



Entidade: UPT, Portugal.

UC de Organização e Gestao de Instituições Sócio-Educativas.

O **Business Model Canvas** é uma ferramenta de gestão estratégica que permite esboçar ou desenvolver modelos de negócio (novos ou pré-existentes), constituindo-se na prática como um mapa visual que contém nove blocos a preencher.

Interessa garantir que consideramos que:

O modelo pode ser geralmente dividido em duas grandes secções: a da direita, que engloba elementos mais subjetivos e emocionais e a da esquerda guarda os elementos mais lógicos e estruturais. No entanto, os nove blocos relacionam-se e comunicam entre si.

Interessa garantir que damos resposta a cada uma das seguintes questões:

Segmentos de Clientes (Customers Segments)

- Para quem vamos criar valor?
- Quem são os nossos clientes mais importantes? (Ex.: Mercado de Massas)

Proposta de Valor (Value Proposition)

- Que proposta de valor traremos ao nosso segmento de clientes?
- Quais são os problemas dos clientes que a empresa ajuda a resolver?
- Quais são os produtos e serviços que vamos oferecer a cada Segmentos de Clientes?
- Que necessidades dos clientes nos propomos satisfazer?

Canais de Distribuição (Channels)

- Através de que canais o Segmento de Clientes será alcançado?
- Como estão eles a ser alcançados hoje?
- Como é que os canais estão ligados entre si?
- Qual é o canal que funciona melhor?
- Qual é o canal com melhor relação qualidade/preço?
- Como é que os canais se vão ajustar às rotinas dos clientes?





Relações com os Clientes (Customer Relationships)

- Que tipo de relação o Segmento de Clientes espera da empresa?
- Que relações estão já estabelecidas?
- Como é que estas relações se relacionam com outros aspetos do negócio?
- Quanto custam as relações existentes? (Ex.: Assistência Personalizada)

Fontes de Receita (Revenue Stream)

- Por que valor o Segmento de Clientes está disposto a pagar?
- Pelo que é que eles pagam atualmente?
- Como é que o Segmento de Clientes paga hoje?
- Como é que eles prefeririam pagar?
- Qual é a contribuição de cada fonte de receita para a receita total?

Recursos-Chave (Key Resources)

- Que recursos-chave a proposta de valor exige?
- E os canais de entrega?
- E as relações?
- E as fontes de receita?

Atividades-Chave (Key Activities)

- Que atividades-chave a proposta de valor exige?
- E os canais de entrega?
- E as relações?
- E as fontes de receita? (Ex.: Resolução de Problemas)

Parceiros-Chave (Key Partners)

- Quem são os nossos parceiros-chave?
- Quem são os nossos fornecedores-chave?





- Que recurso-chave a empresa consegue obter através dos parceiros-chave?
- Que atividades-chave os parceiros-chave exercem? (Ex.: Redução do risco e da incerteza)

Estrutura de Custos (Costs Structure)

- Quais são os custos mais importantes do modelo de negócios?
- Quais são os recursos-chave mais caros?
- Quais são as atividades-chave mais caras? (Ex.: O seu negócio é mais orientado para a geração de valor ou mais condicionado pelos custos?)

*Seleção e tradução Profa. Cristina C. Lobo e Profa. Diana de Vallescar, UPT, 2019.

