

## **Principais diferenças entre o Plano de negócio e o método Canvas e quais situações cada modelo é mais indicado.**

### **O plano de negócios**

É o estudo do negócio, produtos e serviços do empreendimento, atuais ou futuros, considerando todas as suas questões estratégicas, táticas e operacionais. O foco é a análise econômico financeira, ou seja, avaliar a viabilidade do negócio. A análise de viabilidade é um processo estruturado que considera os fatores externos e internos e são avaliados em relação aos resultados requeridos pelo negócio.

Os fatores externos e internos, são analisados alguns tópicos específicos: mercado, tecnologia, vantagem competitiva, estabelecimento das estratégias, consolidação do modelo de administração (processos de planejamento), estabelecimento e análise de indicadores econômico-financeiros, situação de fatores externos, sinergia entre produtos e serviços, qualidade das negociações realizadas e capacitação profissional das equipes de trabalho

### **Principais situações para empregar o Plano de Negócios:**

- Quando se quer saber qual é a viabilidade para montar o negócio,
- Quando se quer verificar qual a situação financeira é boar,
- Quando se quer conhecer os pontos fortes e pontos fracos,
- Quando se quer ter claros quais são os resultados almejados,
- Quando se quer conhecer o mercado (concorrentes e tecnologias).

### **Método Canvas**

Parcerias principais, Atividades-chave, Recursos principais, Estrutura de custo e proposta de valor, Relacionamento com clientes, Segmentos de clientes, Canais e fontes de receitas.

Estes elementos possibilitam, ao modelo de negócios, descrever a lógica de como uma empresa irá criar, entregar e capturar valor. Ou seja, a definição de um modelo de negócios não se trata apenas da questão financeira, como uma empresa faz para ganhar dinheiro, mas também como ela aborda todo o processo de troca e criação de valor, desde a entrega até a captura.

### **Principais situações para empregar o método Canvas:**

- Quando se quer saber como captar e entregar recursos,
- Quando se quer entender qual a melhor forma de comunicação com o cliente,
- Quando se quer saber como criar, e
- Quando se quer conhecer os custos que serão gerados.

### **Referências bibliográficas:**

Oliveira, 2014.  
OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011