



BUSINESS MODEL CANVAS X LEAN CANVAS

Autor: Frederico Lacerda
Sócio-fundador da 21212



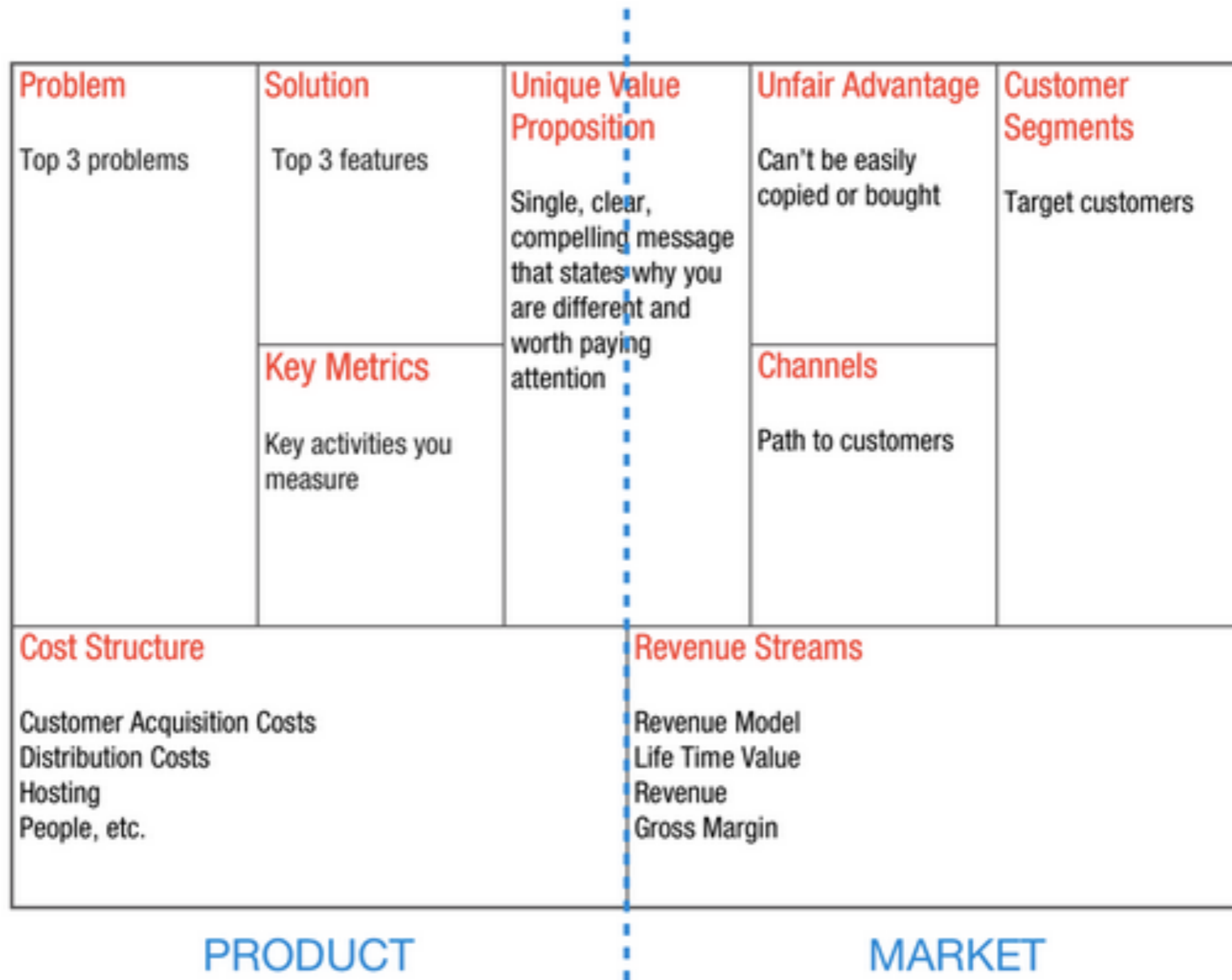
BUSINESS MODEL CANVAS X LEAN CANVAS



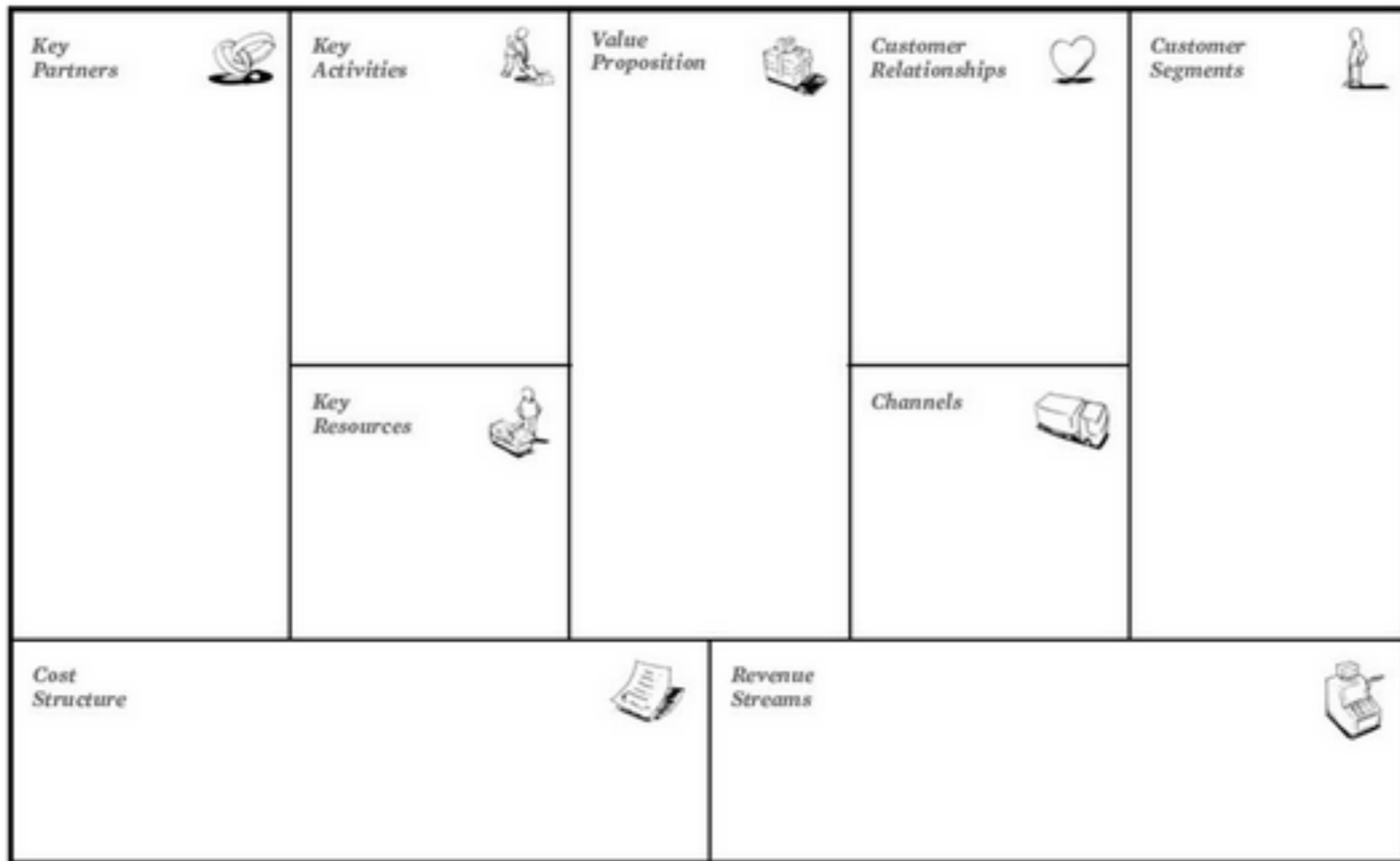
BUSINESS MODEL CANVAS X LEAN CANVAS

Muitos empreendedores nos questionam a diferença entre o Business Model Canvas e o Lean Canvas, versões parecidas do canvas de negócios que têm sido utilizadas em diferentes eventos, workshops e programas de aceleração. Este artigo, baseado em um post escrito por Ash Maurya, explorará as diferenças e quando utilizar cada versão do canvas.

Lean Canvas



Business Model Canvas X Lean Canvas





BUSINESS MODEL CANVAS X LEAN CANVAS

Em um dos meus cursos na 21212 Academy, "Como colocar minha ideia no papel?", apresentei o conceito do Lean Canvas e ensinei como tirar a sua ideia da cabeça e colocá-la no papel, criando o seu primeiro canvas em no máximo 20 minutos. Apesar de parecer bastante natural, o Lean Canvas é na verdade uma versão atualizada do canvas original, criado por Ash Maurya ao longo de 2009 e lançado como parte da metodologia descrita no seu livro, Running Lean, em 2010.

