



Editais

**Alimentação
em Foco**

Fundação Cargill

5ª Edição



Abril de 2019

Roteiro de Apoio para a Elaboração do Canvas

Realização:

Cargill
Fundação Cargill

Assessoria Técnica:

neurônio
ATIVADAÇÃO DE NEGÓCIOS E CAUSAS

O que é o Canvas?

O que é o Canvas?

O Canvas é uma ferramenta criada por **Alexander Osterwalder**, e cujo nome completo é *Business Model Canvas* e em português traduzimos para Quadro de Modelos de Negócios.

Embora tenha sido desenvolvida com foco em negócios, o Canvas também é muito utilizado por outros tipos de projetos, por ser uma **ferramenta muito visual** e estratégica, capaz de auxiliar qualquer instituição que deseja analisar o potencial de novas ideias, serviços e ou produtos, sejam eles comerciais ou socioambientais.

Ou seja, a ferramenta consegue **ajudar o gestor de projetos a organizar visualmente suas ideias em ações práticas e objetivas**, de maneira que seus

objetivos possam ser atingidos e que suas fraquezas possam ser superadas.

Aliás, para este documento, sempre que ler a palavra “PROJETO”, saiba que nos referimos a projetos socioambientais, de pesquisas e negócios.

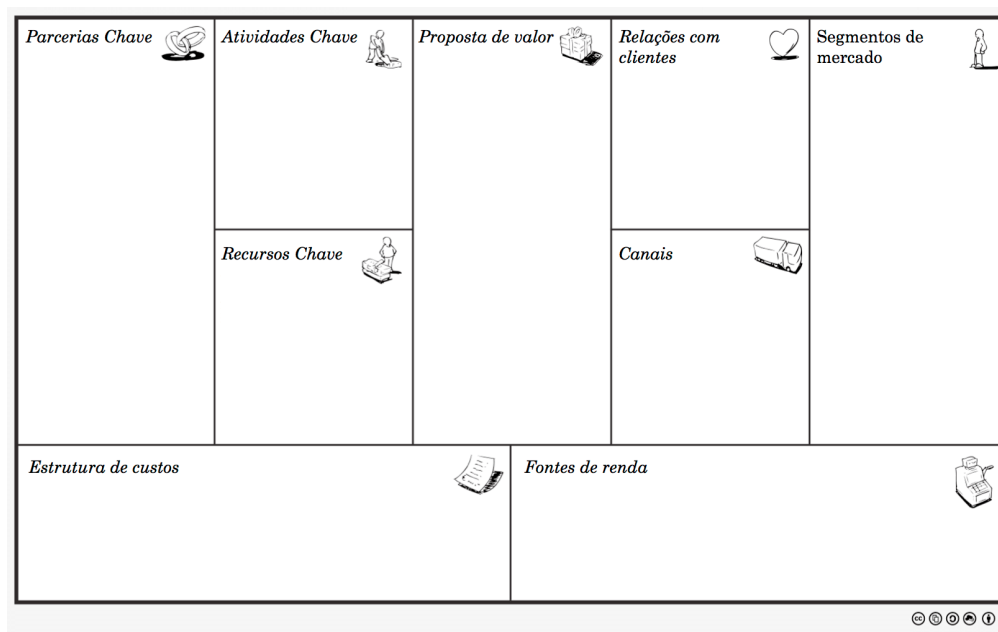
Para deixar o modelo Canvas ainda mais aderente aos projetos solicitados para o **Edital Fundação Cargill**, tomamos a liberdade de promover adaptações ao original.

Esperamos que esse roteiro seja útil e os ajude no desenvolvimento do projeto para este e muitos outros editais.













O que é o Canvas?

Ao lado é possível observar o modelo originalmente criado por **Alexander Osterwalder**, o *Business Model Canvas*.

Para lhe ajudar a desenvolver seu projeto para o **Edital da Fundação Cargill**, sugerimos um outro modelo, conceitualmente inspirado no original, lançado por **José Finocchio Júnior**.



