










Business Model Canvas

Projetado para: Consumidores conscientes
Restaurantes e pequenos comércios
ONGs e bancos de alimentos

Projetado por: Leonardo Takeshi
Mateus Moreira

Data:
25/03/2025

Versão:
1.0

<p>Parceiros Chave </p> <p>ONGs e bancos de alimentos (pontos de coleta para doações).</p> <p>Influenciadores e nutricionistas (divulgação).</p> <p>Sites para usar como banco de dados de receitas.</p> <p>Desenvolvedores.</p> <p>Recursos adquiridos: Dados de produtos, tecnologia de reconhecimento, rede de doação, conteúdo de receitas.</p>	<p>Atividades Chave </p> <p>Produção: Desenvolvimento do app, reconhecimento de fotos, atualização de receitas.</p> <p>Resolução de Problemas: Alertas de validade, sugestões para evitar desperdício.</p> <p>Plataforma/Rede: Conexão entre usuários e pontos de doação.</p> <p>Recursos Chave </p> <p>Físicos: Servidores, infraestrutura de coleta de doações.</p> <p>Intelectuais: Algoritmo de reconhecimento, banco de receitas, marca.</p> <p>Humanos: Equipe de TI, parcerias com nutricionistas.</p> <p>Financeiros: Investimento, parcerias comerciais.</p>	<p>Propostas de Valor </p> <p>Redução de custos (evita desperdício financeiro).</p> <p>Conveniência (alertas e receitas automáticas).</p> <p>Impacto social (doações facilitadas).</p> <p>Desempenho (tecnologia precisa de reconhecimento).</p> <p>Sustentabilidade (redução do lixo alimentar).</p> <p>Premium: Muitas possibilidades de receitas e personalização do alarme.</p>	<p>Relacionamento com Clientes </p> <p>Autoatendimento (app): Alertas automáticos, sugestões de receitas e integração com doações.</p> <p>Comunidade (redes sociais): Interação via dicas de usuários, parcerias com nutricionistas.</p> <p>Canais </p> <p>App móvel (principal canal);</p> <p>Redes sociais;</p> <p>Parcerias com mercados (divulgação no ponto de venda);</p> <p>E-mail/notificações;</p> <p>Canais mais eficientes: App (baixo custo, alto engajamento) e redes sociais (viralização).</p>	<p>Segmentos de Clientes </p> <p>Famílias e consumidores individuais (evitar desperdício doméstico).</p> <p>Restaurantes e pequenos comércios (gestão de estoque).</p> <p>Restaurantes e pequenos comércios (gestão de estoque).</p> <p>ONGs e cooperativas (receber doações).</p> <p>Tipo de mercado: Plataforma multilateral (conecta consumidores, varejistas e doações).</p>
<p>Estrutura de Custos </p> <p>Custos fixos altos:</p> <ul style="list-style-type: none">Desenvolvimento/manutenção do app e IA.Infraestrutura de servidores. <p>Custos variáveis:</p> <ul style="list-style-type: none">Marketing (redes sociais).Parcerias (logística de doações). <p>Modelo: Orientado para valor (tecnologia premium + impacto social), com automação para reduzir custos operacionais.</p>		<p>Fluxos de receita </p> <ol style="list-style-type: none">Publicidade (marcas de alimentos/supermercados).Assinatura premium (receitas exclusivas, relatórios de desperdício).Taxa de intermediação (para mercados/ONGs que usam a plataforma de doações).Licenciamento (venda da tecnologia de reconhecimento para outras empresas).Preferência de pagamento:<ul style="list-style-type: none">Usuários: Freemium (app grátis + assinatura opcional).Parceiros: Taxa fixa ou por transação (doações).Principal fonte: Publicidade e licenciamento (60%), assinaturas (30%), intermediação (10%).		