POR QUE CRIAR UM NOVO CANVAS?



POR QUE CRIAR UM NOVO CANVAS?

Mas por que Ash Maurya investiu tempo em criar uma adaptação do canvas original? A decisão foi baseada na percepção inicial de que o Business Model Canvas era uma ferramenta que permitia facilmente registrar o modelo de negócio de empresas conhecidas e já bem sucedidas (em um estágio pós product-market fit), como a Apple e o Skype, mas não possibilitava visualizar questões como o problema e as features que compõem um MVP (“Mínimo Produto Viável”), muito mais importantes para startups em estágios iniciais (em um estágio de problem-solution fit). Como pode ser visto na Figura 1, aonde se registraria todo o conhecimento e aprendizado que ocorre no período entre a ideia e o momento em que descobrimos que alguém tem o problema que vamos resolver, validamos o nosso modelo de negócio e passamos a escalar a nossa receita?

Figura 1



Fonte: *Why Lean Canvas vs Business Model Canvas?*, por Ash Maurya



POR QUE CRIAR UM NOVO CANVAS?

Se tentarmos nos lembrar de todos os Business Model Canvas que criamos, quem aqui nunca teve dificuldade ao tentar preencher blocos como Parceiros-Chave (Key Partners) e Canais de Relacionamento com Clientes (Customer Relationships)? Eu, pelo menos, lembro das inúmeras situações em que observei empreendedores em eventos e mentorias “forçando a barra” e inserindo coisas que não eram tão relevantes, as quais provavelmente só precisariam ser definidas muitos meses depois.



POR QUE CRIAR UM NOVO CANVAS?

O principal objetivo do Lean Canvas é permitir que o empreendedor dê mais atenção a aspectos do negócio que importam mais durante a etapa de ideação - ou, em outras palavras, que representam mais risco para a empresa. Ash Maurya foi bastante influenciado pelos princípios do Lean Startup, de Eric Ries, que afirma que startups operam sob condições de extrema incerteza. Por isso, quanto mais o design possibilitasse que o empreendedor estivesse focado em identificar aspectos que representassem incerteza e, conseqüentemente, gerassem risco para a empresa, melhor.



POR QUE CRIAR UM NOVO CANVAS?

Ash Maurya se inspirou no Business Model Canvas, criado por Alexander Osterwalder e disseminado a partir do livro "Business Model Generation", e também na adaptação do canvas criada por Rob Fitzpatrick, que capturava melhor as hipóteses criadas a partir da metodologia desenvolvida por Steve Blank no livro "The Four Steps to the Epiphany". O fato de ter mantido o layout original do primeiro canvas é explicado pela vontade de atribuir o trabalho original a Alexander Osterwalder, aproveitando também a licença "Creative Commons", utilizada no canvas, de forma a incentivar outras pessoas a compartilhar e alterar a versão original.