Canvas Sugerido

TÍTULO		INTERVENÇÃO		
 JUSTIFICATIVA (Passado)	 PRODUTO	 PESSOAS E RESPONSABILIDADES (Externos e Equipe)	 PREMISSAS	 RISCOS
 OBJ SMART				 CUSTOS
	 REQUISITOS	 AÇÕES	 GRUPO DE ENTREGAS	
 BENEFÍCIOS (Futuro)				 CONTRAPARTIDA

Nunca trabalhou com Canvas? É fácil!



O Canvas é fundamental para a estratégia de atuação da **Fundação Cargill** no Edital.

Além de instrumento contratual junto às instituições selecionadas, é utilizado durante a etapa de Análise Deliberada e Visitas de Gestão (para conhecer mais, leia o regulamento).

Portanto é interessante que todos os participantes, desde o início já trabalhem seus projetos tendo o Canvas como base.

Dessa forma, para utilizá-lo, temos algumas dicas:

- Trabalhe com uma versão impressa dele no tamanho A2 ou A3.
- Uma única cópia é suficiente, pois o preenchimento físico dele é feito por meio de papéis adesivos (como o Post It, por exemplo).
- Para cada informação a ser inserida, um papel adesivo deve ser utilizado.
- A ideia de usar papel adesivo tem a ver com fato de o Canvas ser flexível e dinâmico. Ele existe para que você possa alterar e reposicionar as informações quantas vezes forem necessárias.


Campos Conceituais

Campos Conceituais

TÍTULO		INTERVENÇÃO		
4		3		
1	 JUSTIFICATIVA (Passado)  PRODUTO	 PESSOAS E RESPONSABILIDADES (Externos e Equipe)	 PREMISSAS	 RISCOS
2	 OBJ SMART  REQUISITOS	 AÇÕES	 GRUPO DE ENTREGAS	 CUSTOS  CONTRAPARTIDA

Campos Conceituais

TÍTULO	4	INTERVENÇÃO	3
--------	---	-------------	---

 JUSTIFICATIVA
(Passado)

1

Como já indicado, **o Canvas é altamente flexível.**

Comece por onde achar mais adequado para você, de maneira que as informações façam sentido.

Sugerimos começar por esses campos, pois **eles têm um caráter mais conceitual** e acabam pautando as ações práticas a serem realizadas.

 BENEFÍCIOS
(Futuro)

2

Campos Conceituais

1. Justificativa

TÍTULO	INTERVENÇÃO
--------	-------------

 JUSTIFICATIVA (Passado) 1
--

Parta do seguinte princípio:


“Projetos que realmente podem fazer diferença na vida de beneficiários e clientes são aqueles que possuem a capacidade de resolver problemas reais desses públicos, mudando suas realidades”.

 BENEFÍCIOS (Futuro)
--

Ou seja, antes de começar qualquer projeto, é preciso ter claro qual(is) problema(s) a sua ideia de negócio ou projeto socioambiental resolve.

Campos Conceituais

1. Justificativa

TÍTULO	INTERVENÇÃO
 JUSTIFICATIVA (Passado) 1	Se o seu projeto não resolve qualquer problema, a tendência é que ele não seja “acolhido” por clientes e beneficiários e muito menos por financiadores. Sendo assim, se pergunte:

“Que problemas meu projeto pode resolver?”

O **problema nada mais é que a principal Justificativa** para que seu projeto possa ter valor para seus clientes e beneficiários.

 BENEFÍCIOS (Futuro)
--

Ou seja, a justificativa são as demandas identificadas que, se atendidas, podem gerar benefícios para os públicos nos quais sua instituição tem interesse.

Campos Conceituais

1. Justificativa

TÍTULO	INTERVENÇÃO
--------	-------------

 JUSTIFICATIVA
(Passado)

1

- No caso de projetos socioambientais, leve em consideração os problemas do público que será beneficiário das suas ações;
- No caso de negócios, considere os problemas daqueles que vão pagar (seus clientes) pelo produto ou serviço que que você oferecerá;
- No caso de projetos de pesquisa, considere os problemas que serão resolvidos com o apoio do resultado da pesquisa.

