

# IMPLANTAÇÃO DO NEGÓCIO CANVAS: DOCERIA ARTESANAL

Mariléia da Silva Ferreira\*

Luciano de Souza Faria\*\*

## RESUMO

O presente artigo apresenta pontos que são de suma importância para qualquer empreendimento, descreve o objetivo da pesquisa que é entender através do modelo de negócio Canvas quem são os clientes e analisar o ambiente em que o empreendimento está se inserindo. O intuito da pesquisa é que o empreendedor possa compreender quais são as reais necessidades dos clientes e ter mais atenção para os pontos fracos e forte do negócio que podem ser considerados possíveis ameaças para o empreendimento. Essa pesquisa tem como hipótese entender e trabalhar com melhorias no negócio, e visa apresentar uma proposta diferente para o consumidor, o empreendedor vai saber se as mudanças do negócio foi bem aceita pelos clientes ou não. Essa é uma pesquisa bibliográfica, e para confirmação do que foi dito abaixo essas informações foram retiradas de livros, sites e artigos, para, que a pesquisa passe credibilidade para o leitor. Toda a pesquisa está voltada para que o empreendedor consiga entender como os nove blocos descrito no quadro do Modelo de negócio Canvas funcionam, e cada uma das nove partes como a proposta de valor, relacionamento com cliente, os canais, segmento dos clientes, parcerias-chaves, recursos-chaves, atividades-chave, fontes de receita e estrutura de custos e como estão interligados um ao outro.

## Palavras-chave

Empreendedorismo. Inovação. Conhecimento. Organização.

## INTRODUÇÃO

---

\* Graduando do curso de administração de empresas pelas Faculdades Unificadas de Leopoldina Doctum. Leopoldina / MG. Email: [marileiaferreira37@gmail.com](mailto:marileiaferreira37@gmail.com).

\*\* Professor universitário graduado em ciências econômicas e especialista em administração pela UFJF – Juiz de Fora/MG. Email: [proflucianofaria@gmail.com](mailto:proflucianofaria@gmail.com)

O cenário do empreendedorismo no Brasil tem crescido muito, entre os que sonham em ter seu próprio negócio, porém por falta de conhecimentos básicos sobre o mercado esse sonho tem se tornado um pesadelo para muitos empreendedores. Mesmo o Brasil passando por tantos problemas políticos e econômicos as oportunidades de ideias que geram retorno financeiro, estão ganhando força, por isso para aqueles que deseja empreender é indicado que analise com precisão e clareza todos os pontos relevantes do empreendimento, para assim faça o descarte de algumas ideias se necessário.

Com tantas ideias de melhorias para o negócio surgindo a todo momento, para atender melhor os clientes que por sua vez estão mais exigentes por produtos e serviços que possam oferecer mais qualidade e preços acessíveis, os empreendedores se veem obrigados a se adequar às inovações e mudanças para não perder seu espaço no mercado para outros concorrentes.

O intuito deste artigo é compreender como funciona o Modelo de negócio Canvas dentro de uma empresa, a fim de obter conhecimento e respostas que poderá servir de base para o empreendedor em suas tomadas decisões.

O modelo de negócio Canvas é uma ferramenta muito fácil de compreender, pois ela descreve de forma visual todo o negócio de forma clara e objetiva e é menos complexa do que um plano de negócio. Nada mais é que um quadro que é separado por nove blocos dividido por parceiros estratégicos; atividades chave; proposta de valor; relação com clientes; segmentos de clientes; recursos chave; canais de distribuição; estrutura de custos e fluxo de receita.

Todas as partes do modelo de negócio Canvas correspondem a um setor diferente da empresa e estão ligados uns aos outros. É preciso que haja equilíbrio entre elas. As tomadas de decisão da empresa partirão a partir da análise de cada uma dessas partes onde auxiliarão o empreendedor na decisão do seu negócio.

Na cidade de Leopoldina ainda faltam empresas que sejam voltadas para o segmento de doces artesanais, pois ainda existe a cultura de fazer bolos e doces em panificadoras tornando simples e sem novidades para o consumidor. Por esse motivo foi colocado em questão se seria viável a criação de uma doceria artesanal na cidade, e assim proporcionar sabores de doces diferentes e reinventar o que estão acostumados a consumir.

A hipótese se baseia de uma pesquisa bibliográfica que será sobre a viabilidade de implantação de um modelo de negócio Canvas onde apontará quais caminhos a empresa

deverá seguir para se desenvolver. Para Gil (2002), estas pesquisas têm como objetivos proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses.

Objetivo Geral analisar a viabilidade da implantação de uma doceria através do modelo de negócio Canvas, e qual é a funcionalidade dessa ferramenta para o negócio afim de obter informações necessárias para facilitar todas as fases do projeto do negócio.

Os objetivos específicos que serão explorados nesta pesquisa determinarão quais fatores serão fundamentais para a elaboração do modelo de negócio Canvas de uma doceria; identificação do potencial do mercado; conhecer melhor o público-alvo do negócio; e analisar o ambiente interno e externo do futuro empreendimento.

