



FIAP

ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

FULL STACK, APPS & ARTIFICIAL INTELLIGENCE

SE_&_BM: SOFTWARE ENGINEERING AND BUSINESS MODEL
Prof. Freitas – 2025

4 – BMC: Modelo de Negócios Canvas

Será que vai dar certo ?

Você já deve ter se perguntado se a sua ideia de negócio é viável, certo?

Logo em seguida, começam a surgir dezenas de dúvidas a respeito de quais cuidados você deve ter ao abrir uma empresa, negócio ou criar um serviço.

Mas afinal, o que é preciso pensar na hora de planejar o seu negócio (produto/serviço)?





Será que vai dar certo ?

Um estudo realizado pela CB Insights analisou 101 falências e apontou as 10 principais causas de fracassos de pequenas empresas. Entre elas:

- **Não satisfazer as necessidades do mercado: 42%**

Isso é o que acontece quando uma solução procura um problema e não o movimento inverso. Quando um produto é criado simplesmente porque o empreendedor acha genial, há o risco de não se resolver um problema real do mercado. Ou seja: não fique tão apaixonado por sua ideia a ponto de não se apaixonar por satisfazer as necessidades do mercado.

- **Falta de um modelo de negócios: 17%**

É difícil crescer como empresa quando um modelo de negócios não é estabelecido. Um caminho claro precisa estar evidente para conquistar membros de equipe, clientes e potenciais investidores. Pesquise e decida qual é o melhor modelo de negócios para o seu produto.

O que é um Modelo de Negócio?

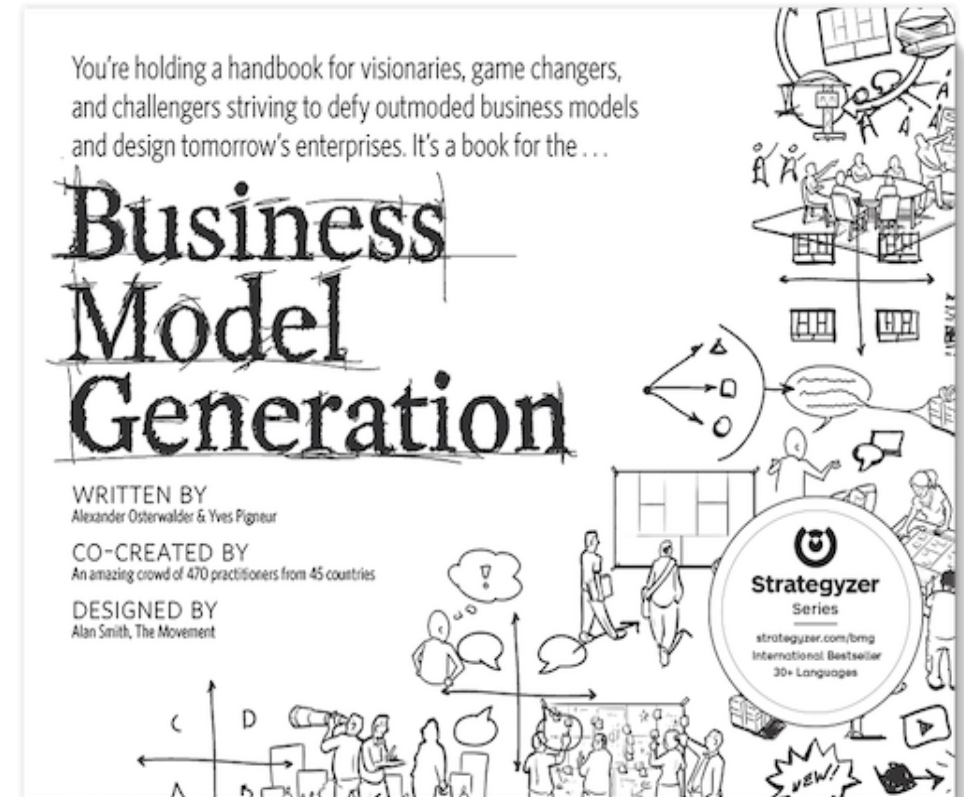
Descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor de uma organização.



Pensando o Modelo de Negócio

O Business Model Canvas (BMC), mais conhecido como Canvas, é uma ferramenta de planejamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

Resultado de estudos e experimentações realizadas por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.



O Canvas na TI

- Planejar soluções ou produtos de software: entender o valor que o sistema entrega ao cliente;
- Estruturar uma startup de base tecnológica;
- Alinhar o time técnico com os objetivos de negócio;
- Analisar viabilidade de um novo sistema/plataforma.