 BENEFÍCIOS
(Futuro)

- Procure listar problemas reais, baseados em constatações feitas junto ao público beneficiário ou potenciais clientes, e ou baseadas em pesquisas e estudos.

Campos Conceituais

2. Benefícios

TÍTULO	INTERVENÇÃO
--------	-------------

JUSTIFICATIVA (Passado)

Neste bloco, você deverá indicar quais são os benefícios que, como resultado de sua intervenção, você espera ver oferecidos para seus clientes/ beneficiários.

Ou seja, os **benefícios são as soluções tangíveis e intangíveis para os problemas identificados e utilizados anteriormente como justificativa.**

BENEFÍCIOS (Futuro)
2

No *Business Model Canvas* original seria o mesmo que proposta de valor, que é aquilo que os clientes/ beneficiários enxergam como valor para ele (uma vez que resolve seus problemas).

Campos Conceituais

2. Benefícios

TÍTULO	INTERVENÇÃO
--------	-------------

JUSTIFICATIVA (Passado)

- Ao listar os benefícios, lembre de relacioná-los com as justificativas indicadas.
- Para cada justificativa listada, você deve ter um ou mais benefícios que se relacionem com ela.
- Os benefícios estão intimamente ligados às melhorias que você quer levar para a sua comunidade por meio do seu projeto.

BENEFÍCIOS (Futuro)
2

- São justamente esses benefícios que vão “fisgar” seus clientes/beneficiários/investidores para seu projeto..

Campos Conceituais

3. Intervenção

TÍTULO	INTERVENÇÃO
	3

JUSTIFICATIVA (Passado)

Lembre que esse campo ainda é conceitual. Não queremos aqui detalhamento da intervenção. Haverá campos para que as partes da execução sejam inseridas.

BENEFÍCIOS (Futuro)

Aqui, o que se espera é **um resumo, se possível em uma frase – praticamente um *tweet* de 140 caracteres, sobre o projeto que será desenvolvido.** Ou seja, daquilo que será feito efetivamente feito para que se resolva os problemas utilizados como justificativa e de maneira que os benefícios sejam alcançados.

Campos Conceituais

4. Título

TÍTULO	INTERVENÇÃO
4	

JUSTIFICATIVA (Passado)

Como o título contribui para a venda, convencimento e entendimento do projeto, conceitualmente ele pode ser uma tradução dos três campos vistos anteriormente, **como se fosse um “Pitch” do projeto.**

Dessa forma, ele geralmente é escrito após a definição dos conceitos permeiam e dão base ao projeto.

BENEFÍCIOS (Futuro)

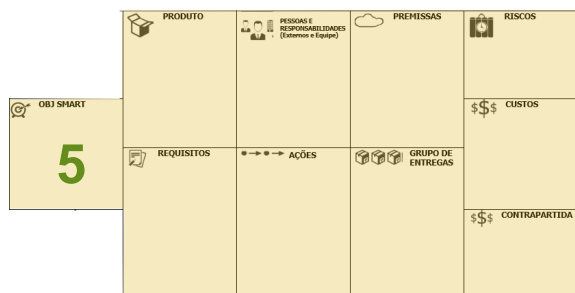
Campos Operacionais

Campos Operacionais

TÍTULO		INTERVENÇÃO			
 JUSTIFICATIVA (Passado)	 PRODUTO	 PESSOAS E RESPONSABILIDADES (Externos e Equipe)	 PREMISSAS	 RISCOS	
 OBJ SMART	6	8	11	 CUSTOS	
	 REQUISITOS	 AÇÕES	 GRUPO DE ENTREGAS	13	
 BENEFÍCIOS (Futuro)	7	9	10	 CONTRAPARTIDA	
				14	

Campos Operacionais

5. Objetivos SMART



SMART

Specific = específico

Measurable = mensurável

Achievable = alcançável

Realistic = realista

Timely/(ou time-bound) = temporizáveis.