A presente pesquisa justifica-se na procura por meios como ferramentas que permita alcançar sucesso. O negócio precisa desenvolver, e o modelo de negócio Canvas é quem oferece esse auxílio para o empreendedor e permite fazer alterações no decorrer do projeto, possibilitando que o empreendedor a tenha uma visão mais detalhada do seu negócio.

A pesquisa foi desenvolvida na cidade de Leopoldina, em uma empresa de doces artesanal. Com a finalidade de observar os pontos fracos e fortes do negócio e assim minimizar os possíveis riscos no decorrer do negócio, e deste modo ainda saber se a cidade está apta a receber esse novo empreendimento e quais aspectos vão precisar de mais atenção e cuidado para entender, e qual é o perfil do público-alvo e o que eles costumam consumir.

A metodologia científica foi imprescindível para a elaboração e desenvolvimento desta pesquisa, que de modo geral respeita as normas e regras que são necessárias para construção desta pesquisa. Essa pesquisa é classificada como bibliográfica, é uma forma de confirmar o que está sendo falado permitindo que, a pesquisa passe para o leitor mais credibilidade. Será retirado de livros, artigos científicos, revistas e redes eletrônicas, ou seja, todo que esteja material acessível ao público em geral. Estes materiais bibliográficos darão todo o suporte para confirmar a veracidade do que está sendo dito.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa onde será possível obter um entendimento do funcionamento do modelo de negócio Canvas e como se relacionam os nove blocos composto no quadro. Para José Matias (2016) a pesquisa qualitativa é parte do entendimento e interpretação de um fenômeno. E terá uma observação-

participante onde será possível observar o que acontece no dia-dia da empresa, permitindo que o observador fique a par de tudo que acontece no local que está sendo feita a pesquisa.

Com pesquisa explicativa é possível analisar e observar a viabilidade da implantação de um modelo de negócio Canvas em uma doceria artesanal, pois, ela permite esclarecer fatores do fenômeno estudado. Os dados obtidos foram documentais e qualitativas onde foi observado todos os fatores relevantes para a pesquisa em questão. Gil (2002) conceituam que os fatos no dia-dia é que fornece os indícios para a solução dos problemas protos [...] as hipóteses tem poucas probidades de conduzir a um conhecimento suficientemente geral explicativo. De acordo com Vergara. (2006)

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

É evidente que criar um negócio requer pesquisa, estudo e percepção para conseguir retornos positivos e crescimento. As ideias surgem a todo momento, porem as oportunidades tem que ser captadas no momento que ninguém acredita. A diferença entre alguns empreendedores é a percepção de envolver e fechar grande parcerias. De acordo com Manuel, João e Fernando. (2010):

É importante percebermos o que motiva verdadeiramente empreendedor a assumir os riscos e a criar a sua nova empresa. As motivações para o empreendedorismo variam muito, mas algumas das principais são o desejo de independia (não querer trabalhar para o outro e, ser o seu próprio patrão), ganhar dinheiro, a procura por satisfação no trabalho, a realização pessoal e a observação de uma oportunidade interessante.

Empreender não é somente questão de escolha mais talvez é uma forma de suprir algumas necessidades financeira ou até mesmo um meio de fugir do desemprego. Para Manuel, João e Fernando. (2010) o que fomenta o empreendedorismo não é somente motivação próprias, é uma forma de fugir do desemprego. Para Manuel, João e Fernando. (2010)

Ninguém nasce empreendedor nem com genes empreendedores. Além de motivações próprias, sobre a forma como querem dirigir a vida, há também

fatores exógenos, como a necessidade de ter fontes de rendimento complementares ou uma situação de desemprego que conduzem ao empreendedorismo.

Existem vários fatores que contribuem para que uma pessoa comece a pensar em empreender. Basta ter coragem e determinação para assumir riscos para entrar nesse meio tão concorrido. Segundo Manuel, João e Fernando. (2010):

Enunciar uma definição de empreender é uma tarefa complexa, dados os inúmeros elementos que esse conceito deve conter. [...] empreender é motivado pela necessidade de atingir algo, de fazer, de realizar e de ser independente de outros. A palavra "empreendedor" provavelmente surgiu para descrever as pessoas que "assumiam os riscos" entre compradores e vendedores ou que "empreendiam" a tarefa de começar uma nova empresa.

Muitos proprietários de estabelecimentos de pequeno porte não acham necessário fazer um planejamento, e questionam o porquê de fazer o plano de negócio, muitos não veem a sua importância. Pois acham que já conhecem e dominam o mercado em que estão entrando. De acordo com Alexandre Luzzi. (2011):

Em princípio, quanto mais complexo e incerto for o mercado, maior a necessidade. Em mercados mais previsíveis e estáveis, o planejamento formal poderá ser muitas vezes dispensando. Segundo Djalma, o propósito do planejamento pode ser definido como o desenvolvimento de processos, técnicas e atitudes administrativas, as quais proporcionam uma situação viável de avaliar as implicações futuras de decisões presentes em função dos objetivos empresariais que facilitarão a tomada de decisão no futuro, de modo mais rápido, e coerente, eficiente e eficaz.