Benefícios do Canvas

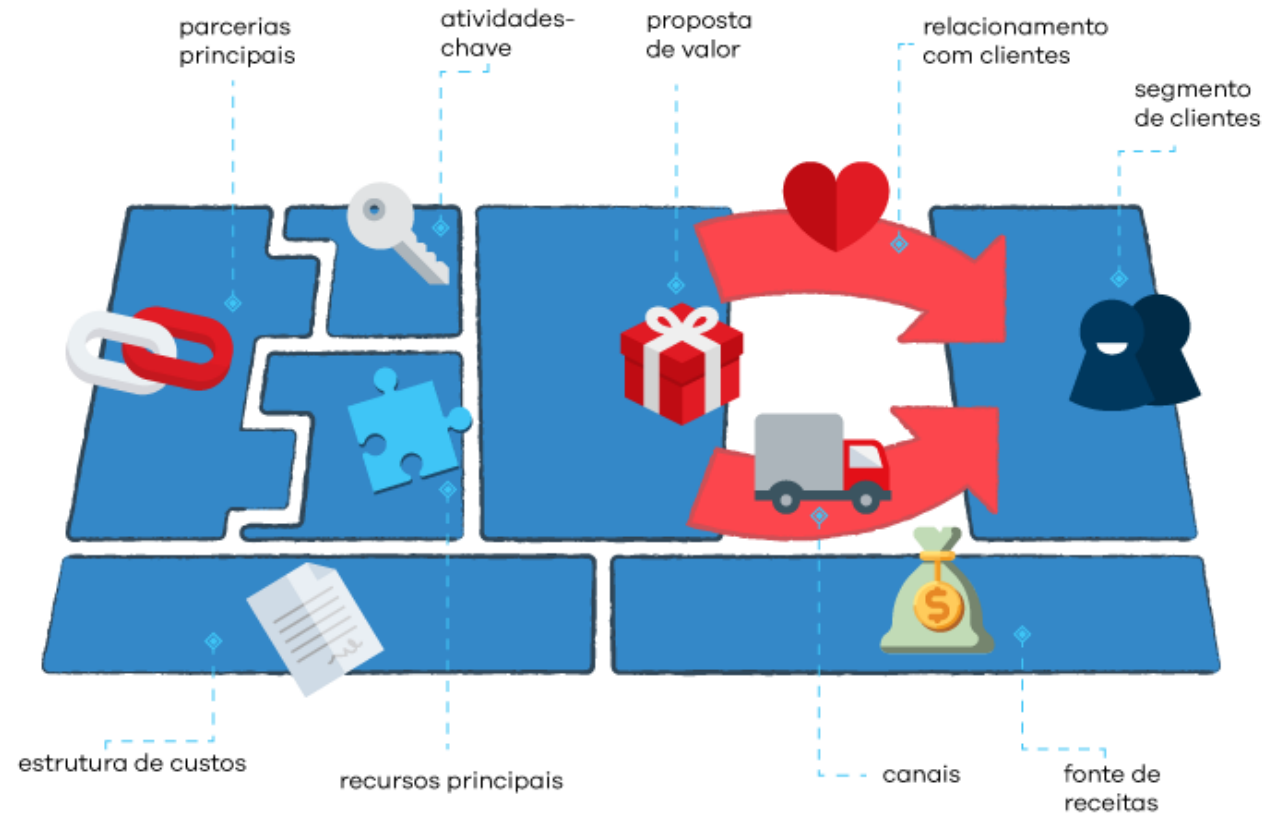
- Agiliza e facilita o processo estratégico;
- É uma ferramenta flexível e de fácil compreensão;
- Sua visualização estratégica aumenta a competitividade;
- Traz organização e objetividade para a empresa;
- Estimula a criatividade e simplifica a comunicação.



Estrutura do Canvas

Um modelo de negócios, representado no Canvas, é melhor descrito com **nove componentes básicos**.

Eles englobam quatro áreas principais da organização: **clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira**.



O Canvas



Hemisfério Esquerdo: Recursos, Processos e Parcerias

Esse lado foca no **interno**, ou seja, o que a empresa precisa **ter e fazer** para funcionar de forma eficiente.

Blocos:

Recursos-Chave – O que você precisa para operar? (ex: pessoas, sistemas, infraestrutura)

Atividades-Chave – O que precisa ser feito para entregar a proposta de valor?

Parcerias Principais – Quem são os parceiros e fornecedores estratégicos?

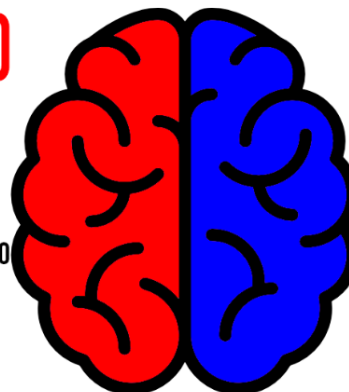
Estrutura de Custos – Quais os custos envolvidos nesse modelo?

🔍 **Objetivo:** Otimizar operações e sustentar o funcionamento do modelo.

Hemisférios do Canvas

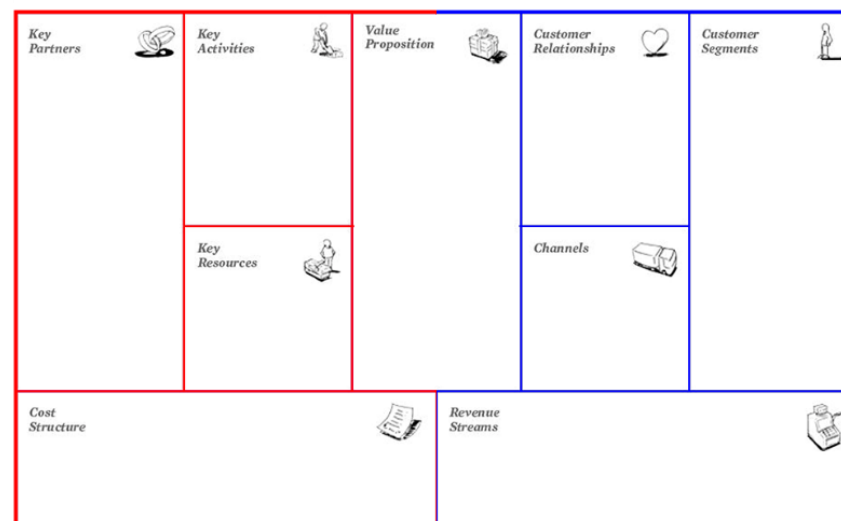
ESQUERDO
LÓGICA

NO LADO ESQUERDO, MOSTRA-SE A EFICIÊNCIA, DEFININDO TODAS AS AÇÕES E NECESSIDADES PARA QUE O LADO DIREITO ACONTEÇA.



