



# ENVOLVER

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Financiado  
pela União Europeia



inapem



IAPMEI  
Parcerias para o Crescimento



POLITECNICO  
SETUBAL

# Modelos de Negócio



**ENVOLVER**

**INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS**

**APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO**



# Caminho para a Da ideia ao negócio



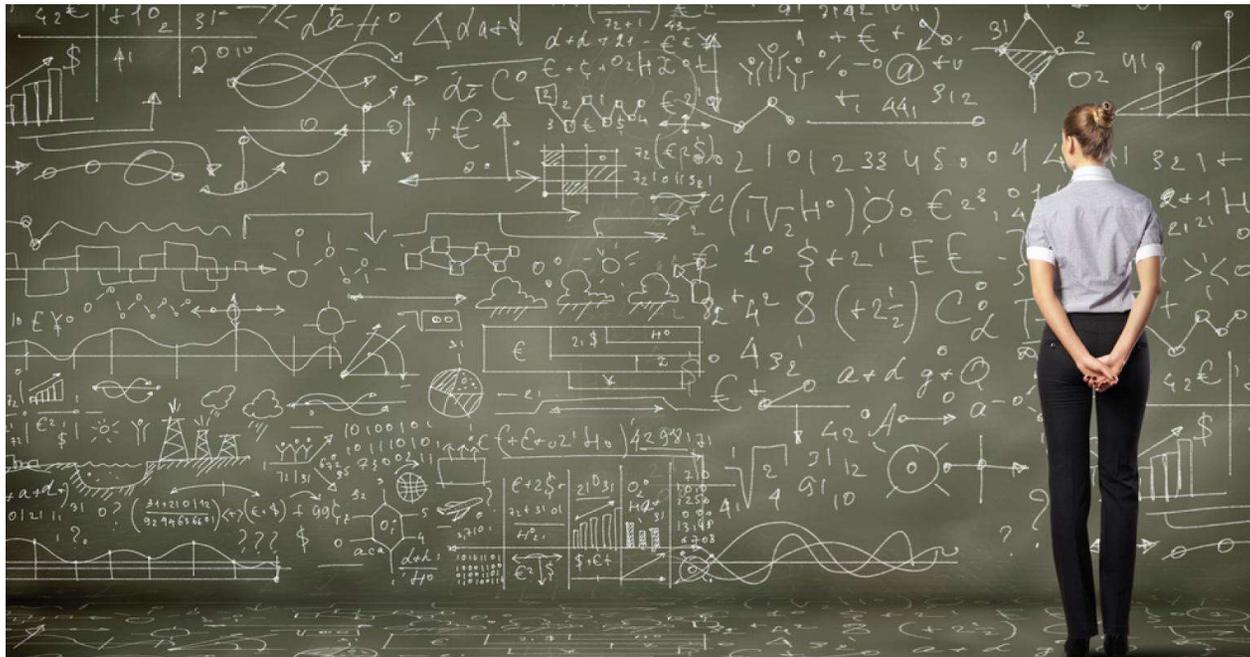
**ENVOLVER**

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS

APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



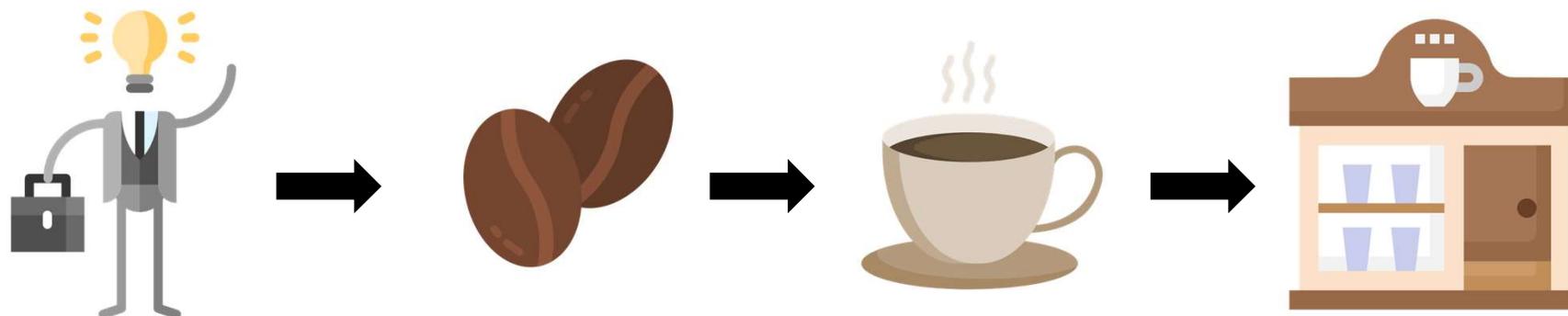
Existe uma fórmula “mágica” para criar um negócio de sucesso?

# Da Ideia ao Negócio



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

**Uma boa ideia não é suficiente** para termos um negócio bem-sucedido.  
Será fundamental transformar essa ideia num **produto** ou **serviço minimamente viável**.



# Aspectos Importantes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



1. Definição do produto ou serviço



2. Definição do mercado



3. Definição dos principais concorrentes



4. Definição dos recursos próprios



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# 1. Definição do Produto ou Serviço



- Qual é o **produto ou serviço** que quero colocar no mercado?
- Quais são as **características** desse produto ou serviço?
- Quais os **benefícios** que esse produto ou serviço pode trazer aos potenciais clientes?
- Esse produto ou serviço **permite a disponibilização de serviços adicionais** aos potenciais clientes?

## 2. Definição do Mercado



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



**Definir o mercado potencial** onde o produto ou serviço pode servir.

- **Onde será vendido** o produto ou serviço (cidade, região, país, continente, ...)?
- **Quem serão os clientes** destes produtos ou serviços?
- **Quais são as características dos potenciais clientes** (sexo, idade, rendimento, estilo de vida, ...)?

# 3. Definição dos Concorrentes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



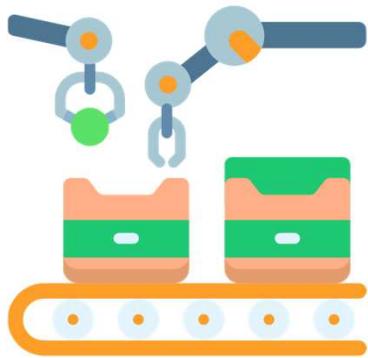
Um negócio não depende de si próprio → Depende também dos seus concorrentes.

- Quais são os **3 principais concorrentes** no setor ou indústria onde quer entrar?
- Quais são as **principais características** desses produtos?
- Que **benefícios** oferecem?
- O mercado onde pretende entrar é **resistente a novos concorrentes**?
- Como podem ser superadas essas **dificuldades**?
- Como **diferenciar o seu produto** relativamente à concorrência?

## 4. Definição dos Recursos



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



- Quais os **recursos humanos** necessários para viabilizar esta ideia?
- Que tipo de **capital intelectual** precisa, mesmo em termos de proteção da ideia?
- Quais os **recursos financeiros**, em montante monetário?
- Quais as **fontes de financiamento**?
- Que **recursos de informação** são precisos e como aceder a esses recursos?

# Matriz de Avaliação das Ideias



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



## O QUE É

A IDEIA E PORQUÊ?

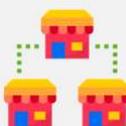
- Que problema / oportunidade identificados?
- Qual a proposta de valor?
- Qual a nossa motivação?



## QUEM

IRÁ UTILIZAR E/OU COMPRAR ESTE PRODUTO?

- Qual o segmento de clientes?
- Que desafios enfrentam?
- Como vamos chegar até eles?



## O QUE HÁ

DE PRODUTOS CONCORRENTES NO MERCADO?

- Produtos concorrentes que resolvem os mesmos problemas?
- Qual a dimensão do mercado?
- Há produtos substitutos?



## COMO

VAMOS SER DIFERENTES?

- Que inovação iremos trazer?
- Como vamos vender a ideia?
- Qual o Modelo de Negócio?

# Ter Sempre Presente que...



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- A avaliação e a **preparação da ideia é dinâmica** e pode (e deve) ser realizada ao longo do tempo;
- É importante **introduzir os ajustamentos** que sejam necessários, para responder a **alterações de mercado** ou o **acesso a recursos**;
- Devemos colher outras aprendizagens, nomeadamente através do **benchmarking** aos concorrentes para **identificar boas práticas** e mesmo melhorar ideias já existentes, ganhando dessa forma **vantagens competitivas**.

