Quem são nossos mais importantes clientes?

Pessoas que gostam ao mesmo tempo de rock, reggae e animes.

3-O que eles querem?

Procuram originalidade e produtos diferenciados.

PROPOSTA DE VALOR

No bloco Proposta de Valor são cunhadas propostas que acatem a determinadas necessidades dos potenciais clientes, sempre tendo os objetivos de negócio norteando a dinâmica. Exemplo de propostas de valor podem ser Conveniência, Personalização, Apoio a decisão, Rapidez, Redução de custos, entre outros. Os Segmentos de Compradores e as Propostas de Valor são os fundamentais meios, sobre os quais todo o restante do Canvas se sustentará.

1- O que estamos entregando ao cliente?

Itens de coleção e moda alternativa.

2-Para quem estamos entregando?

Usuários de produtos alternativos e itens de colecionadores

3-O que motiva ele a comprar de você?

Portfolio de produtos alternativos variados.

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Com base nas informações prévias de clientes potenciais e propostas de valor, é necessário refletir em como fazer com que estes dois elementos fundamentais se encontrem. Logo, são determinados e indicados os Canais de Distribuição.

1-Por quais canais seus segmentos de clientes querem ser atingidos?

Radio, redes sociais, indoor.

2-De que forma você chegará ao seu cliente?

Lojas físicas e mídias sociais, panfletos, rádio e divulgação em eventos.

3-Quais possuem melhor custo benefício?

Mídias sociais e divulgação em eventos.

RELACIONAMENTO COM CLIENTE

É preciso entender como se dará os Relacionamentos com os Clientes, que deve ter a finalidade de fortalecer o envolvimento do cliente com o negócio.

1-Que tipo de relacionamento cada segmento de cliente espera ser estabelecido e mantido com eles?

Promoções de aniversário, sorteio de brindes mensais, atendimento diferenciado.

2-Como ele é feito?

Através de mídias sociais, contato por telefone e meios de fidelização dos clientes.

3-Quais os custos desse relacionamento?

Itens de sorteio de até 70 reais mensais e custos de ligação por telefone para manter o contato com os clientes.

ATIVIDADES CHAVE

As Atividades-Chaves são todas as atividades sem as quais não seria viável acolher as propostas de valor, estabelecer os canais necessários e conservar os relacionamentos.

1-Quais as atividades chave que a proposta de valor precisa?

Vendas de produtos, financeiro e Estoque.

2-O que elas fazem?

Pagamentos, reposição de estoque.

3-Quais as mais importantes?

Vendas em geral.

4-Quais os relacionamentos?

O cliente entra na loja, verifica os produtos, escolhe o produto se dirige ao caixa efetua o pagamento e sai da loja com o produto.

RECURSOS CHAVE

Os Recursos-Chave são os recursos relacionados diretamente ao funcionamento do modelo de negócio. Podem ser Equipes, Máquinas, Investimentos e Plataformas de tecnologia, por exemplo.

1-Quais recursos chaves a proposta de valor precisa?

FINANCEIRO	FÍSICO	INTELECTUAL	HUMANO
CAIXA	IMÓVEL	CONSULTOR DE MERCADO	CAIXA
VENDEDORES	COMPUTADORES	PROPRIEDADE DE CONHECIMENTO	VENDEDORES
	CADEIRAS	BASE DE DADOS DOS CLIENTES	
	PRATELEIRAS E VITRINES		
	ESTOQUE		

PARCEIROS CHAVE

Já os Parceiros Chave são todos aqueles que podem colaborar tanto com as Atividades-Chave quanto com os Recursos-Chave. Algumas parcerias, como as de Fornecedores, podem disponibilizar máquinas para atender a algum Recurso-Chave.

1-Quais os parceiros chave?

Casas de show alternativos, Exposições e Eventos culturais.

2-Quem são nossos fornecedores chaves?

Fabricantes de produtos alternativos e bonecos de figura de ação

3-Quais recursos chaves são adquiridos dos parceiros?

Divulgação da nossa empresa.

4-Quais atividades chaves os parceiros fazem?

Marketing da loja.

ESTRUTURA DE CUSTOS

Representando os custos necessários para se manter e estabelecer toda a solução proposta, há o bloco Estrutura de Custos, que sugere, por exemplo, a necessidade de se pagar a manutenção das máquinas previstas, os Pagamentos dos parceiros contratados, o Custo recorrente de infraestrutura, o Custo das equipes envolvidas por exemplo.

1-Quais os principais custos inerentes ao modelo de negócio?

Fornecedores.

2-Investimentos

Três acionistas, cada um entrará com um capital inicial de R\$15.000.

3-Custos fixos

Aluguel

Salário de Funcionários

Água/Luz

Fornecedor

Internet

4-Custos variáveis

Impostos

Manutenção Predial.

5-Quais recursos chaves são mais caros?

Físico, pois envolve todo os produtos da loja.

6-Quais atividades chaves são mais caras?

As miniaturas figuras de ação.

FLUXO DE RECEITA

Por fim, na dimensão direita, temos as Linhas de Receita que registram como a solução em construção anseia determinar receitas, tendo como base as propostas de valor sugeridas.

1-Por qual valor os clientes estão realmente dispostos a pagar?

Estão pagando em média R\$89,00 a R\$399, 00 no nosso produto mais rentável.

2-Pelo que eles atualmente pagam?

Pela originalidade e criatividade do produto.

3-Como eles estão pagando atualmente?

Embora sejam bastante exigentes estão dispostos a pagar muito caro.

4-De que forma eles estão pagando atualmente?

De todas as formas de pagamento, a vista ou cartão crédito e débito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ferramenta Canvas pode promover muito a compreensão de novos produtos e serviços, através do aprendizado e esboço de seus nove elementos fundamentais. Também permite criar várias opiniões, criando assim um entrosamento entre dos participantes do projeto e gerando indicadores intensos para a inovação estratégica.

Com base no modelo de negócio podemos observar que a loja caverna do dragão é um segmento novo da região, com poucos concorrentes e grande demanda, a loja se destaca pelos produtos criativos e personalizados. Através da ferramenta analisada no nosso trabalho, podemos constatar a viabilidade do negócio na região, pois percebemos um grande crescimento do público alternativo e a escassez desse segmento na região.

REFERÊNCIAS

SEBRAE. **Canvas: como estruturar seu modelo de negócio**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocio,6dab288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acessado em: 11/12/2018

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando Asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Editora Manole, 2012. 150p.

BIAGIO, Luiz Arnaldo e BATOCCHIO, Antônio. **Plano de Negócios**: Estratégia para Micro e Pequenas Empresas. 2. ed. São Paulo: Editora Manole, 2012. 116p.