DIREITO
EMOÇÃO

DESTE LADO, DEIXA-SE CLARO O VALOR QUE VAI SER GERADO. RECOMENDA-SE COMEÇAR POR ESTE LADO.



O Centro do Canvas: a Proposta de Valor

A **Proposta de Valor** fica bem no meio do Canvas, ligando os dois hemisférios, porque é justamente a ponte entre o que a empresa **faz (esquerdo)** e o que o cliente **recebe (direito)**.

Hemisfério Direito: Valor, Relacionamento e Receita

Esse lado é mais voltado ao **externo**, ao cliente e ao mercado. Envolve aspectos emocionais e de percepção de valor.

Blocos:

Segmentos de Clientes – Para quem você está criando valor?

Propostas de Valor – Qual o valor você entrega? Que problemas resolve?

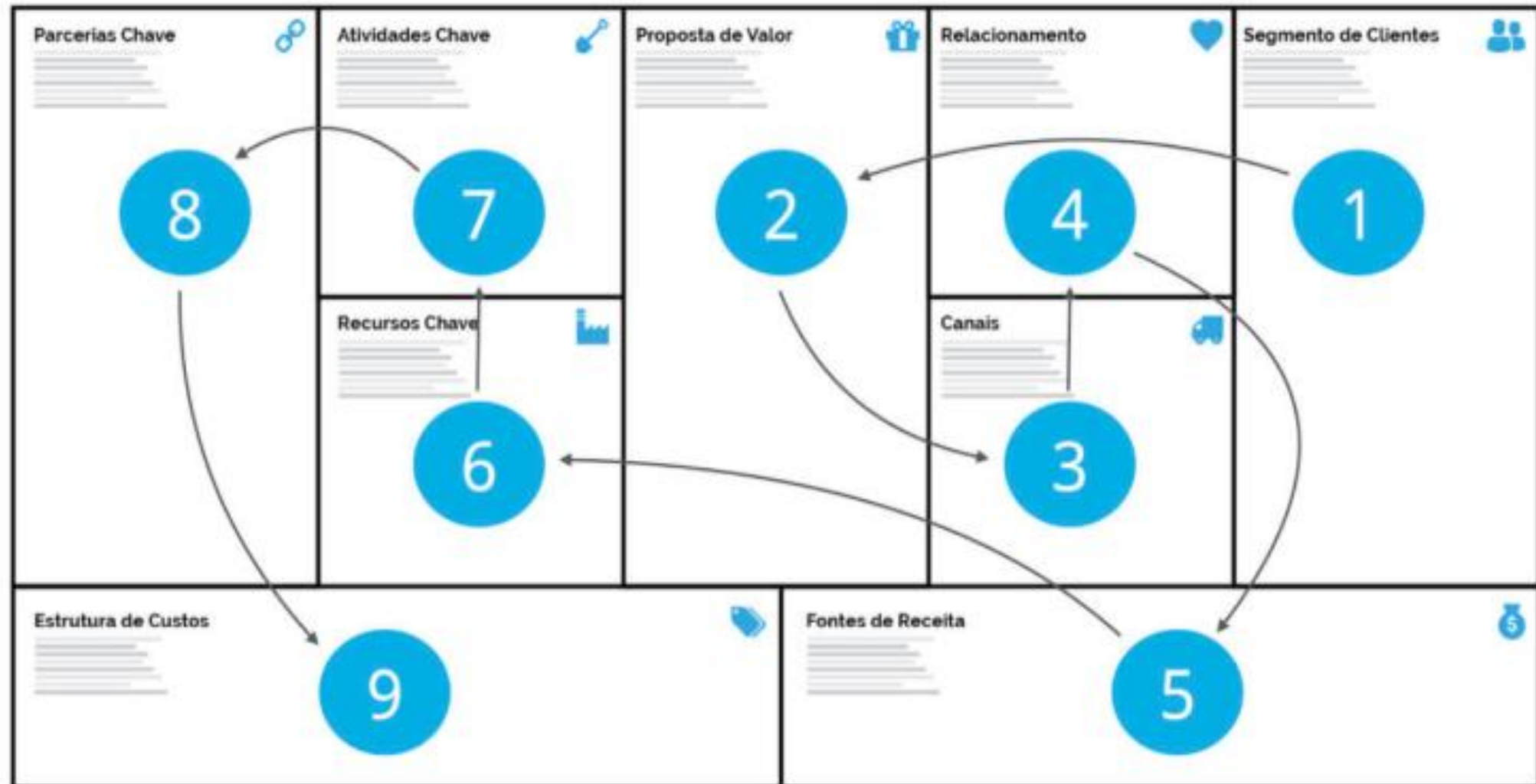
Canais – Como seu produto chega ao cliente?

Relacionamento com Clientes – Como você se comunica e mantém o cliente?

Fontes de Receita – Como você ganha dinheiro com isso?

🔍 **Objetivo:** Entregar valor e gerar receita. É onde está o foco no cliente.

A trilha do Canvas



Estrutura do Canvas

1 Segmento de Clientes

Pergunte-se:

Para quem estamos criando valor?

Quem são nossos consumidores mais importantes?

Esse componente define grupos de pessoas/organizações que a empresa tem como público-alvo. Como esses grupos são distintos, suas necessidades também são.

Segmentando eles, fica mais fácil desenvolver ações para atender cada um da melhor maneira.



Estrutura do Canvas

2 Proposta de Valor

Pergunte-se:

Que valor entregamos aos clientes?

Qual problema estamos ajudando a resolver?

Que necessidades estamos satisfazendo?

Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada segmento de clientes?