# Da Ideia ao Negócio: Resumo



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



1. Identificar um problema/oportunidade
2. Identificar um segmento de clientes
3. Criar uma proposta de valor sólida
4. Desenhar um modelo de negócio
5. Reunir os recursos necessários
6. Criar um produto minimamente viável
7. Validar a ideia e o mercado;
8. Planear o futuro e ganhar escala

# Caminho para a Proposta de Valor



**ENVOLVER**

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS

APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# Trabalhar a Proposta de Valor



**ENVOLVER**

INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Expliquem como as **funcionalidades** do vosso produto ou serviço vão de encontro ao que é mais importante para os vossos clientes.
- Descubram o que é mais **importante** para eles.
- Expliquem de forma simples e direta como vão criar **valor** com a vossa proposta.
- Criem produtos ou serviços que os clientes querem e **não que vocês “acham” que querem.**

# Ajustar a Proposta de Valor



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Para uma correta e adequada Proposta de Valor, podemos dizer que existem três estágios de ajuste – ou *fit* – do produto/serviço:

- 1. Ajuste Problema-Solução** (*Problem Solution Fit*)
- 2. Ajuste Produto-Mercado** (*Product Market Fit*)
- 3. Ajuste ao Modelo de Negócio** (*Business Model Fit*)

# 1. Ajuste Problema-Solução



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O ajuste **Problema-Solução** ocorre quando:



É gerada **Proposta de Valor** para ir ao encontro de:

O que fazem no  
dia-a-dia

Os problemas  
que enfrentam

Os desejos que  
têm

- Ir à descoberta de **quem** é o cliente.
- Perceber **como se comporta** e quais os **problemas** e **desejos** que mais importam.
- Trabalhar a **oferta de valor** para que seja a **solução** desses mesmos **problemas**.



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

## 2. Ajuste Produto-Mercado

Neste estágio, a **Proposta de Valor** deve ser:

- Ajustada como **solução** para um ou vários problemas dos clientes.
- Evidente que os produtos/serviços oferecidos estão realmente a **criar valor** para o cliente.
- Entendida pelos clientes como um **ganho verdadeiro**.

Resumindo: é a forma de estar num bom mercado com um produto capaz de satisfazer esse mesmo mercado.

### 3. Ajuste ao Modelo de Negócio



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Neste estágio, a **proposta de valor** deverá ser potenciada e ajustar-se a um **modelo de negócio bem definido, escalável e rentável**.

**Resumindo: uma boa proposta de valor tem que ser capaz de criar valor, não só para os seus clientes, mas também para a sua empresa.**

# Proposta de Valor: Resumo



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

1. Desenhar a *persona* (tipo de cliente) em que iremos focar o nosso produto e/ou serviço;
2. Chegar a um ajuste o mais otimizado possível, entre o perfil do cliente e o mapa de valor criado (ver estágios de ajustes);
3. E com isto conseguir criar valor para o cliente.

# Proposta de Valor: Resumo

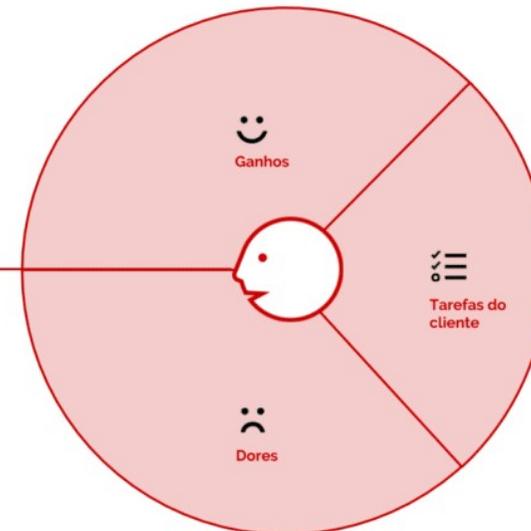


**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

## Proposta de Valor



## Perfil do Cliente



Como é que a empresa:

- Alivia as dores do seu cliente?
- Como gera ganhos para ele?
- E quais são os seus produtos ou serviços que fazem isso?

No perfil vamos responder as questões:

- Quais são as tarefas do cliente?
- Quais são as suas dores, os seus problemas?
- E quais são os seus ganhos? O que poderia causar emoções positivas?



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

A Modelos de

# Modelo de Negócio



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# O que é um Modelo de Negócio?



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Um modelo de negócios descreve como uma organização cria, entrega e captura valor.

É a base para entender o que torna a ideia de negócio num negócio rentável e sustentável no longo prazo.

# O que é um Modelo de Negócio?



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O modelo de negócio pode ser descrito como a lógica usada por uma organização (com ou sem fins lucrativos) para:

- Explicar e descrever como **CRIA, ENTREGA e CAPTURA VALOR.**
- Identificar de que forma os produtos ou serviços chegam aos clientes e de que forma obtém mais valias.
- Que recursos, atividades e parcerias será necessário reunir.
- Explicar o modelo de receita e a estrutura de custos.

# O que é um Modelo de Negócio?



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Resumindo: não basta ter só uma ideia para um negócio. É importante analisar essa ideia e compreender se esta é ou não **viável** e como a poderemos **operacionalizar**.

Ou seja, explicar como um negócio será capaz de **CRIAR**, **ENTREGAR** e **CAPTURAR VALOR** para os seus clientes.

# Ferramentas a Estudar



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Para o desenvolvimento do modelo de negócio podem ser usadas ferramentas, uma das mais conhecidas é a tela do modelo de negócios – ou **Business Model Canvas (BMC)**, mais conhecido por **Canvas** – desenvolvido por Alex Osterwalder e Ives Pigneur



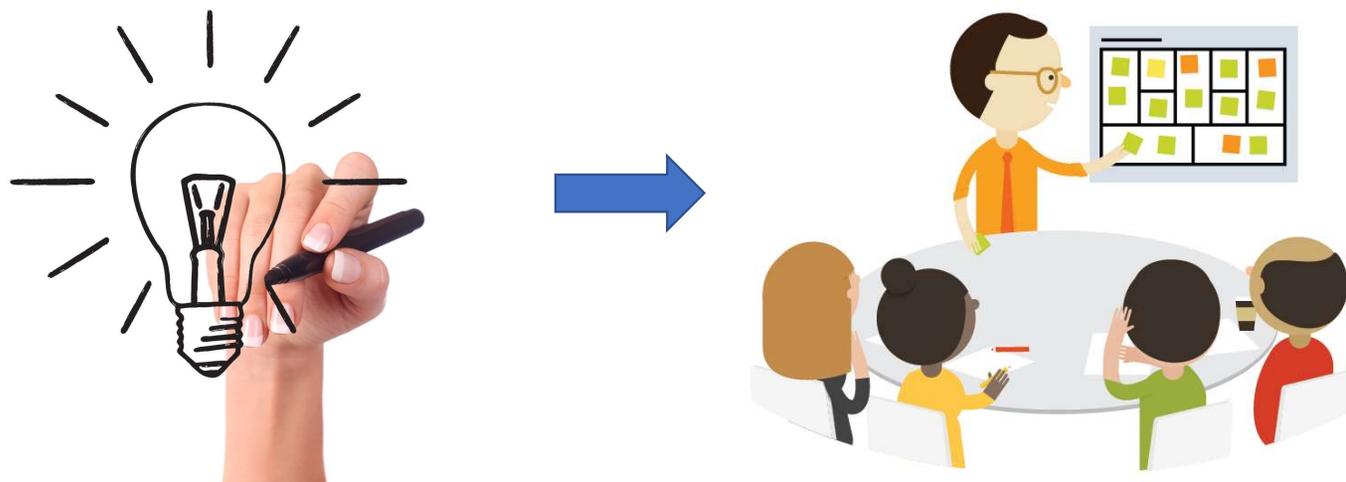
# Business Model Canvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O **Business Model Canvas** permite abordar o conceito de modelo de negócio de uma forma **simples e flexível**, ideal para ser aplicada em contextos de **estratégia e inovação**.

