|  |  |
| --- | --- |
|  | Escola Politécnica da Universidade de São PauloDepartamento de Engenharia de ProduçãoPRG 0008 – Economia Circular Profa. Marly Monteiro de Carvalho |

### ESTUDO DE CASO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| GRUPO | | |
| Alunos | **NOME** | **NÚMERO USP** |
| **1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **4.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **5.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | **1.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **2.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **3.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **5.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

1. Com seus colegas de grupo, analisem no modelo de negócio da Sinctronics. Use as questões abaixo, o post-it e o CANVAS para desenvolver orientar a discussão.

* Stakeholders-chave
  1. Para quem estamos criando valor?
  2. Quem são os nossos skakeholders primários (clientes, usuários...) mais importantes?
  3. Quem são os stakeholders externos (governos, lobistas, órgão regulatórios, comunidades...) que mais podem afetar o projeto?
  4. Quem são os stakeholders internos (patrocinadores, alta gerência...) que mais podem afetar o projeto?
  5. Quais são os grupos de skakeholders mais importantes para o sucesso do projeto?
* Proposição de valor
  1. Qual o valor que nós entregamos para aos stakeholders?
  2. Quais problemas de nossos stakeholders que estamos ajudando resolver?
  3. Quais as necessidades dos diferentes grupos de stakeholders estamos satisfazendo?
  4. Quais pacotes de produtos e serviços que estamos oferecendo para cada grupo de stakeholders?
* Canais
  1. Por meio de quais canais nossos grupos de stakeholders querem ser alcançados?
  2. Como os nossos canais são integrados?
  3. Quais são os canais mais eficientes em termos de custo?
  4. Como estamos integrando-os com as rotinas dos stakeholders?
* Relacionamento com os stakeholders
  1. Que tipo de relacionamento cada um de nossos grupos de stakeholders esperam do nosso BM?
  2. Quão caro esses relacionamento são eles?
  3. Como eles são integrados com o resto do nosso modelo de negócio?
* Fontes de receita
  1. Por qual valor cada grupo de stakeholders está disposto a pagar?
  2. Quanto eles pagam atualmente?
  3. Por que e como eles estão pagando atualmente?
  4. Como é que eles preferem pagar?
  5. Quanto cada fluxo de receita contribui para as receitas globais?
* Recursos-chave e Atividades-chave
  1. Que recursos-chave/atividades-chave nossas proposições de valor exigem?
  2. Que recursos-chave/atividades-chave nossos canais de distribuição exigem?
  3. Que recursos-chave/atividades-chave nosso relacionamento com o cliente exige?
  4. Que recursos-chave/atividades-chave nossas fontes de receita exigem?
* Parcerias-chave
  1. Quem são os nossos principais parceiros?
  2. Quem são os nossos principais fornecedores?
  3. Quais recursos–chave estamos adquirindo de parceiros?
  4. Quais atividades–chave os parceiros executam?
* Estrutura de custo
  1. Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?
  2. Quais recursos-chave são mais caros?
  3. Quais atividades-chave são mais caras?
* Ameaças e Oportunidades
  1. Confronte o(s) modelo(s) de negócio com forças macroeconômicas, forças da indústria, forças de mercado e megatendências em busca das principais ameaças e oportunidades ao seu plano de negócio.

1. Após a discussão, tentem achar os principais blocos construtivos e coloquem no CANVAS.