Esse componente é relativo ao porque dos clientes escolherem sua empresa.

A proposta de valor deve resolver um problema ou satisfazer alguma necessidade do cliente (de acordo com sua segmentação). Dessa forma, aumentar o desempenho dos produtos/serviços é uma forma de criar e agregar valor.



Estrutura do Canvas

2 Exemplo de Proposta de Valor



Estrutura do Canvas

3 Canais

Pergunte-se:

- Por meio de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser contatados?
- Como os alcançamos agora?
- Como nossos canais se integram?
- Qual funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo-benefício?
- Como estão integrados à rotina dos clientes?

Os canais se referem a forma que sua empresa se comunica com os clientes, desde o momento da aquisição do produto até o suporte após a compra. Eles podem ser diretos (time de vendas, site) ou indiretos (lojas de revenda). As fases do canal são:

- Conhecimento:** Quando o público irá conhecer sua marca.
- Avaliação:** Como sua empresa é avaliada.
- Compra:** Como é o processo de compra dos seus clientes.
- Entrega:** Como sua empresa entrega valor aos clientes.
- Pós-venda:** Como sua empresa fornece suporte após a compra.



Estrutura do Canvas

4 Relacionamento com Clientes

Pergunte-se:

Que tipo de relacionamento cada um dos nossos segmentos de clientes espera que estabeleçamos com eles?

Quais já estabelecemos?

Qual o custo de cada um?

Como se integram ao restante do nosso Modelo de Negócios?

O relacionamento com os clientes precisa ser definido de acordo com as motivações da empresa em relação à sua conquista, retenção e ampliação das vendas. Por exemplo, o relacionamento pode ser automatizado (bots, mensagens automáticas) ou pode ser baseado na interação humana (representantes, call-centers).



Estrutura do Canvas

5 Fontes de Receita

Pergunte-se:

Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar?

Pelo que eles pagam atualmente?

Como pagar?

Como prefeririam pagar?

O quanto cada Fonte de Receita contribui para o total da receita?

As fontes de receita da sua empresa representam o dinheiro gerado a partir de cada segmento de clientes. Para calcular a receita, os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro. As fontes de receita podem incluir a venda de recursos (produtos físicos), taxas de uso (quanto mais o serviço é usado, maior o lucro), taxas de assinatura (para uso contínuo), empréstimos, aluguéis e licenciamentos.



Estrutura do Canvas

6 Recursos Principais (Chaves)

Pergunte-se:

Que recursos principais nossa proposta de valor requer?

Nossos canais de distribuição?

Relacionamento com os clientes?

Fontes de receita?

Esses são os recursos que a empresa necessita para criar sua proposta de valor. Eles podem ser recursos físicos, como fábricas, máquinas e veículos. Podem ser intelectuais, como conhecimentos específicos e patentes; humanos, como equipes conceituadas e eficientes ou financeiros, como dinheiro e ações.



Estrutura do Canvas

7 Atividades-Chave (Principais)

Pergunte-se:

Que atividades-chave nossa proposta de valor requer?

Nossos canais de distribuição?

Relacionamento com clientes?

Fonte de receita?

As atividades-chave são as atividades que não podem deixar de acontecer para sua empresa funcionar bem. Elas são as ações mais importantes a serem executadas.

Dependendo do tipo de modelo de negócios elas podem ser categorizadas como: produção (desenvolvimento de produto, fabricação, entrega); resolução de problemas e plataformas/redes (necessárias para o funcionamento do negócio).



Estrutura do Canvas

8 Parcerias Principais (Chaves)

Pergunte-se:

- Quem são nossos principais parceiros?
- Quem são nossos fornecedores principais?
- Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros?
- Que atividades-chave os parceiros executam?

São os fornecedores e os parceiros que permitem que o negócio desenvolva de forma otimizada e mais econômica. Com essas alianças, fica mais fácil conseguir recursos e reduzir a competitividade.



Estrutura do Canvas

9 Estrutura de Custo

Pergunte-se:

Quais são os custos mais importantes em nosso Modelo de Negócios?