As pessoas estão buscando empreender cada dia mais, estão procurando ter mais independência financeira, horários mais flexíveis e não ter um patrão que controla o tempo todo e buscam por liberdade, para colocar suas ideias em prática. As pessoas desejam empreender porque tem um sonho ou um plano de vida, que não se encaixa dentro das organizações o empreendedor não precisa se basear somente nas condições do país. De acordo com Manuel. (2010):

Em que pesem as dificuldades de iniciar a própria empresa, sejam estas do foro financeiro, cultural, institucional ou individual, muitos indivíduos decidem empreender, e muitas novas empresas são constituídas todos os dias em todo o mundo. Novas empresas são constituídas também independentemente das condições econômicas do país, de períodos de recessão, dos níveis de inflação ou das taxas de juros, de carências várias no sistema de infraestruturas e de uma probabilidade elevada de insucesso.

As oportunidades estão em nosso redor o tempo todo, só que não basta

ter ideias e não tirar do papel é preciso ter iniciativa, coragem e foco. A questão é entender a ideia e trabalhar nela, e se basear nas informações certas. Segundo Manuel, João e Fernando. (2010):

As novas empresas são baseadas em uma ideia de negócio e essa ideia tem, frequentemente, origem em uma oportunidade que foi detectada, assim é importante começar por distinguir esses dois conceitos: oportunidade e ideia de negócio. As novas empresas são criadas por iniciativa de pessoas empreendedoras que estão dispostas a correr o risco a partir de uma ideia, baseada na percepção de uma oportunidade. Uma boa oportunidade deve possuir quatro qualidades essenciais: ser atrativa, durável, estar disponível no momento e local certos, e ser comportada em um produto ou serviço que adiciona valor ao seu comprador ou utilizador.

Usando a ferramenta certa toda estrutura do negócio ficará mais clara, e isso trará benefícios e agregará mais valor ao negócio. As informações adquiridas serão utilizadas para garantir que todos os envolvidos conheçam de forma nítida e melhor o seu papel dentro de cada bloco que é representado no quadro. Para José Finocchio. (2013):

Quando você preencher o Project Model Canvas com post-its, uma mágica acontecerá: aquilo que estava obscuro ficará nítido. Fragmentos de informação armazenados nos recônditos cerebrais dos diversos stakeholders irão se cristalizar à sua frente. [...] Para que tudo isso aconteça é preciso dar o primeiro passo, e na direção correta. Existem questões de ordem fundamental que precisam ser respondidas primeiro.

Com os nove blocos representados no quadro, será possível ter uma noção completa das principais etapas do negócio assim, de fato ficará mais fácil mensurar a viabilidade do negócio. Podendo fazer uma análise de cada uma das etapas sofrida no processo de implantação dessa ferramenta modelo de negócio Canvas, sendo exibido de maneira visual ficará melhor distinguir o que fazer em certas situações. De acordo com Gledson Mota. (2019):

Os nove componentes do Canvas cobrem as quatro principais áreas de um negócio: clientes, oferta, infraestrutura e viabilidade financeira. [...] A ferramenta Canvas permite analisar o modelo de negócio que está sendo criado, remodelado, adaptado com o pensamento visual, que consiste em usar desenhos para representar situações ou ideias. [...] e por ser uma ferramenta visual, a criação é facilitada, permitindo que as pessoas não envolvidas, diretamente no negócio, possam ajudar na construção e análise do modelo.

O modelo de negócio Canvas tem sido uma ferramenta muito utilizada para quem já tem empresa e procura por inovação serve como complemento e para quem ainda não tem uma empresa porém deseja agregar valor ao negócio

geralmente optam em colocar em pratica o modelo de negócio Canvas. Segundo Marcelo Severo. (2013):

Desenhar o Modelo de Negócio precede a elaboração do plano de negócios. E por meio de análise e reflexão sobre ele que será possível perceber se ideia original terá validade, se todas as partes se encaixam formando verdadeiramente um sistema, portanto, o modelo descreve a lógica de criação do negócio, quer dizer, mostra que o raciocínio e a interconexão das partes fazem sentido. Nesse ponto, deverá ser muito bem explorada a questão da entrega e captura de valor.

O modelo de negócio Canvas sem dúvidas que abrirá um leque de conceitos diferentes para inovar e clarear as ideias do negócio. Conforme Marcelo Severo. (2013):

O modelo de Negócio é uma das ferramentas mais utilizadas por empreendedores e empresas, seja para iniciar um negócio, seja para inovar em empresas já constituídas. Com menos tempo para criar e muito mais clareza, o Quadro nos dá a chance de verificar e corrigir, coloca em foco tudo que é mais importante e ajuda a descobrir elos que não teríamos percebido em um longo texto descritivo.

O modelo de negócio Canvas tem uma forma bem pratica de simplificar esse planejamento que antes só se conseguia essas informações através do plano de negócio que mais engessado. De acordo com Finocchio (2013):

Um plano de projeto é, antes de mais nada, uma construção de hipóteses sobre um cenário futuro e desconhecido. Ele se torna consistente justamente pela integração que o compõem. [...] Um ponto bastante prático é que a confecção do Project Model Canvas não demanda nada que alguém não possua a mão, num escritório: aqueles pequenos papeis adesivos conhecidos como post-its e folhas para flip chart (formato A1).