Uma vez definidos os problemas a serem resolvidos por meio da intervenção, é aqui que começamos a tangibilizar as ações que estavam no campo conceitual.

Aqui, você precisa indicar quais são os objetivos que geram valor e impacto ao projeto e conseqüentemente aos públicos beneficiários. **Eles precisam ser “smart”, ou seja, específicos, mensuráveis, alcançáveis, realista e temporizáveis.**

Esses objetivos, aos serem somados, ajudarão a alcançar os benefícios esperados e indicados anteriormente, além de direcionarem as ações do projeto.

Campos Operacionais

6. Produto



O que estamos chamando de produto aqui nada mais é que o produto ou serviço oferecido por um negócio ou projeto socioambiental ou o resultado prático de um projeto de pesquisa. **É aquilo que você pretende entregar quando todas as ações estiverem finalizadas.**

O produto precisa ter as **características claras e mensuráveis.**

Campos Operacionais

7. Requisitos



Definidos os “Objetivos Smart” e o “Produto”, a pergunta a ser feita é: quais são os requisitos esperados de meu projeto, para que meu produto atinja seus objetivos e tenha um diferencial ou vantagem competitiva em relação aos concorrentes?

Entendemos como requisitos **aquilo que pode dar mais qualidade ao produto e serviço oferecidos**, conquistando e retendo clientes e beneficiários.

Indique quais são as condições necessárias ou desejadas para que o projeto alcance os objetivos de maneira plena, contribuindo para os benefícios esperados.

Campos Operacionais

8. Pessoas e Responsabilidades



Aqui devem ser indicadas as partes interessadas ligadas ao projeto que terão algum envolvimento ou que serão afetadas por ele. Dessa forma, sugerimos que esse campo seja pensado por dois prismas:

1. Clientes e Beneficiários

De quem são os problemas para os quais meu projeto busca oferecer uma solução?

Ao indicar, procure delimitar essas pessoas, considerando localização, faixa etária, faixa de renda, sexo, etc.

No caso das organizações socioambientais, procure indicar os beneficiários diretos.

No caso de negócios, antes de tudo, procure focar em no máximo dois grupos de clientes.

No caso de projetos de pesquisa, foque nos principais beneficiários do resultado da pesquisa.

Campos Operacionais

8. Pessoas e Responsabilidades



Aqui devem ser indicadas as partes interessadas ligadas ao projeto que terão algum envolvimento ou que serão afetadas por ele. Dessa forma, sugerimos que esse campo seja pensado por dois prismas:

2. Equipes, Parceiros e Papéis

Quem são as principais pessoas da equipe, parceiros e suas respectivas atividades para que a intervenção seja bem realizada e os benefícios alcançados?

Nesse campo, estamos pensando nos recursos humanos, sejam eles da equipe responsável do projeto ou de fornecedores e parceiros terceiros, que são **essenciais** para que o produto ou serviço seja entregue. Eles podem ser utilizados nas atividades, intelectuais, físicos, financeiros.

Indique cada um deles e suas respectivas atribuições.

Campos Operacionais

9. Ações



Nesse campo queremos saber quais são **as macro atividades que serão executadas** para que a intervenção seja realizada e os benefícios alcançados.

Procure listar as atividades **essenciais**.

Uma forma de ser objetivo aqui é descrever as atividades em frases muito curtas iniciadas com “verbos”.

As atividades quase sempre são complementares às pessoas e responsabilidades do campo anterior.

Campos Operacionais

10. Grupo de Entrega



Tendo como base o Produto, liste os marcos da intervenção a ser realizada.

Os **marcos são eventos que geralmente precisam ser comunicados às partes interessadas** (beneficiários, equipe, parceiros, financiadores, governo, etc.) de modo que cada um desses grupos tenha clara visibilidade do cumprimento da etapa.

Em outras palavras, os marcos são as entregas parciais e intermediárias (portando, um grupo de entrega) que, se somados, compõem o Produto Final.