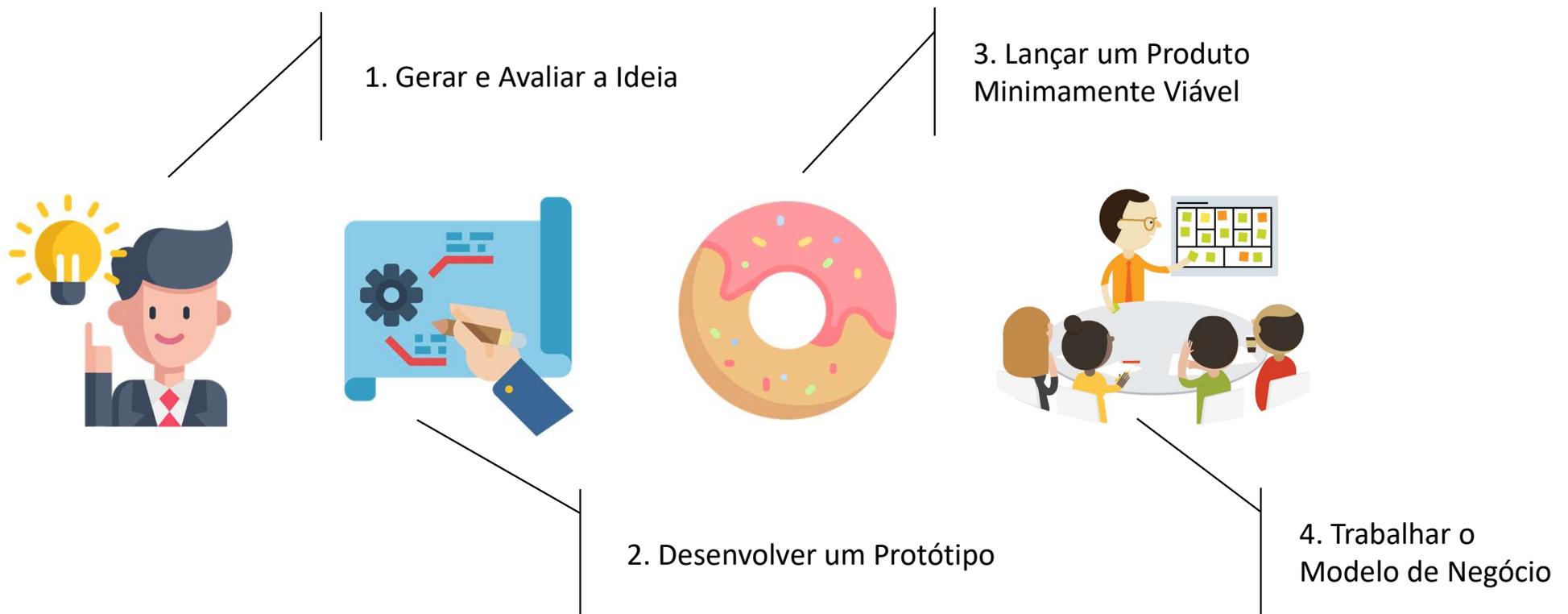
Maximiza o pensamento estratégico e minimiza o debate interno sobre detalhes mais operacionais do negócio.



# Modelo de Negócio



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



# Business Model Canvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Desta forma, o *Business Model Canvas* é uma ferramenta muito intuitiva, descrevendo em nove blocos as principais áreas da atividade de uma organização, o que facilita o seu preenchimento.

Elementos	Modelo de Negócios Canvas
Dimensões	Blocos do BMC
Valor	Proposição de valor
Relação entre a empresa e os parceiros	Parcerias-Chave; Relacionamento com clientes; Segmentos e canais
O que a empresa faz?	Atividades chave e recursos chave
Aspetos financeiros	Estrutura de custos e fontes receitas



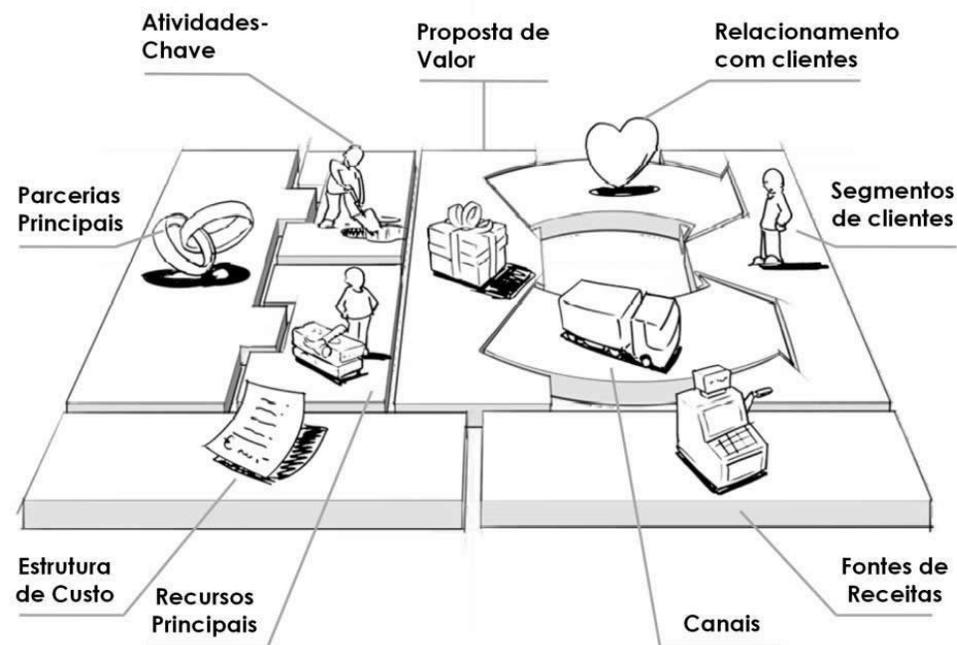
# Business Model Canvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

O preenchimento dos nove blocos é a representação estruturada de um modelo de negócio que cobre as principais áreas de uma empresa, atendendo à criação de valor e aos vários intervenientes no negócio, como clientes, fornecedores, parceiros, entre outros.

Os nove elementos do Canvas estão representados na figura ao lado.



# Business Model Canvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

**MEU MODELO DE NEGÓCIO** Negócio: \_\_\_\_\_ Criado por: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_



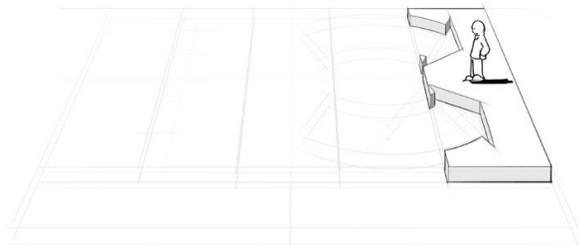
BUSINESS MODEL GENERATION - [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

# Business Model Canvas

## 1. Segmento de Clientes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



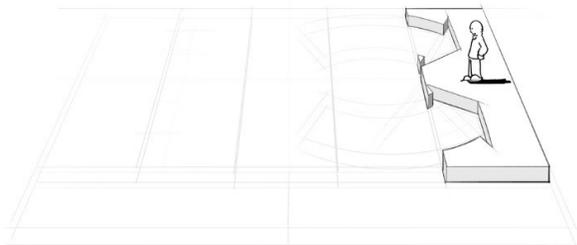
- Para quem se está a criar valor?
- Quem são os seus consumidores mais importantes?
- Quais as características e necessidades desses clientes?

# Business Model Canvas

## 1. Segmento de Clientes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Os segmentos da **Tesla** e da **Dacia** são completamente opostos: Tesla → Mercado *premium* e amantes de carros eléctricos.

Dacia → Mercado *low-cost*, de baixo custo.

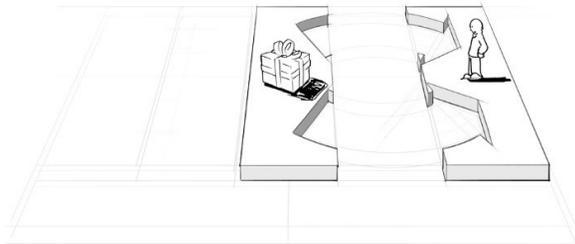


# Business Model Canvas

## 2. Proposta de Valor



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



- Que valor entrega aos seus clientes?
- Que problema está a ajudar a resolver?
- Que necessidades está a satisfazer?
- Que conjunto de produtos e serviços está a oferecer a cada segmento de clientes?