Ao implantar o Modelo de negócio Canvas, existem perguntas que são imprescindíveis para que empreendedor entenda o planejamento do negócio de forma clara e objetiva as áreas especificas de bloco. Essas perguntas são: Por quê? O quê? Quem? Como? Quando? Quanto? Ainda de acordo com Finocchio (2013):

São perguntas que definem seu projeto de maneira que qualquer um entenda, a resposta às perguntas antecessoras torna mais fácil responder as sucessoras. [...] Por que é a pergunta mais importante a ser respondida: ela definirá os valores que identificarão todos os envolvidos no projeto.

As perguntas tem que ser respondidas, e são de suma importância para que o empreendedor entenda quais passos a empresa tem que tomar para se alcançar o sucesso.

## 2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Segundo o site portal da educação, o empreendedorismo teve início no Brasil na década dos anos 90, que foi quando o povo brasileiro esteve mais presente na economia, onde também teve a entrada de fornecedores estrangeiros no mercado brasileiro que regulavam os preços, esta fase contribuiu para que o país voltasse a se desenvolver.

De acordo com a revista Isto É, os jovens brasileiros estão deixando de lado a carreira profissional para obter mais independência, e se tornar donos do seu próprio negócio. Esta descoberta foi feita através da pesquisa GEM 2017, que aponta o interesse de jovens de 18 a 34 anos que desejam criar algo ou simplesmente inovar afim de obter lucro os mesmos estão sempre de olho nas necessidades do mercado.

Várias pesquisas tem demonstram pontos de vista diferentes sobre o empreendedorismo mostrando tanto o lado positivo, quanto o lado negativo. De acordo com Dornelas (2001). são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade. De acordo com a pesquisa do Global Entrepreneurship (2014):

O GEM 2014 levantou informações sobre conhecimento das pessoas sobre a abertura de novos negócios, oportunidades e capacidades percebidas, além do medo do fracasso. Foram também levantados os sonhos e desejos das pessoas, particularmente a vontade de ter seu próprio negócio.

## 2.2 Conhecendo o modelo de Negócio Canvas

De acordo com site Meu sucesso (2014). O Modelo de negócio Canvas dentro de uma empresa que está iniciando no mercado funciona de maneira de forma simples e permiti saber sua real oportunidade no mercado. O (*Buseniss Model Canvas*), que em português significa Modelo de Negócio Canvas foi inventado pelo o escritor e pesquisador suíço Alexander Osterwalder, como suas pesquisas na Universidade de Lausanne ele elaborou um método que incluía diversos modelos de negócio, ele contou com a ajuda de alguns empreendedores e pesquisadores de 45 países diferentes.

De acordo com Araujo e Zilber (2013) o Modelo de Negócio Canvas pode ser aplicado em quaisquer empresas seja ela de pequeno ou grande porte, serve para



qualquer empreendedor ou gestor que buscam desenvolver o seu negócio ou aprimorar os seus resultados e se manter no mercado.

Figura 1: Quadro ilustrativo do modelo Canvas.

A figura 1 demonstra o quadro do Modelo de negócio Canvas, e como as perguntas são importantes para o negócio, que são essas: Como? O que? Para quem? Quanto e Quando? São importantes e devem ficar bem claras para que a aplicação dessa ferramenta aconteça de forma eficaz.

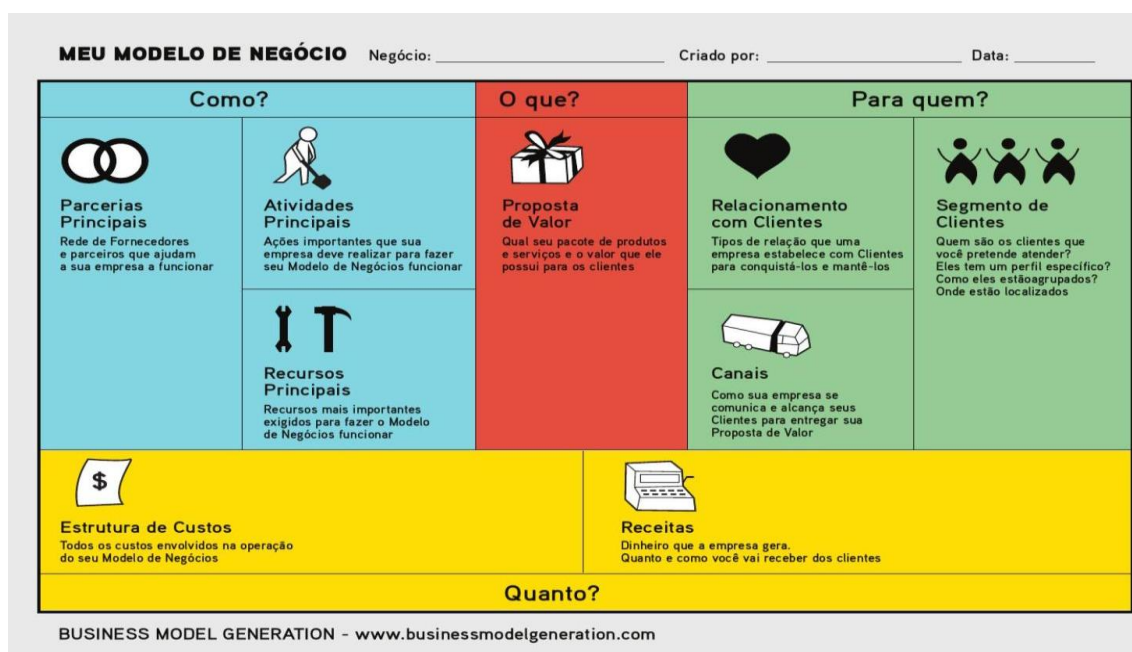


Figura 1 – Fonte: BUSINESS Model Canvas: o primeiro passo para abrir a sua empresa. [S. l.: s. n.], 2018. Figura 1. Disponível em: <https://esagjr.com.br/business-model-canvas/>. Acesso em: 30 out. 2019.