Campos Operacionais

11. Premissas



Até aqui, foram preenchidos campos que, em tese, apresentam informações de contextos que estão sob controle e influência do gestor do projeto.

Nesse campo, queremos que sejam listadas as **condições externas ao projeto, sobre as quais vocês têm conhecimento, mas não têm controle, que influenciarão de alguma forma a proposta de vocês** (como alterações em legislações, climáticas, políticas cambiais, etc.).

Geralmente, essas suposições são baseadas em observações do ambiente.

Campos Operacionais

12. Riscos



Assim como no anterior, para esse campo esperamos informações de contextos que NÃO estão sob controle e influência do gestor do projeto.

Os riscos são eventos futuros, e incertos que tem relevância para os objetivos do projeto. **É tudo aquilo que pode afetar o alcance dos resultados esperados.**

Indique esses riscos e as ações que serão feitas para tentar superá-los.

Campos Operacionais

13. Custos

OBJ SMART	PRODUTO	PESSOAS E RESPONSABILIDADES (Externos e Equipe)	PREMISSAS	RISCOS
	REQUISITOS	→→→→ AÇÕES	GRUPO DE ENTREGAS	\$\$\$ CUSTOS 13 \$\$\$ CONTRAPARTIDA

As informações indicadas nos campos anteriores vão lhe ajudar a entender quais são os **custos necessários para que as ações indicadas possam ser realizadas**, de maneira que o problema seja resolvido e os benefícios alcançados.

Especificamente para o Edital da Fundação Cargill, nesse campo, queremos que liste os custos/ as rubricas para os quais estão pleiteando o aporte.

Campos Operacionais

14. Contrapartida

OBJ SMART	PRODUTO	PESSOAS E RESPONSABILIDADES (Externos e Equipe)	PREMISSAS	RISCOS
	REQUISITOS	ACÇÕES	GRUPO DE ENTREGAS	CUSTOS
				CONTRAPARTIDA
				14

Depois de definir, baseado nas ações indicadas, quais os custos de seu projeto, e de indicar aquilo que está pleiteando no edital, **o restante dos custos será contrapartida de sua instituição**. Ou seja, é aquilo que caberá à instituição pagar (por meio de recursos próprios ou de outros parceiros).

Dessa forma, liste aqui todas as contrapartidas que vocês irão oferecer para a execução da presente projeto.

Dúvidas?

editafc@neuronio.com.br

Referências

Roteiro de Apoio para a Elaboração do Canvas

- **ALEXANDER OSTERWALDER**

- ✓ <http://alexosterwalder.com/> (inglês)
- ✓ Strategyzer: <https://strategyzer.com/app> (inglês)

- **BLOG DO LUZ**

- ✓ Metas SMART: Como definir metas inteligentes:
<https://goo.gl/wVkhEU>

- **CANVANIZER**

- ✓ <https://canvanizer.com/>

- **CHARTERED MANAGEMENT INSTITUTE**

- ✓ Setting SMART Objectives Checklist:
<https://goo.gl/2wxayT>

- **ENDEAVOR**

- ✓ <https://endeavor.org.br>

- **JOSÉ FINOCCHIO JUNIOR**

- ✓ <http://pmcanvas.com.br/>

- **O ANALISTA DE MODELOS DE NEGÓCIOS**

- ✓ <https://analistamodelosdenegocios.com.br/>

- **SEBRAE**

- ✓ Site: <http://www.sebrae.com.br>
- ✓ Cartilha “O quadro de modelo de Negócios”:
<https://goo.gl/57Q27f>
- ✓ Definição de Metas para PMEs: <https://goo.gl/YQk5S1>
- ✓ Planejamento Estratégico: <https://goo.gl/ezAmjS>



Editais **Alimentação
em Foco**
Fundação Cargill
5ª Edição

Abril de 2019

Roteiro de Apoio para a Elaboração do Canvas

Realização:

Cargill
Fundação Cargill

Assessoria Técnica:

neurônio
ATIVADAÇÃO DE NEGÓCIOS E CAUSAS