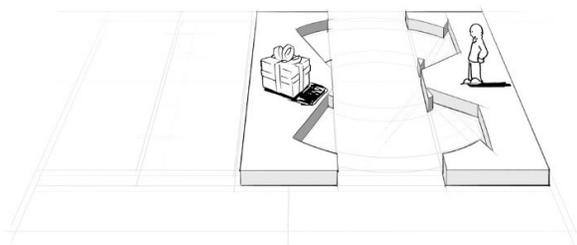
Alguns atributos que podem fazer parte da proposta de valor: preço, desempenho, personalização, *design*, marca, status, conveniência...

# Business Model Canvas

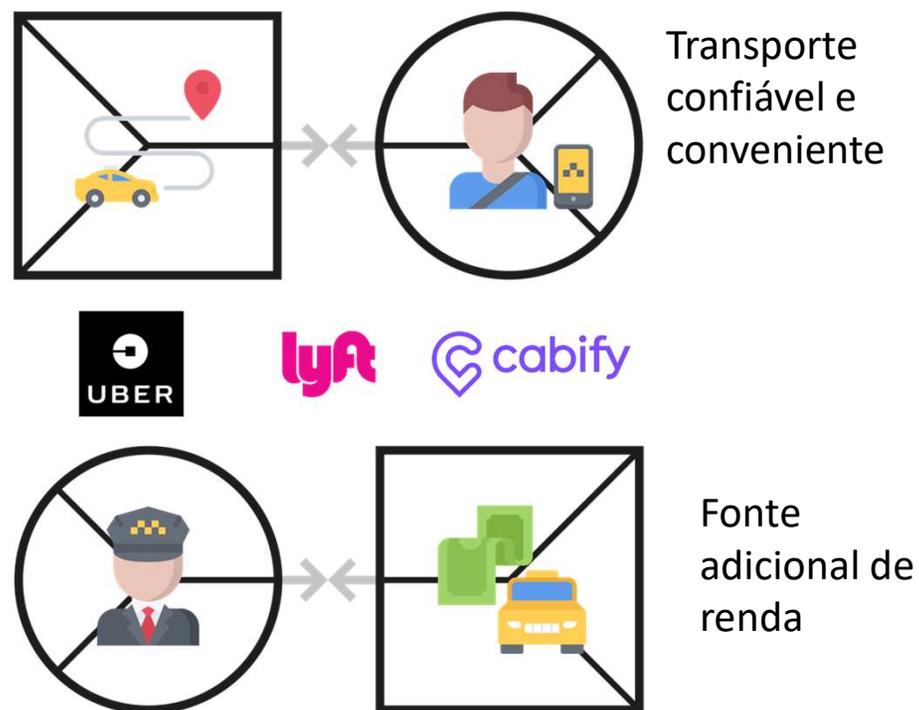
## 2. Proposta de Valor



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



A **UBER** tem 2 propostas de valor distintas: uma para os **passageiros** e outra para os **motoristas**.

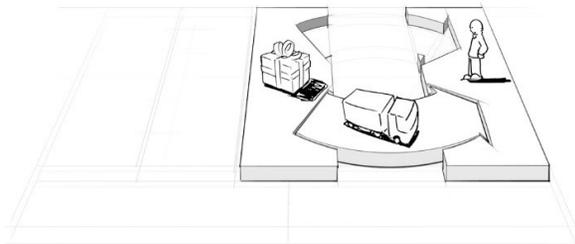


# Business Model Canvas

## 3. Canais



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



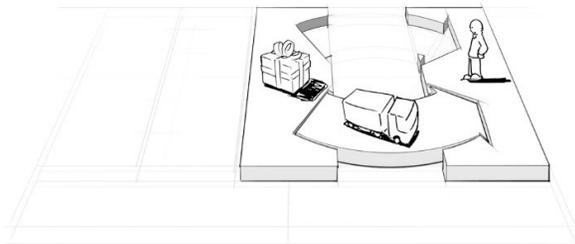
- Através de que canais os seus clientes querem ser contactados?
- Como conseguirá alcançar os seus clientes?
- Como estão integrados os canais?
- Qual o canal que funciona melhor?
- Quais apresentam melhor custo-benefício?
- Como estão integrados na rotina dos clientes?
- Possui um aplicativo, website, plataforma?

# Business Model Canvas

## 3. Canais



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Find your way in the  
Market Hall  
Ground Floor

**CREATE AN ENGAGEMENT PATH**

- Learn from Ikea!
- Where should people go next?
  - Recommended content
  - Call-to-actions

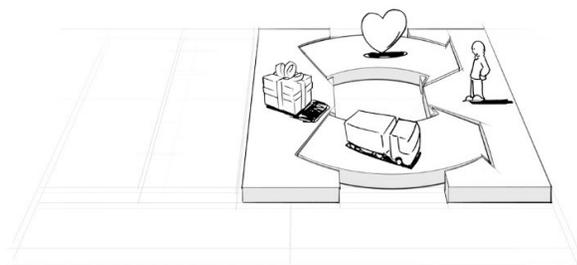
A **IKEA** criou um canal de entrega de valor e de relacionamento único (*engagement path*) que envolve o cliente em todo o processo de compra, desde a escolha dos materiais em *showroom* até à recolha do material no armazém.

# Business Model Canvas

## 4. Relacionamento com Clientes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



O relacionamento com clientes descreve o tipo de relação que a empresa vai estabelecer com cada segmento de cliente.

Alguns exemplos de relações com os clientes:

- **Pessoais** → baseada na interação humana.
- **Self-service** → a empresa fornece todos os meios necessários para que o cliente consiga se auxiliar por conta própria).
- **Automatizadas** → um tipo de *self-service* com serviços automatizados.

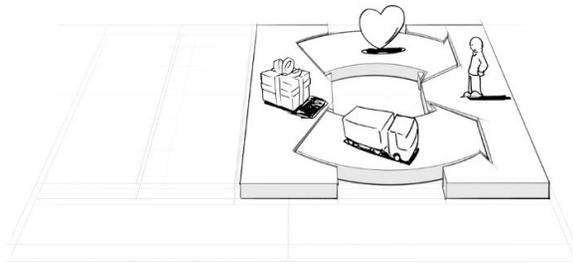
O relacionamento é através de contato direto nas redes sociais?

# Business Model Canvas

## 4. Relacionamento com Clientes



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



A cerveja **CUCA** pretende se posicionar como uma marca que, para além de ser apreciada por várias gerações como bebida, consegue ser a referência da cultura, da identidade e da nação angolana. Isso aproxima o consumidor final ao produto.

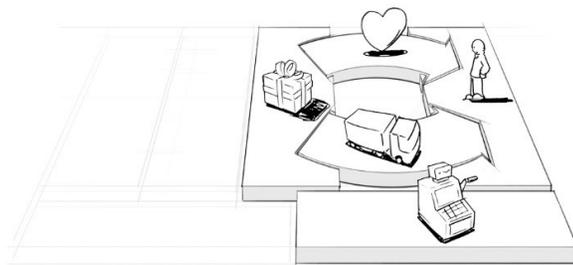


# Business Model Canvas

## 5. Fontes de Receita



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



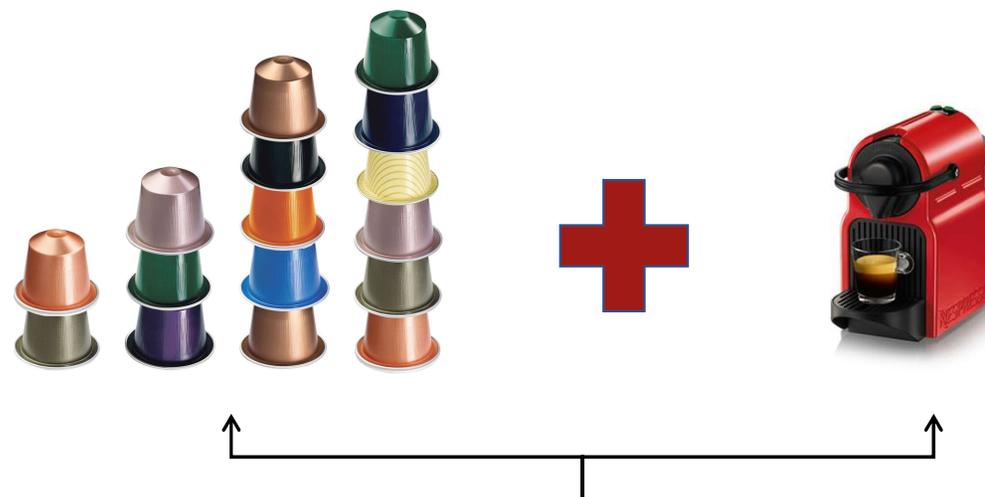
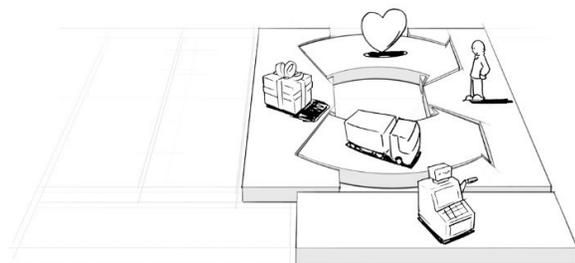
- Quanto é que os seus clientes estão realmente dispostos a pagar?
- O que pagam atualmente? Como pagam?
- Como prefeririam pagar?
- O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita?