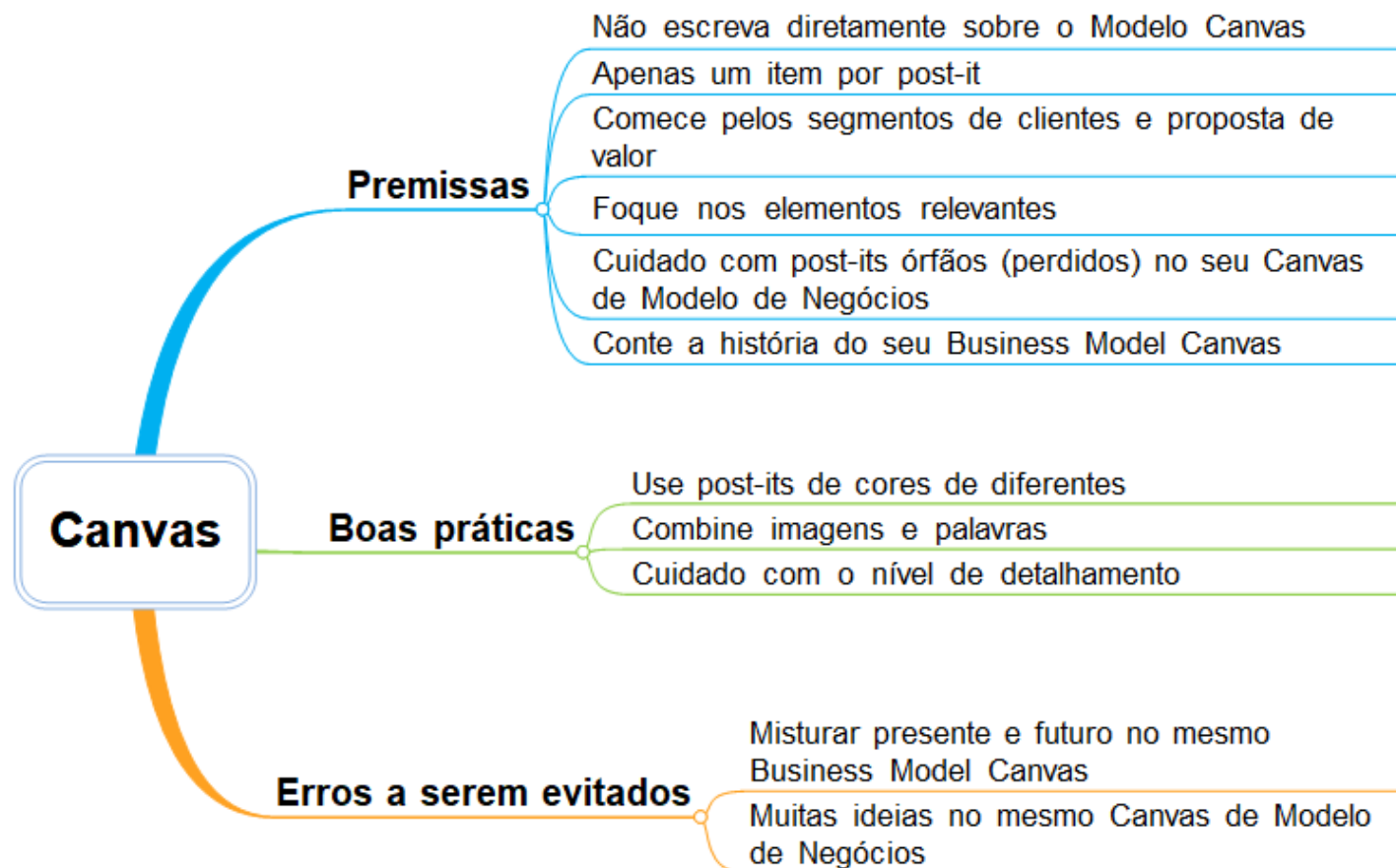
Que recursos principais são mais caros?

Quais atividades-chave são mais caras?

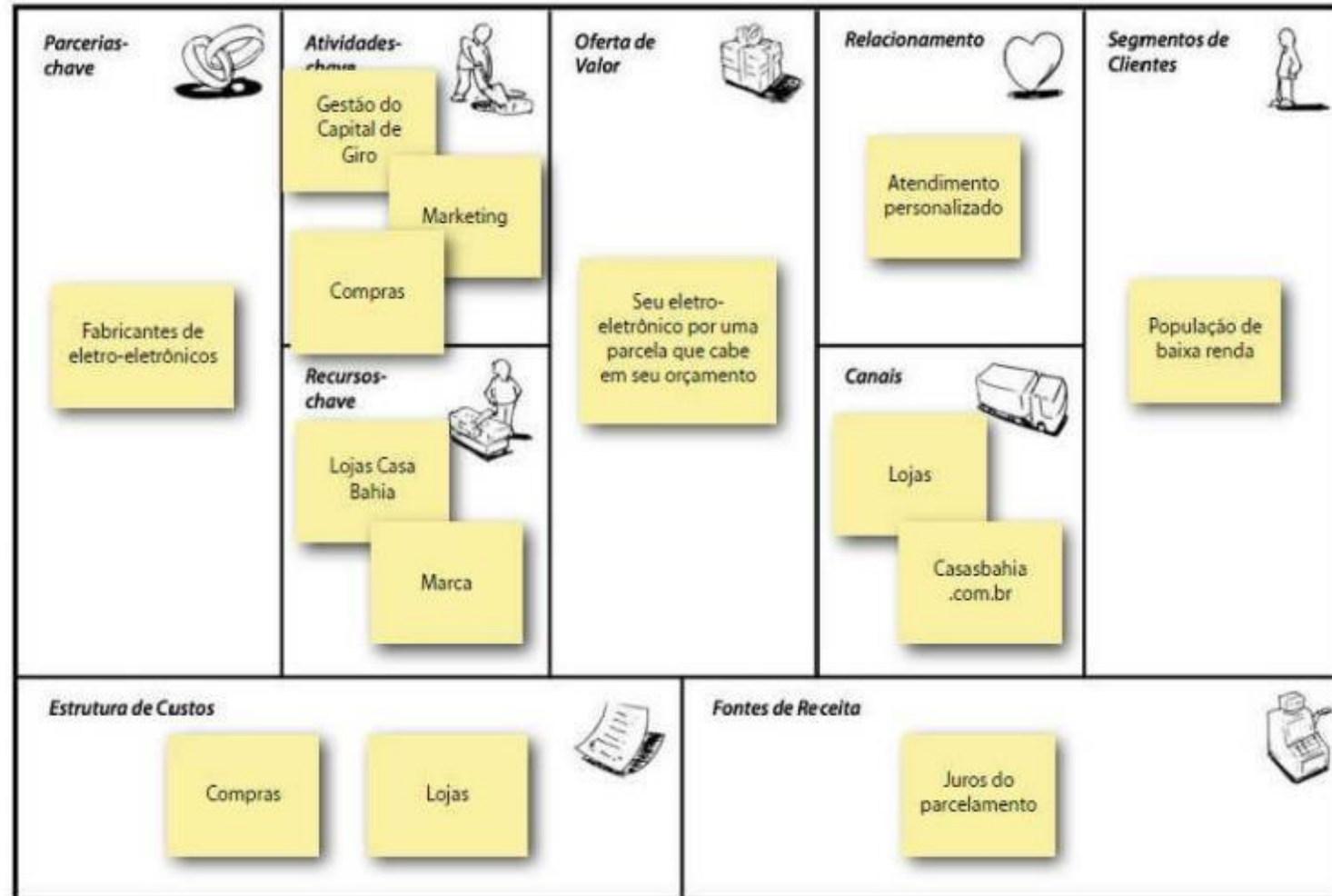
Essa estrutura pode envolver custos fixos e variáveis. Algumas empresas focam em modelos de negócios direcionados pelo custo, portanto, tendem a minimizá-lo em suas atividades ao máximo. Dessa forma, utilizam propostas de valor baixo. Outras se direcionam a criação de valor nos produtos, o que torna suas atividades mais complexas. Consequentemente, o preço dos produtos/serviços finais é mais elevado.