Na figura 2 fica ainda mais fácil e claro de entender como funciona o Modelo de negócio Canvas na forma pratica, dentro do negócio. Todas essas perguntas devem ser feitas pelos proprietários das empresas, trazendo assim informações de forma eficaz ajuda o empreendedor fica compreender onde estão errando e como evitar os erros.

<b>Parceiros-chave</b>	<b>Atividades-chave</b>	<b>Propostas de valor</b>	<b>Relacionamentos com os clientes</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
<i>Quem são seus parceiros-chave? Quem são seus fornecedores-chave? Quais recursos-chave adquirimos de nossos parceiros? Quais atividades nossos parceiros realizam?</i>	<i>Quais atividades nossa proposta de valor requer? Quais são nossos canais de distribuição? Como é o relacionamento com o cliente? Quais são as fontes de receita?</i>	<i>Que valores entregamos aos nossos clientes? Quais problemas dos nossos clientes ajudamos a resolver? Que categorias de produtos e serviços oferecemos a cada segmento de clientes? Quais necessidades dos clientes nós satisfazemos? O que/qual é o nosso mínimo produto viável?</i>	<i>Como nós conquistamos, mantemos e aumentamos nossos clientes? Quais relacionamentos com o cliente nós definimos/temos? Como esses relacionamentos estão integrados no nosso modelo de negócio? Qual é o custo envolvido?</i>	<i>Para quem nós criamos valor? Quem são nossos mais importantes clientes? Quais são nossos clientes típicos/padrão?</i>
	<b>Recursos-chave</b> <i>Quais recursos-chave nossa proposta de valor requer? Canais, relacionamentos, modelo de receita?</i>		<b>Canais</b> <i>Através de quais canais nossos segmentos de clientes querem ser alcançados? Como outras empresas chegam até eles hoje? Quais canais funcionam melhor? Quais canais são mais eficientes em custo? Como promovemos a integração dos canais com a rotina dos clientes?</i>	
<b>Estrutura de custos</b> <i>Quais são os custos mais importantes de nosso modelo de negócio? Quais recursos-chave são os mais caros? Quais atividades-chave são as mais caras?</i>		<b>Fontes de receita</b> <i>Para qual proposta de valor nossos clientes estão dispostos a pagar? O que eles estão comprando/pagando hoje? Qual é nosso modelo de receita? Quais são nossas políticas de preços?</i>		

Figura 2 – Fonte: Modelo de negócio Canvas. DORNELAS, José

O modelo de negócio Canvas conta com nove blocos que integram o quadro acima, logo abaixo será explicado e que são e como funcionam cada um deles.

- **Proposta de valor**

A proposta de valor indica o porquê que o seu cliente irá comprar de você e não do seu concorrente, ela deixa claro em qual é o nível de relevância em que se encontra o seu produto/serviços para seu cliente. Segundo o portal administradores é possível afirmar, portanto, que a proposta de valor descreve a forma como uma empresa se diferencia dos seus concorrentes e é a razão pela qual os clientes compram de uma certa empresa, e não da outra. Conforme Osterwalder e Pigneur (2011). Os valores podem ser quantitativos (ex.: preço, velocidade do serviço) ou qualitativos (ex.: design, experiência do cliente).

- **Relacionamento com o Consumidor**

O relacionamento com o cliente tem que ser o especial e agradável para que o cliente se sinta mais à vontade, e se diferencie dos demais concorrentes. Para fidelizar o seu cliente é preciso que haja a conquista do seu cliente, com as fidelizações do mesmo será possível ampliar suas vendas e conquistar um mercado ainda maior se seu o relacionamento com o cliente estiver for forte, e ele sempre confiará em seu trabalho. De acordo com Osterwalder e Pigneur (2011). Uma empresa precisa esclarecer que tipo de relação precisa ter com cada Segmento de Cliente. As relações podem se alterar desde os pessoais até as automatizadas.

- **Canais**

Para Osterwalder e Pigneur (2011). Os canais possuem diversas funções, ele pode aparecer de várias maneiras para o cliente de forma a propagar conhecimento sobre os produtos/serviços que a empresa proporciona. Dentro do Canal existem cinco fases quem são o conhecimento profundo do negócio; avaliação com ajuda dos clientes como um feedback do negócio; compra como os clientes adquirem os produtos; entregas como fazemos esse serviço e pós-venda como damos esse apoio para os nossos consumidores. Através dessas cinco fases os clientes podem conhecer melhor o negócio e como acontecem todos os processos propagandas, panfletagem, rede sociais e sites.