# Business Model Canvas

## 5. Fontes de Receita



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



As principais fontes de receita da **NESPRESSO** vêm da venda de cápsulas (receita principal) e da venda de máquinas (receita secundária, em parceria com fabricantes, mas essencial para o negócio principal: cápsulas de café).

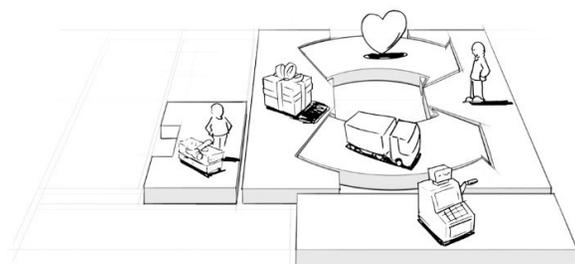


# Business Model Canvas

## 6. Recursos-chave



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Os recursos mais importantes de um negócio podem ser financeiros, intelectuais ou humanos.

Por isso, importa saber:

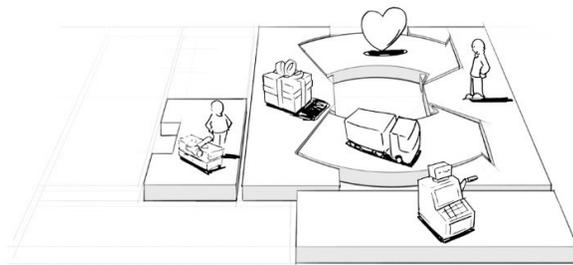
- Que recursos principais sua proposta de valor requer? E seus canais de distribuição?
- E o relacionamento com clientes? E suas fontes de receita?

# Business Model Canvas

## 6. Recursos-chave



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



ABOUT US

SUSTAINABILITY

NEWS

WORKING AT GROLSCH

CONTACT



A **Grolsch** é uma empresa de cervejas holandesa que faz um aproveitamento de quase 100% dos seus desperdícios, afetando de forma muito positiva a produtividade da empresa (principalmente ao nível dos custos) e que a torna numa das mais otimizadas empresas cervejeiras do mundo.

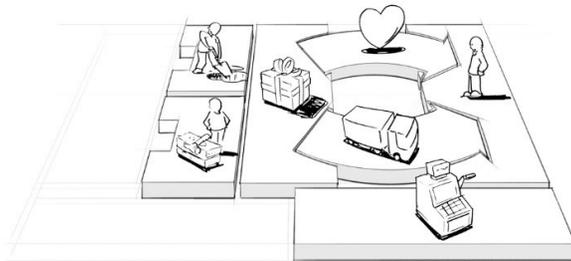


# Business Model Canvas

## 7. Actividades-chave



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



A **Apple** tem como actividades-chave principais o **design** e a **fabricação de hardware**, bem como o **desenvolvimento de software**.

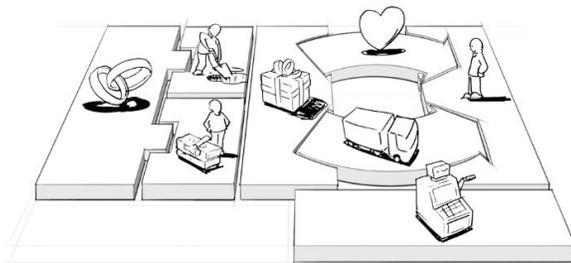
# Business Model Canvas

## 8. Parcerias



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

As parcerias são uma peça fundamental para muitos modelos de negócio e servem para otimizar processos, reduzir riscos ou adquirir recursos.



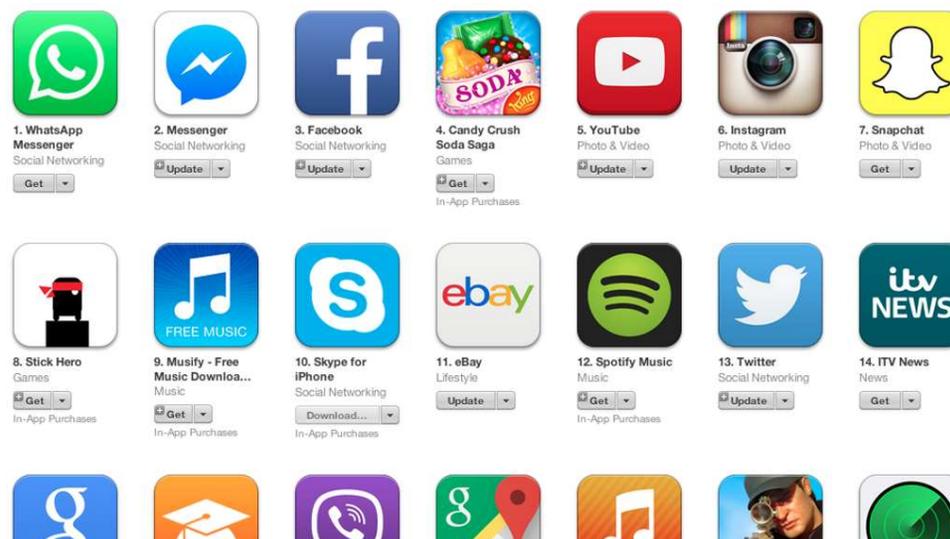
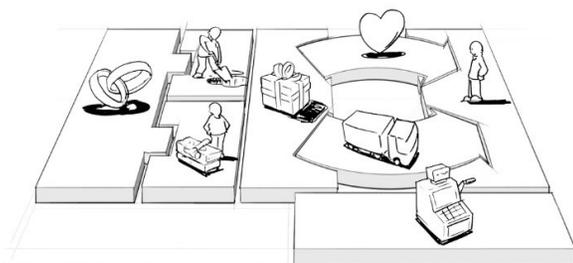
- Quem são seus principais parceiros?
- Quem são seus fornecedores principais?
- Que recursos principais você está adquirindo dos parceiros?
- Que actividades-chave são executadas por parceiros?

# Business Model Canvas

## 8. Parcerias



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



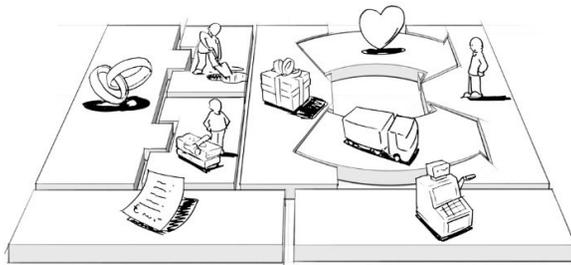
O segredo do modelo de negócios das **App Stores** está nos programadores, que desenvolvem e disponibilizam aplicações e, desta forma, ajudam ao crescimento destas lojas de aplicações móveis.

# Business Model Canvas

## 9. Estrutura de Custos



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



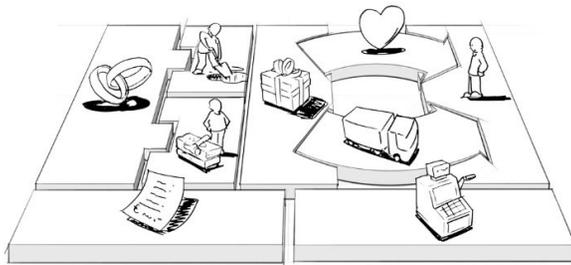
- Quais são os custos mais importantes no seu modelo de negócio?
- Que recursos principais são mais caros?
- Quais as actividades-chave mais caras?