Dicas e Boas Práticas

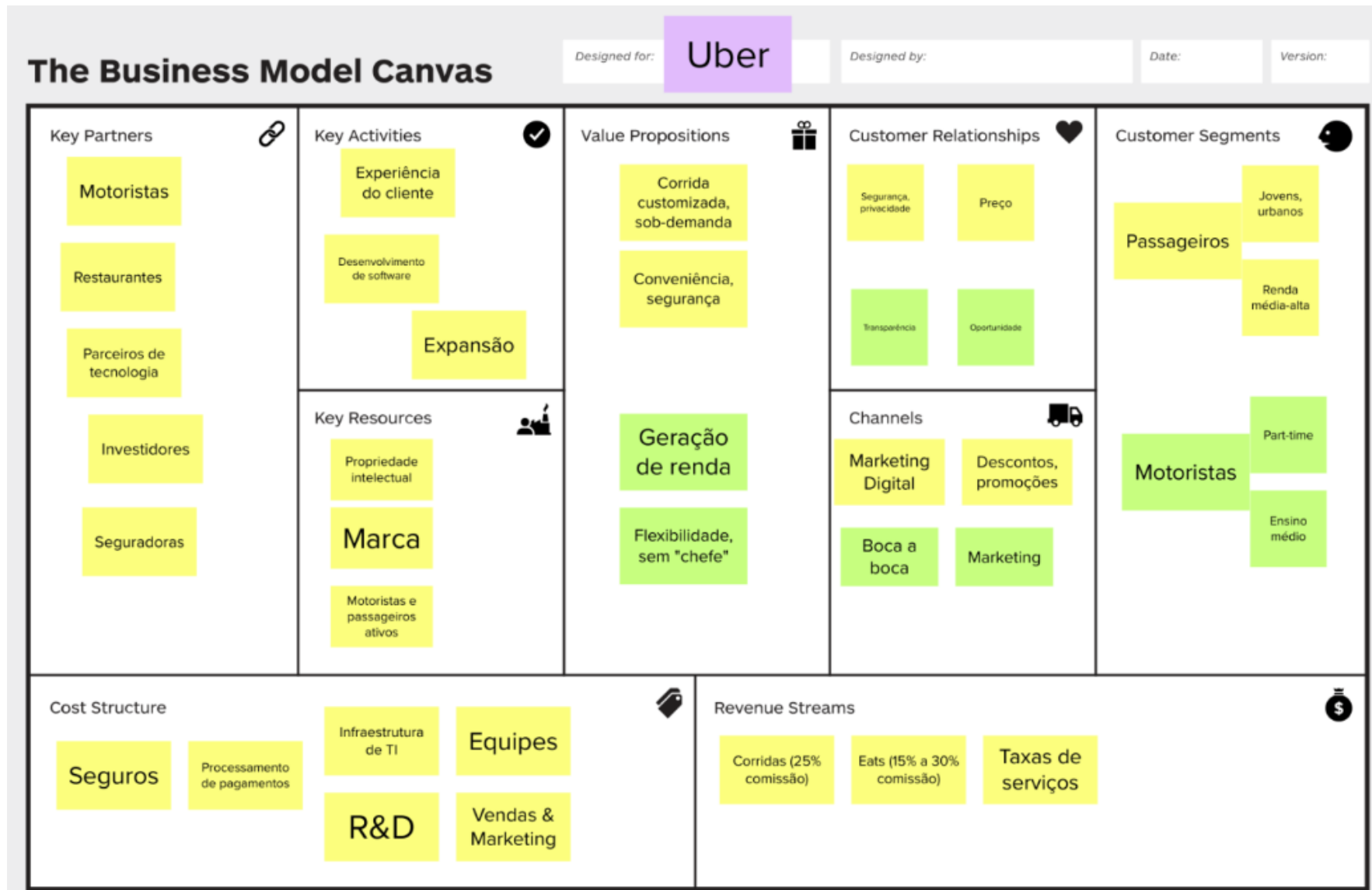


CANVAS: Casa Bahia

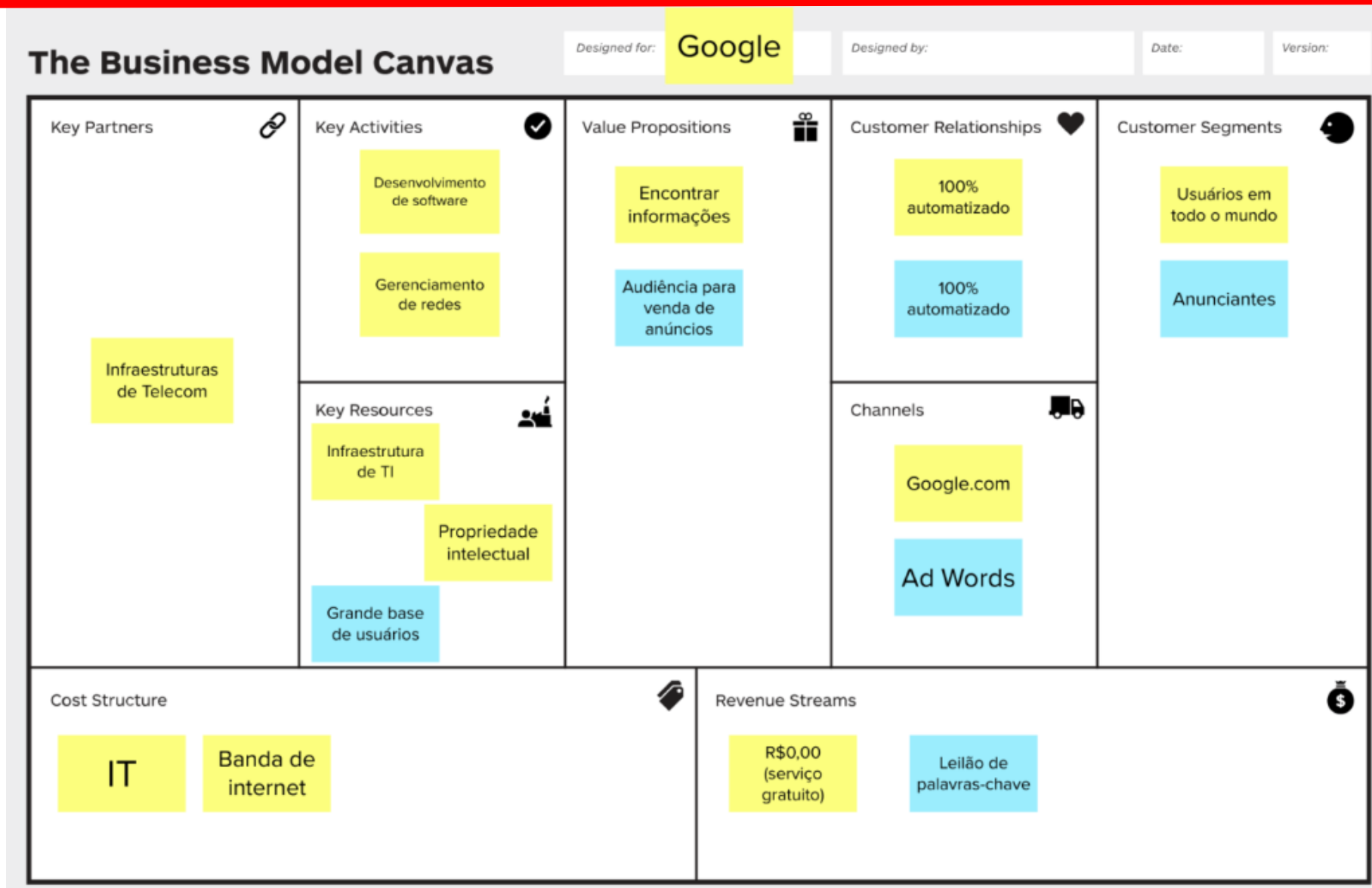