- **Segmento dos Clientes**

É importante para o empreendedor saber para quem realmente está vendendo o seu produto/serviço, quem é seu público-alvo e o que eles esperam do seu negócio. Sendo assim fica mais fácil do empreendedor entender o mercado em que está se inserindo e quais decisões ele deve seguir ou ignorar para atender da melhor maneira possível seu público-alvo. De acordo o portal o Analisa de modelo de negócio (2019):

A fim de satisfazer as necessidades e interesses desses clientes, é importante que a empresa ou organização seja capaz de segmentá-los em grupos por similaridade. Ou seja, esses grupos de pessoas terão objetivos e interesses em comum, comportamentos e necessidades semelhantes, além de um perfil financeiro e social parecido. Dessa forma, fica mais fácil que a companhia visualize e alcance cada tipo de público

- **Parcerias-chave**

Conforme Osterwalder e Pigneur (2011). Os parceiros-chaves são aqueles que vão agregar valor para o negócio, com uma combinação de visão e estratégica da empresa. Esses parceiros podem contribuir na otimização e economia da empresa, ajuda a reduzir os riscos e incertezas além de auxiliar na aquisição dos recursos e atividades particulares da empresa. Sendo assim essas parcerias ajudam na infraestrutura da empresa e todos de alguma maneira saem ganhando.

- **Recursos chave**

De acordo com Osterwalder e Pigneur (2011) São os principais recursos que a empresa precisa obter desde recursos físicos, recursos intelectuais, recursos humanos e recursos financeiros que estão interligados para que todos os outros blocos funcionem que maneira equilibrada. Esses recursos tanto podem ser comprados, alugados ou adquiridos pela empresa. Ele irá permitir que a empresa tenha conhecimento de mercado e sendo assim tudo isso será agregado em sua proposta de valor.

- **Atividades chave**

De acordo com o portal analistas de modelos de negócio, a atividades chave é a parte que envolvem ações que serão primordiais para empresa, e o que ela deve fazer para conseguir alcançar seus objetivos. Ela fica responsável por entender e saber onde está a proposta de valor, os canais de distribuição, relacionamento com o cliente e a fonte de receitas da empresa e assim fazer com que tudo funcione bem.

- **Fontes de receita**

De acordo com o portal administradores.com (2019) a empresa precisa saber o quanto ela vai gerar de receita e quanto o seu cliente está disposto a pagar pelo seu produto/serviço que está sendo oferecido. Através de análises será possível

avaliar os riscos e a viabilidade de suas escolhas seja elas por venda ou por empréstimos feitos pela a empresa.

### **Estrutura de custo**

Nesta fase será possível saber quais os recursos que serão utilizados e quanto custará cada um deles para a empresa, ele visa descrever todos os custos que está envolvido no negócio. A estrutura de custos se subdivide entre custos fixos que são aqueles que a empresa tem que cumprir todo mês salários, alugueis, água, energia elétrica, telefone entre outros e custos variáveis que variam conforme o grau de necessidades como viagens ou alguma despesa inesperada. De acordo com Finocchio (2013) uma gestão eficaz prevê custos e estima um cronograma somente depois de ter clareza sobre a causa que o projeto defende, sobre o produto que será gerado, as pessoas a serem alocadas para o trabalho, como serão feitas as entregas, etc.

## **4 O NEGÓCIO**

Os doces trazem uma sensação de desejo e satisfação ao comer um doce, em função disto foi possível notar carência de uma doceria artesanal na cidade que tivesse um seguimento diferente. Hoje em dia os consumidores estão à procura de doces que tenham um toque mais suave e caseiro, onde os ingredientes utilizados sejam mais naturais e de alta qualidade. A ideia de adentrar nesse nicho de mercado, está ganhando espaço entre os consumidores que almejam produtos de qualidade.

Na cidade de Leopoldina existem poucos empreendimentos que sejam voltados para esse segmento de doces artesanais, ainda se tem o habito de fazer bolos e tortas em panificadoras e docinhos com outras pessoas, que as vezes não passam confiança para os seus clientes. Observando essa carência surgiu a ideia de trazer uma doceria artesanal onde o lema é inovação e qualidade tem que andar juntos, o intuito deste negócio é proporcionar para o cliente confiança no que está consumindo, sabores únicos, e com uma pegada mais natural e artesanal.

A empresa ainda é pequena não tem ponto físico e recebe suas encomendas por telefone, aplicativos de mensagens e por mídias social, inicialmente o foco da empresa era somente fazer doces, porém hoje em dia está tentando entrar em outra

fatia do mercado mais no mesmo segmento fazendo bolos também.

## 5 APLICAÇÃO DA MODELAGEM DE NEGÓCIOS DE CANVAS NA DOCERIA

De acordo com os objetivos expostos acima, foi aplicado na doceria artesanal essa ferramenta de modelagem de Negócio Canvas, as informações levantadas foram adquiridas através de uma entrevista com a proprietária da empresa (Doceria Doce Sonho), além das informações obtidas através de observação participante. A doceria artesanal funciona de forma informal desde de 2017, mais suas atividades foram começar mesmo entre 2018 e 2019, antes era feito somente doces e tinha uma proposta bem diferente de hoje.