# Business Model Canvas

## 9. Estrutura de Custos



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



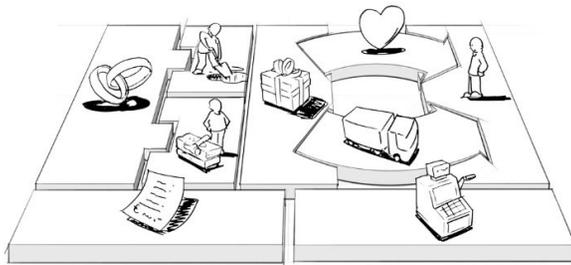
Empresas como a companhia aérea *low cost* **easyJet**, concentram grande parte da sua estrutura de custos na sua frota (aquisição, manutenção, combustíveis, etc.), na formação dos seus colaboradores e em toda a sua infraestrutura tecnológica de apoio. Modelo orientado para o **custo**.

# Business Model Canvas

## 9. Estrutura de Custos



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Empresas como **Apple**, concentram grande parte da sua estrutura de custos no design e na produção de hardware e software de gama alta. Modelo orientado para o **valor**.

# Modelo de Negócio: Resumo



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



## O QUE É

A IDEIA E PORQUÊ?

- Que problema / oportunidade identificados?
- Qual a proposta de valor?
- Qual a nossa motivação?



## QUEM

IRÁ UTILIZAR E/OU COMPRAR ESTE PRODUTO?

- Qual o segmento de clientes?
- Que desafios enfrentam?
- Como vamos chegar até eles?



## O QUE HÁ

DE PRODUTOS CONCORRENTES NO MERCADO?

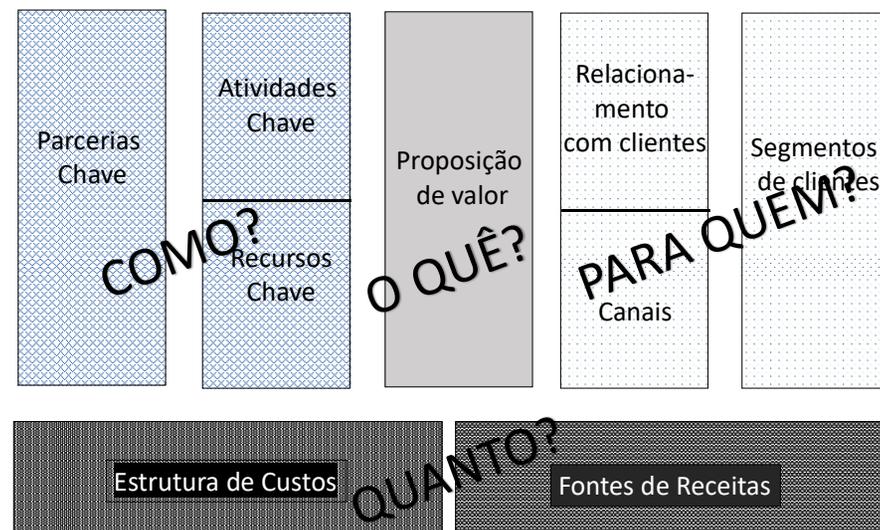
- Produtos concorrentes que resolvem os mesmos problemas?
- Qual a dimensão do mercado?
- Há produtos substitutos?



## COMO

VAMOS SER DIFERENTES?

- Que inovação iremos trazer?
- Como vamos vender a ideia?
- Qual o Modelo de Negócio?

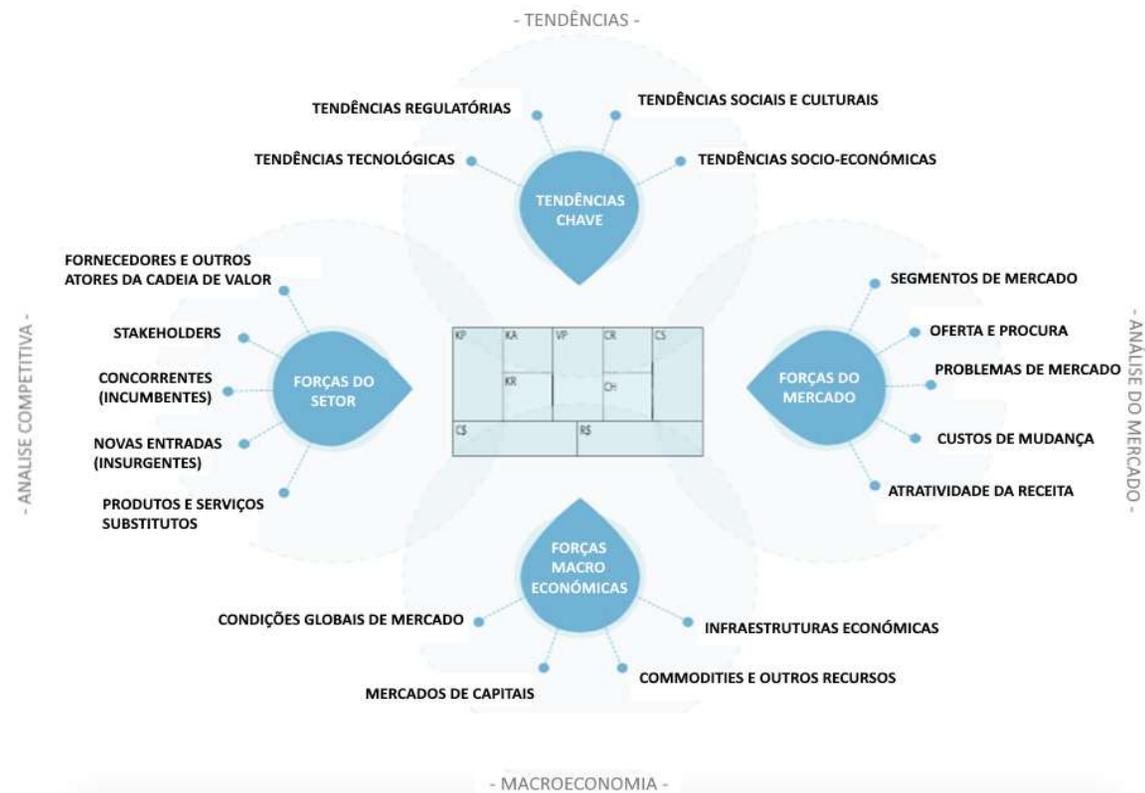


# Desenhar um Modelo de Negócio com o BMCanvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Análise prévia às forças do setor e do mercado, principais tendências e à envolvente contextual (macroambiente e microambiente empresariais).

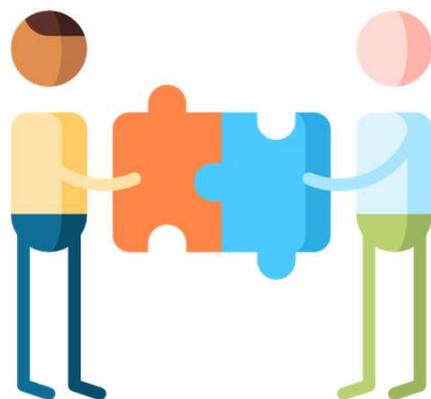


# Modelo de Negócio

## Notas Finais



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



A aplicação destes métodos para ajustar a oferta de valor ao mercado requer que qualquer empresa – ou grupo de empreendedores – estejam preparados para avançar, recuar, alterar, modificar e melhorar as suas ideias base.