TDS - ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

SOFTWARE ENGINEERING AND BUSINESS MODEL

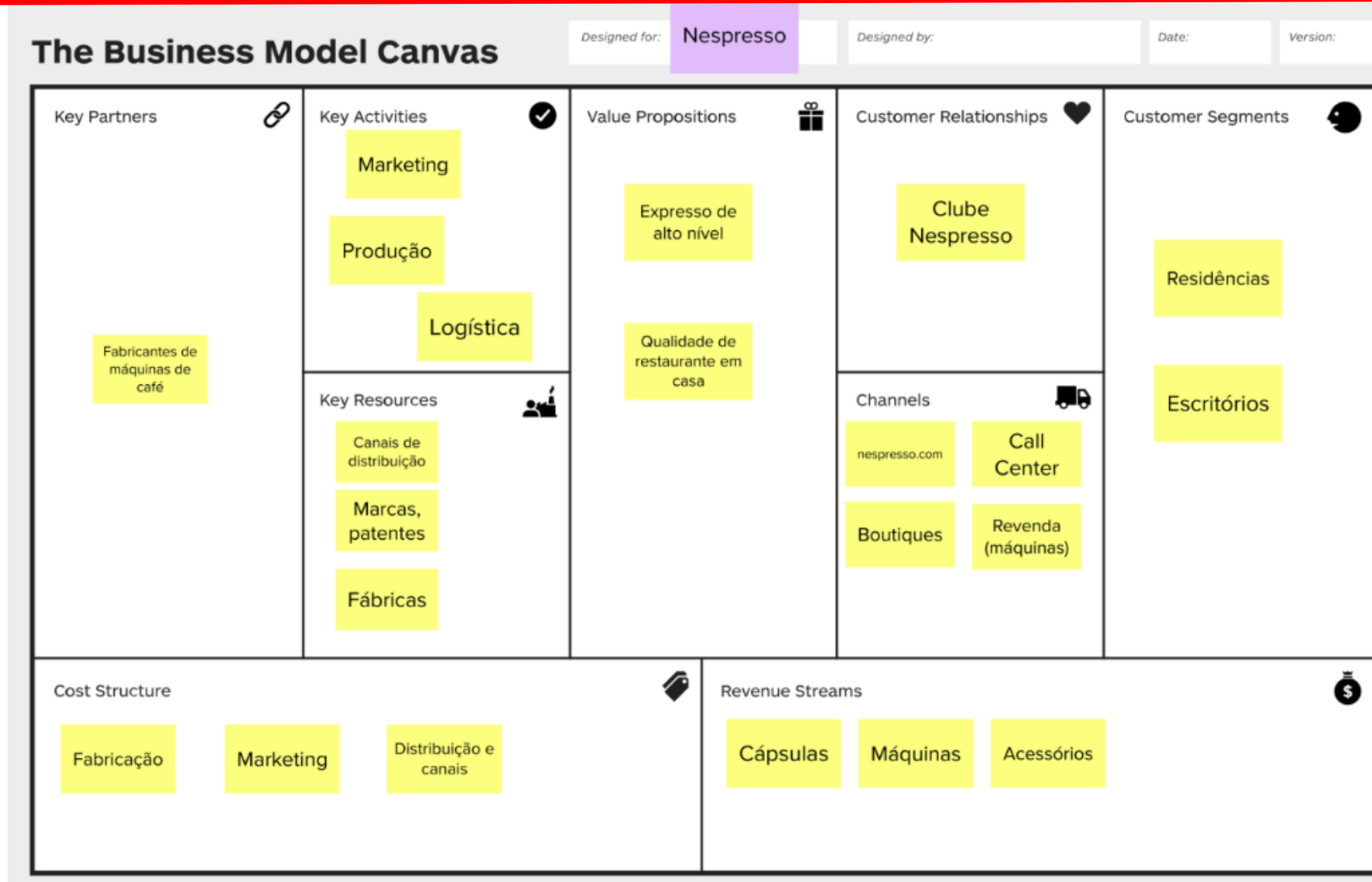


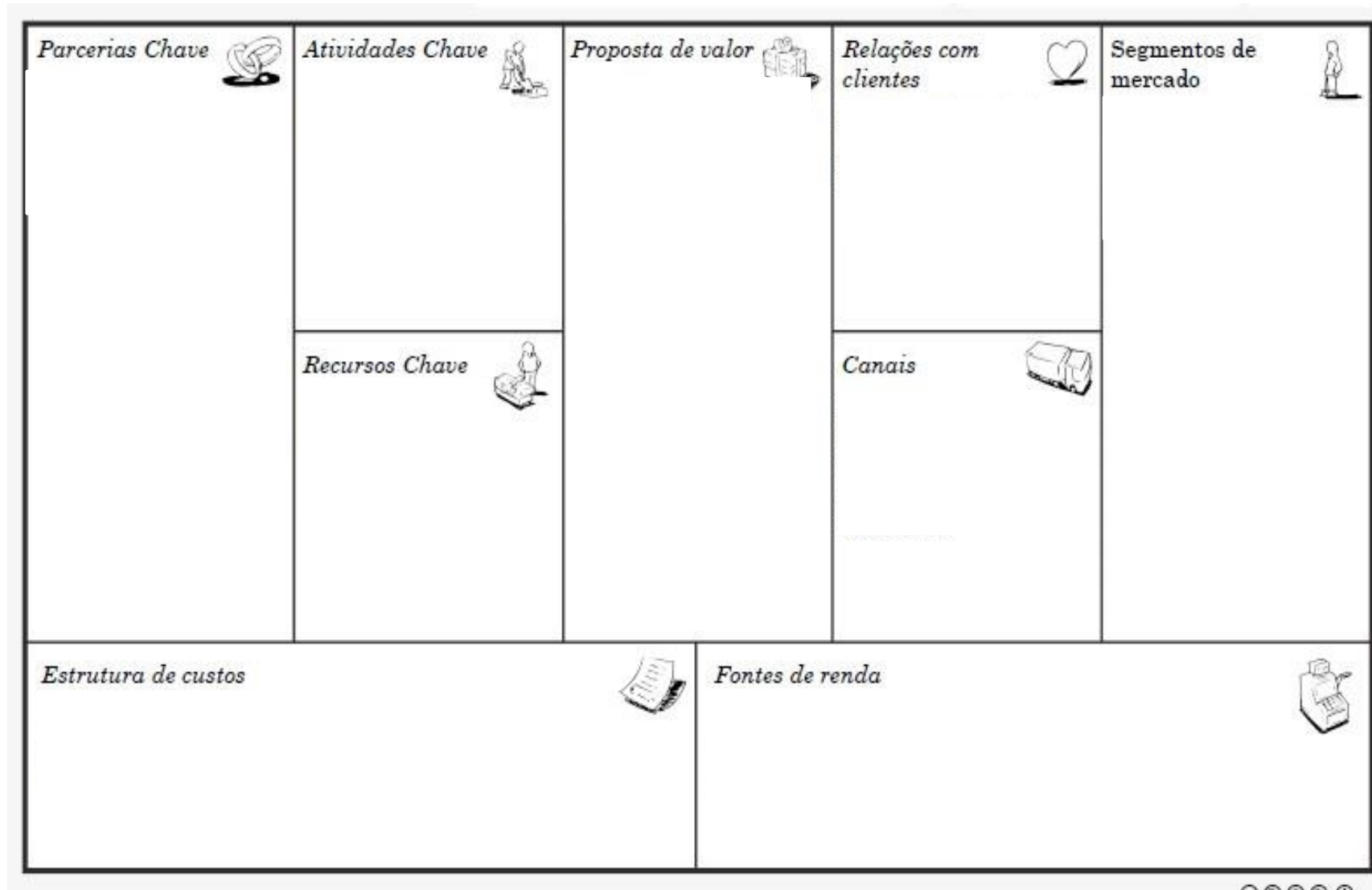
FLAP



TDS - ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

SOFTWARE ENGINEERING AND BUSINESS MODEL





Vamos
Praticar?