De acordo com a proprietária devido ao aumento da procura, surgiu a necessidade de deixar o negócio de uma maneira formal e mais organizada, para que isso acontecesse era preciso confirmar antes se o negócio era realmente viável um investimento ainda maior no negócio.

A seguir a baixo o Modelo de negócio Canvas da doceria artesanal.

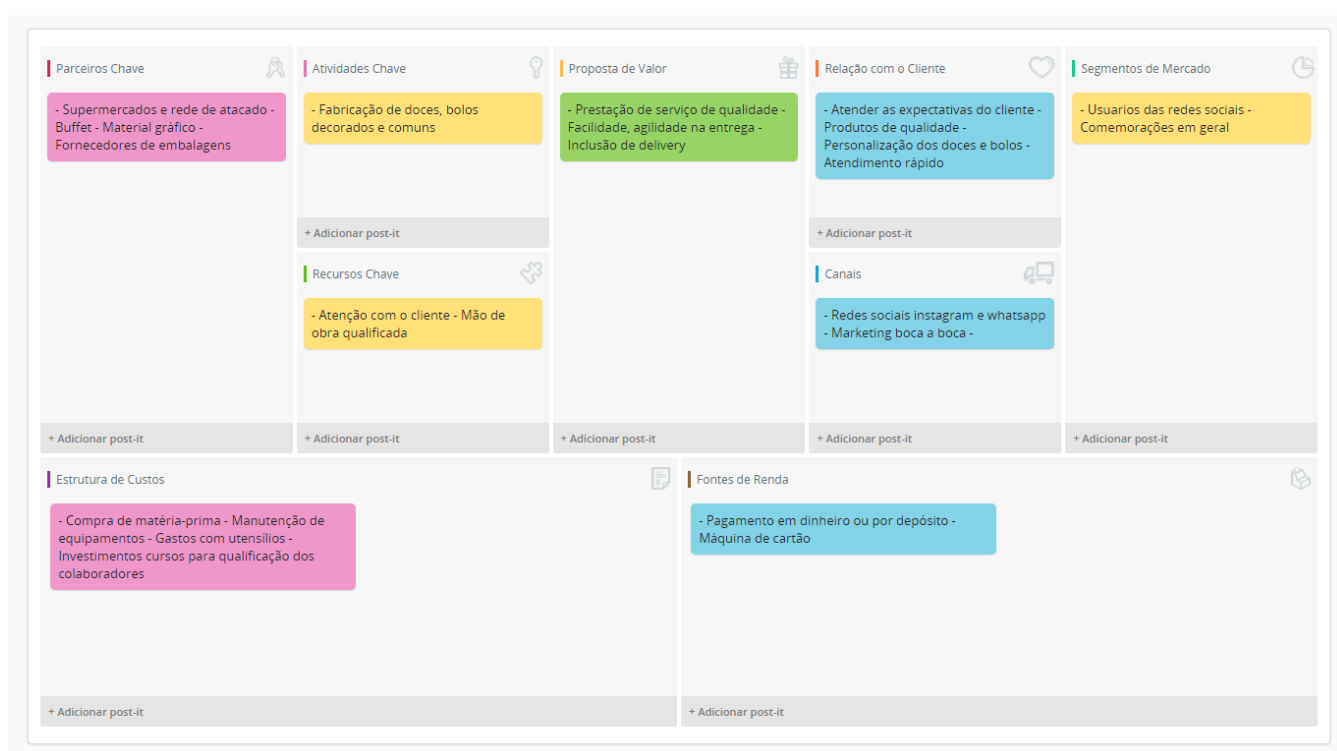


Figura 3 – Fonte: SEBRAE

Por se tratar de uma pesquisa bibliográfica sobre a viabilidade da implantação da ferramenta, e de observação participante foi sugerido acima o Modelo de Negócio Canvas na doceria artesanal. Segundo a proprietária a intenção de utilizar essa ferramenta é para obter cada vez mais informações sobre o negócio almejando o crescimento da empresa, e inovação em seu negócio, se destacar dos demais e assim alcançar mais estabilidade no mercado atuante e comprometimento com os seus clientes.



Figura 4 Quindim doce feito na empresa. – Fonte: Autor próprio

## 6 CONCLUSÃO

Tendo em vista todos os aspectos analisados e observados acima, esta pesquisa analisou como a implantação do modelo de negócio Canvas impacta de maneira positiva para qualquer empreendimento que almeja alcançar excelência no mercado atuante e principalmente obter um conhecimento mais profundo de sua empresa de uma doceria artesanal para a cidade. A empresa poderá utilizar essa ferramenta para se posicionar no mercado e assim se destacar dos demais concorrente fazendo com que se consolide no mercado, e se atinja uma margem maior de clientes que se espera.

A empresa busca por um espaço de destaque maior no mercado de doces

artesanais e por transformar o negócio mais acessível e viável, porém seu gestor ainda não tinha pensado como resolveria esse problema de falta de informação sobre seu negócio. Essa proposta de implantar uma ferramenta na empresa, que ajuda o empreendedor entender melhor todos os processos que são necessários para uma empresa sobreviver de maneira saudável, se desenvolver e se solidificar no mercado veio como solução de resolver os erros cometidos pelos empreendedores.