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

*Caso de Estudo*

# *The Coffee Cherry*



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# Caso de Estudo



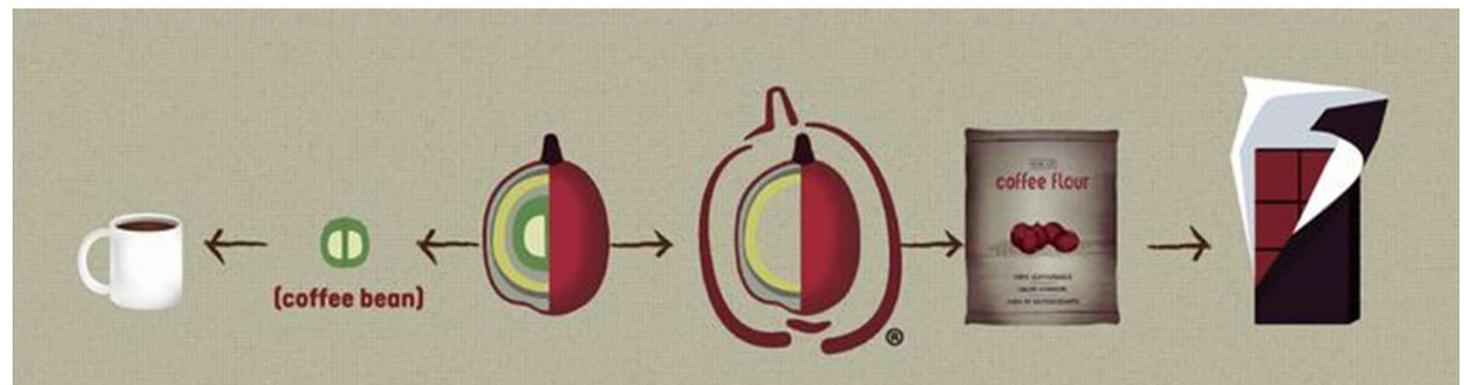
**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



## **THE COFFEE CHERRY CO.**

Innovation. Flavor. Nutrition. Sustainability.

Apresentamos, de seguida, um caso de sucesso de uma organização sediada no Canadá cujo objetivo de negócio é produzir subprodutos a partir dos desperdícios da produção de café e, ao mesmo tempo, ajudar os pequenos produtores.



# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 1. Factos Relevantes da Análise



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

- Em todo o mundo e anualmente, são geradas mais de 20 milhões de toneladas de subproduto a partir da produção de grãos verdes de café.
- Esta matéria não tem utilidade para indústria do café, degrada-se e decompõe-se.
- Resultado: emissões de gases de estufa para a atmosfera e libertação de micotoxinas prejudiciais os solos agrícolas, nas pastagens e na água.
- A empresa usa um processo patenteado para transformar esse subproduto em farinha de café.
- Trabalha para melhorar a qualidade de vida dos produtores de café, contribuir para um meio ambiente mais limpo e reduzir os problemas de nutrição em todo o mundo.
- A empresa é reconhecida por organizações globais por assumir esse papel de liderança, ajudando a alcançar as 17 Iniciativas de Sustentabilidade Global das Nações Unidas (ODS).

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 2. Desenhar o Modelo de Negócio

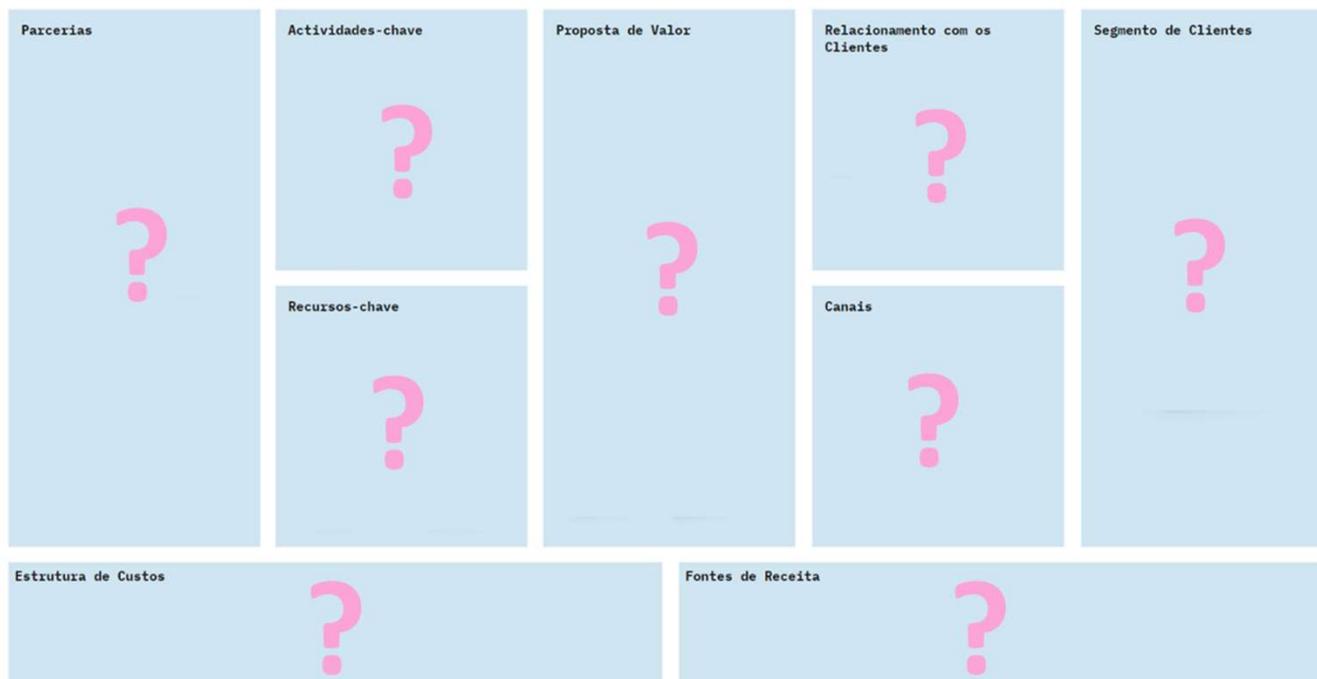


**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Vamos explicar o modelo de negócio da ***The Coffee Cherry***, usando o método do ***Business Model Canvas***.

**Objetivo:** analisar os 9 blocos do BMC, tendo por base o produto principal que é a **farinha de café**.

**Business Model Canvas: The Coffee Cherry**



# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Segmento de Clientes

Mercado  
retalhista  
(lojas online e  
físicas) >>  
Consumidor final

Mercado  
grossista  
(indústria  
alimentar e de  
bebidas)

### Bloco 1 → Segmento de Clientes

A *The Coffee Cherry* tem dois segmentos principais:

1. O **mercado retalhista**, com vendas em lojas *online* (como a Amazon) e lojas físicas, onde vende a sua farinha de café embalada e para consumidor final;
2. E o **mercado grossista**, vendendo em grandes quantidades, como matéria prima, sendo os seus clientes indústrias que produzem e vendem produtos baseados em farinha de café, tais como bolos, chás, chocolates, etc.

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Proposta de Valor

Farinha de café, feita a partir de casca de café

Transformação de um desperdício da indústria do café

Produto final de alto teor nutritivo

Inúmeras possibilidades de utilização na indústria alimentar e bebidas

Contribuição para a economia circular

Contribuição para a sustentabilidade ambiental

Contribuição para a criação de emprego

Ajuda aos pequenos e micro produtores de café

### Bloco 2 → Proposta de Valor

- **Proposta de valor comercial:** farinha de café, feita a partir de casca de café (desperdício da transformação desta indústria), com alto teor nutritivo e com inúmeras possibilidades de utilização na indústria alimentar e bebidas.
- **Proposta de valor social:** contribuição para uma economia circular, para a sustentabilidade ambiental, para a criação de novos postos de trabalho e ajudando os pequenos e micro produtores de café.

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



### Bloco 3 → Canais

- **Mercado de retalho:** lojas *online* e as lojas físicas, que comercializam os seus produtos e derivados.
- **Mercado grossista:** rede global de distribuidores que importam e distribuem os seus produtos, tanto embalados como a granel.

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Bloco 4 → Relacionamento com os Clientes

A forma de relacionamento com os seus clientes é, talvez, uma das principais armas desta empresa.

- Canal de retalho (lojas *online* e lojas físicas) → relacionamento direto,
- Mensagem de sustentabilidade para o ambiente e para a economia, bem presente na sua proposta de valor e na sua missão (Bloco Nº 2).



# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Bloco 5 → Fontes de Receita

Tendo em conta o tipo de produtos que esta empresa produz e os mercados para os quais trabalha, onde se inclui a indústria transformadora alimentar, podemos afirmar que as fontes de receita provêm de duas categorias de produtos:

1. Farinha de café vendida nas lojas *online* e físicas, como produto de marca própria ou associado a outra marca;
2. Farinha de café vendida a granel, como matéria prima, para a indústria alimentar e de bebidas.

#### Fontes de Receita

Farinha de  
café  
(vendida nas  
lojas online e  
físicas)

Farinha de  
café vendida a  
granel  
(como matéria  
prima)

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



### Bloco 6 → Recursos-chave

- Rede de pequenos produtores de café.
- Matéria prima (casca de cereja de café).
- Recursos de produção para transformar essa mesma matéria prima em produto final que é a farinha de café (incluindo as patentes das técnicas de transformação).