Conclui – se que é viável implantar o Modelo de negócio Canvas na empresa pois, irá trazer melhorias e visão estratégica para a empresa. A hipótese foi confirmada pois, foi visto que é viável a implantação do Modelo de negócio Canvas em uma doceria artesanal, que visa trazer somente melhorias para o negócio.

### **ABSTRACT**

This article presents points that are of paramount importance to any enterprise, describes the purpose of the research which is to understand through the Canvas business model who the customers are and to analyze the environment in which the enterprise is inserting itself. The purpose of the research is that the entrepreneur can understand what are the real needs of customers and pay more attention to the weaknesses and strengths of the business that can be considered potential threats to the enterprise. This research aims to understand and work with business improvements and aims to present a different proposal to the consumer, and the entrepreneur will know if the business changes was well accepted by customers or not. This is a bibliographic search, and to confirm what was said below this information was taken from books, websites and articles to give the research credibility to the reader. All research is geared toward making the entrepreneur understand how the nine blocks described in the Canvas Business Model framework work, each of the nine parts as the value proposition, customer relationship, channels, customer segment, key partnerships, key resources, key activities, revenue sources, and cost structure and how they are interconnected

#### **Keywords:**

Entrepreneurship, innovation, knowledge, organization.

### **REFERÊNCIAS**



A história do empreendedorismo. [S. l.], 5 jul. 2013. Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/a-historia-do-empreendedorismo/48798>. Acesso em: 20 out. 2019.

ARAUJO, Jose Braz de; ZILBER, Silvia Novaes: Adoção de E-Business e mudanças no modelo de negócio: Inovação organizacional em pequenas empresas dos setores de comércio e serviços. Gest. Prod., São Carlos, v. 20, n. 1, p. 147-161, 2013

Atividades-chave. [S. l.], 10 maio 2019. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/atividades-chave/>. Acesso em: 27 nov. 2019.

CANVAS - Atividades Chave - Parte 7. [S. l.], 17 abr. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/canvas-atividades-chave-parte-7>. Acesso em: 27 nov. 2019.

CANVAS - Fontes de receita - Parte 5. [S. l.], 17 abr. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/canvas-fontes-de-receita-parte-5>. Acesso em: 27 nov. 2019.

Canvas: o que é e para que serve [S. l.], 04 jun. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/canvas-o-que-e-e-para-que-serve>. Acesso em: 20 jun. 2019.

Cartilha: O quadro de modelos de negócios: Um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. [S. l.], 2013. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/b606c09f2e9502c51b09634badd2821/\\$File/4439.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/b606c09f2e9502c51b09634badd2821/$File/4439.pdf). Acesso em: 20 jul. 2019

CASAS, Alexandre Luzzi Las. Plano de marketing. São Paulo: Atlas 2011.

Cresce número de jovens empreendedores no Brasil: Subiu de 50% para 57% a participação de pessoas entre 18 e 34 anos que têm negócios em fase inicial em 2017. [S. l.], 25 maio 2018. Disponível em: <https://istoe.com.br/cresce-numero-de-jovens-empreendedores-no-brasil/>. Acesso em: 10 nov. 2019.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo Corporativo. Rio de Janeiro: Elsevier 2003.

Empreendedorismo na Região Sudeste do Brasil. Global Entrepreneurship Monitor, [S. l.], p. 10, 1 Maio 2014. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_sudeste.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_sudeste.pdf). Acesso em: 27 nov. 2019.

FERREIRA, Manuel Portugal; SANTOS, João Carvalho; SERRA, Fernando A Ribeiro: Ser Empreendedor. São Paulo: Saraiva 2010.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2008.

GONÇALVES, Victor. O que é o Canvas e como utilizá-lo?. [S. l.], 10 jan. 2018.

JUNIOR, José Finocchio. Project model canvas. São Paulo: Campus, 2013

MOTA, Gleison. CANVAS: O que é e para que serve?. [S. l.], 17 abr. 2019.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. Planejamento Estratégico. São Paulo: 2007.

O que é o Canvas e como utilizá-lo? [S. l.], 10 jan. 2018. Disponível em: <https://www.voitto.com.br/blog/artigo/o-que-e-o-canvas>. Acesso em: 20 jun. 2019.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business modelgeneration – inovaçãoem modelos de negócio: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Atlas Books, 2011

OSTERWALDER, Alex. Alex Osterwalder, o empreendedor. Empreendedorismo, [S. l.], p. 01, 8 ago. 2014. Disponível em: <https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/alex-osterwalder-o-empreendedor-170/>. Acesso em: 27 nov. 2019

PEREIRA, José Matias. Metodologia pesquisa científica. São Paulo: Atlas, 2016.

PIMENTA, Marcelo Severo. O quadro de modelo de negócios: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios, 2015.

Segmentos de Clientes. [S. l.], 18 abr. 2019. Disponível em: <https://analistamodelosdenegocios.com.br/segmentos-de-clientes/>. Acesso em: 27 nov. 2019.

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2006.

**A – Lista de figuras**

Figura 1 Ilustração modelo de negócio CANVAS

Figura 2 Explicação modelo de negócio CANVAS

Figura 3 Modelo de negócio CANVAS da empresa

B – Anexo