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Bloco 7 → Actividades-chave



- Investigação e desenvolvimento (I&D).
- Transformação e fabrico da farinha de café.
- Distribuição para as lojas.
- Capacidade de angariar e de fixar os pequenos produtores de café na sua operação de negócio.

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



### Bloco 8 → Parcerias

No caso da *The Coffee Cherry*, a rede de parceiros divide-se em três níveis principais parceiros:

1. Os pequenos produtores de café: base do fornecimento da matéria prima principal e fazem parte de todo um ecossistema de ajuda e sustentabilidade às economias rurais e mais empobrecidas;
2. Os distribuidores globais: colocam os produtos e a matéria prima em várias parte do mundo.
3. As entidades mundiais (como a Nações Unidas): a *The Coffee Cherry* é reconhecida como uma empresa inovadora e importante ao nível da sustentabilidade e da economia circular.

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

## 3. Blocos do BMCanvas (cont.)



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### Bloco 9 → Estrutura de Custos

- Investigação e desenvolvimento (I&D)
- Recolha da matéria prima (casca de café)
- Transformação da matéria-prima no produto final que é a farinha de café.

#### Estrutura de Custos

Investigação  
e  
desenvolvim  
ento(I&D)

Recolha da  
matéria  
prima

Processo  
de  
fabrico

# Caso de Estudo: *The Coffee Cherry*

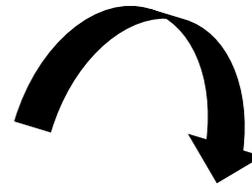
## 4. Resultado Final



**ENVOLVER**  
 INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
 APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

### A tela de modelo de negócios

<b>Parcerias Chave</b> Com que parceiros chave? Com que fornecedores chave? Com canais chave? Com atividades-chave chave? Com recursos chave?	<b>Atividades Chave</b> Que atividades chave requerem nossa proposta de valor? Que atividades chave requerem nossa proposta de valor? Que atividades chave requerem nossa proposta de valor?	<b>Proposta de valor</b> Que valor oferecemos aos nossos clientes? Que benefícios de nossos clientes queremos e buscamos? Que benefícios de nossos clientes queremos e buscamos?	<b>Relações com clientes</b> Que tipo de relação queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relação queremos estabelecer com nossos clientes? Que tipo de relação queremos estabelecer com nossos clientes?	<b>Segmentos de mercado</b> Para quem criamos valor? Que segmentos de mercado queremos atingir? Que segmentos de mercado queremos atingir?
	<b>Recursos Chave</b> Que recursos chave requerem nossa proposta de valor? Que recursos chave requerem nossa proposta de valor? Que recursos chave requerem nossa proposta de valor?		<b>Canais</b> Que canais chave requerem nossa proposta de valor? Que canais chave requerem nossa proposta de valor? Que canais chave requerem nossa proposta de valor?	
<b>Estrutura de custos</b> Quais são os custos mais importantes associados ao nosso modelo de negócio? Quais são os custos mais importantes associados ao nosso modelo de negócio?		<b>Fontes de renda</b> Por que valor os clientes pagam por nossos produtos/serviços? Por que valor os clientes pagam por nossos produtos/serviços?		



### Business Model Canvas: The Coffee Cherry



# Business Model Canvas: The Coffee Cherry



# A tela de modelo de negócios

<h3>Parcerias Chave</h3>  <p>Quem são nossas parcerias chave?          Quem são nossos provedores chave?          Que recursos chave adquirimos de nossas parcerias?          Que atividades chave realizam nossas parcerias?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Fornecedores de materiais          Parceiros de distribuição          Parceiros de logística          Parceiros de tecnologia</p>	<h3>Atividades Chave</h3>  <p>Que atividades chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição?          Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Produção          Marketing          Gestão de operações          Desenvolvimento de produtos</p>	<h3>Proposta de valor</h3>  <p>Que valor proporcionamos aos nossos clientes?          Que problemas de nossos clientes ajudamos a solucionar?          Que pacotes de produtos ou serviços oferecemos a cada segmento de mercado?          Que necessidades dos clientes satisfazemos?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Inovação          Personalização          Conveniência          Comunicação          "Tudo em um só lugar"          Design          Marca/Qualidade          Preço          Entrega de valor          Adaptação de valor          Responsabilidade          Responsabilidade social/ambiental</p>	<h3>Relações com clientes</h3>  <p>Que tipo de relação esperamos os diferentes segmentos de mercado?          Que tipo de relações temos estabelecidas?          Qual é o custo dessas relações?          Como estão integradas em nosso modelo de negócios?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Assistência ao cliente          Parcerias com provedores          Apoio técnico          Serviços especializados          Comunidade          Canais de venda</p>	<h3>Segmentos de mercado</h3>  <p>Para quem criamos valor?          Quais são os nossos clientes mais importantes?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Mercado de massa          Nichos de nicho          Segmentos          Segmentos de nicho          Segmentos de nicho</p>
	<h3>Recursos Chave</h3>  <p>Que recursos chave requerem nossas propostas de valor?          Nossos canais de distribuição? Relações com clientes?          Fontes de renda?</p> <p><b>TIPOS DE RECURSOS</b>          Canais          Atividades-chave (operacionais, de marketing, de vendas, de desenvolvimento)          Materiais          Pessoas</p>		<h3>Canais</h3>  <p>Que canais preferem nossos segmentos de mercado?          Como estabelecemos atualmente a conexão com os clientes?          Como se conjugam nossos canais?          Quais são melhores resultados?          Quais são mais rentáveis?          Como se integram nas atividades diárias dos clientes?</p> <p><b>TIPOS DE CANAIS</b>          1. Presencial          2. Online          3. Híbrido          4. Direto          5. Indireto          6. Parceiros          7. Proprietários          8. Não proprietários</p>	
<h3>Estrutura de custos</h3>  <p>Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?          Quais são os recursos chave mais caros?          Quais são as atividades chave mais caras?</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Salários          Aluguel          Energia          Materiais          Depreciação de equipamentos          Marketing          Transporte          Pesquisa e desenvolvimento          Desenvolvimento de produtos          Desenvolvimento de tecnologia          Desenvolvimento de processos          Desenvolvimento de canais          Desenvolvimento de parcerias</p>	<h3>Fontes de renda</h3>  <p>Por que valor estão dispostos a pagar nossos clientes?          Por que pagam atualmente?          Como pagam atualmente?          Como eles gostariam de pagar?          Quanto ganham os diferentes segmentos de mercado ao total da renda?</p> <p><b>TIPOS</b>          1. Produtos          2. Serviços          3. Licenças          4. Assinaturas          5. Anúncios          6. Comissões          7. Royalties          8. Licenciamento          9. Patentes          10. Direitos de imagem</p> <p><b>EXEMPLOS</b>          Produtos físicos          Produtos digitais          Serviços          Licenças          Assinaturas          Anúncios          Comissões          Royalties          Licenciamento          Patentes          Direitos de imagem</p>			

**ENVOLVER**  
 INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
 APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

PARA IMPRIMIR



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# Exercício Proposto



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

# Exercício Proposto

## 1ª Tarefa



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Identifique uma oportunidade no mercado Angolano para a abertura de um negócio que esteja incluído nas fileiras produtivas do **PRODESI** (<https://prodesi.ao/>).

# Exercício Proposto

## 2ª Tarefa



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

Para a **ideia de negócio escolhida na 1ª Tarefa** responda às seguintes questões:



1. **Conscientização:** Quem estará atualmente consciente sobre a necessidade do novo produto ou serviço?
2. **Teste:** Quem estará interessado em testar o produto ou serviço?
3. **Disponibilidade:** Quem terá acesso potencial ao produto ou serviço?
4. **Repetição:** Quem estará disposto a comprar repetidamente o produto ou serviço?

# Exercício Proposto

## 3ª Tarefa



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO



Depois de realizadas as tarefas anteriores, prepare um **Modelo de Negócio em Canvas** para essa atividade. Poderá usar a ferramenta Excel para Modelos de Negócio que foi fornecida.

# Exercício Proposto

## Conclusão: Análise dos Resultados



**ENVOLVER**  
INVESTINDO E CRESCENDO JUNTOS  
APOIO NO ACESSO A FINANCIAMENTO