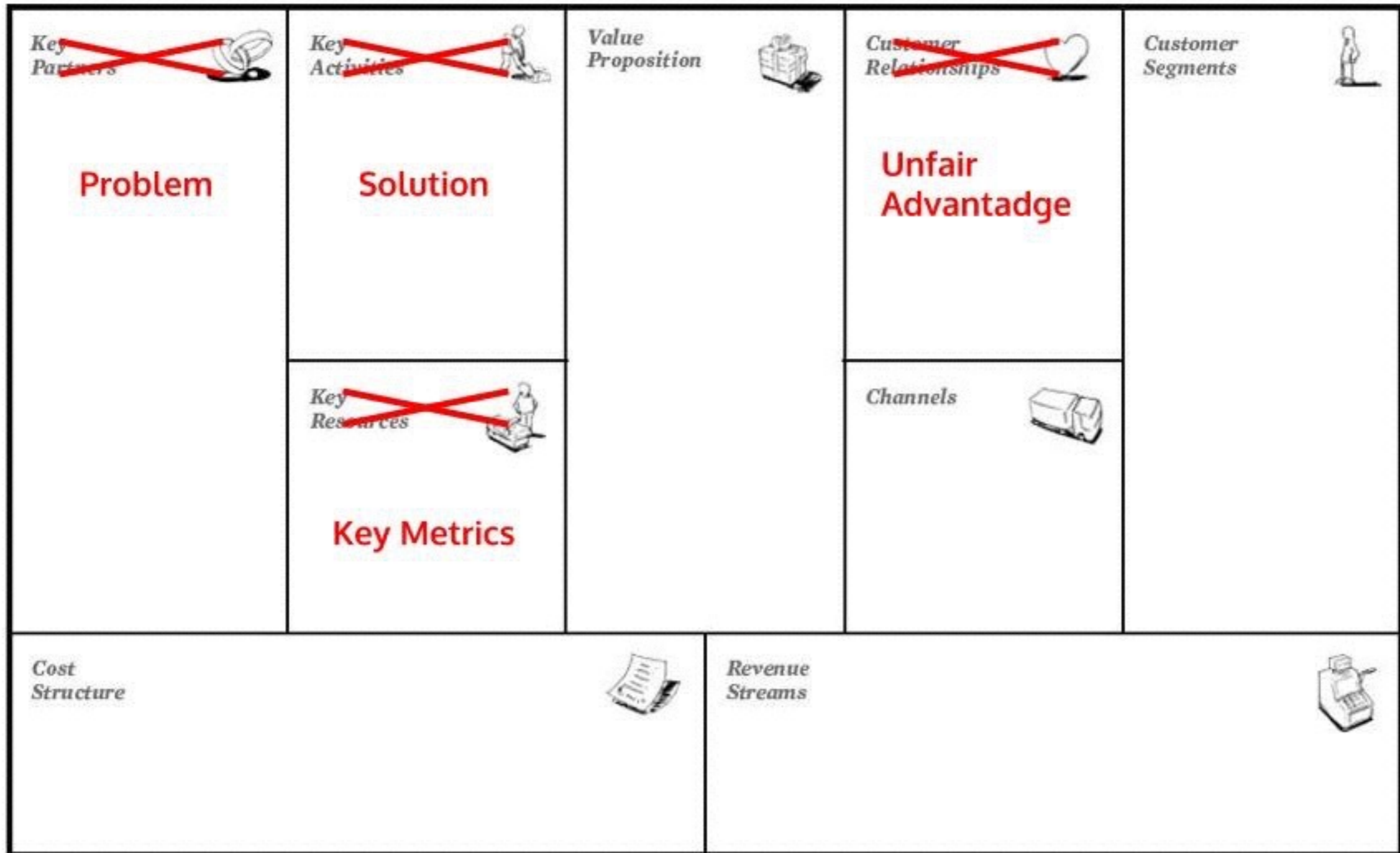
AFINAL, O QUE MUDOU NO LEAN CANVAS EM RELAÇÃO AO BUSINESS MODEL CANVAS?



AFINAL, O QUE MUDOU NO LEAN CANVAS EM RELAÇÃO AO BUSINESS MODEL CANVAS?

A figura 2 apresenta as principais mudanças realizadas no Lean Canvas. Abaixo, vamos explorar cada um dos blocos adicionados e removidos.

Business Model Canvas X Lean Canvas





BLOCOS ADICIONADOS

Problema (Problem)

Todos nós já sabemos que antes de começar a fazer qualquer coisa um empreendedor deve saber qual problema será resolvido pela sua empresa. E eu já conversei com centenas de startups que gastaram tempo e dinheiro demais desenvolvendo produtos digitais sem ter entendido realmente qual problema estavam resolvendo. É por isso que o Lean Canvas inclui o bloco “Problema” de forma explícita, e não como parte de algum outro bloco. Este é o primeiro passo para evitar que criaremos o produto errado, que não resolve o problema de ninguém.



BLOCOS ADICIONADOS

Solução (Solution)

Esse é provavelmente o bloco que mais animou os empreendedores ao ver o Lean Canvas pela primeira vez (já que todos nós amamos as nossas primeiras "brilhantes ideias e soluções"), mas também o que mais gerou dificuldade. O bloco "Solução" foi colocado logo ao lado do bloco "Problema", pois Ash Maurya acredita que assim que se entende o problema você está na melhor posição possível para definir uma possível solução. Contudo, o bloco foi reduzido, de forma a nos forçar reduzir ao máximo o que imaginávamos ser a primeira versão da nossa solução.



BLOCOS ADICIONADOS

Principais Métricas (Key Metrics)

Ainda em alinhamento com o Lean Startup, que afirma que todo o aprendizado durante o processo de validação de hipóteses deve se basear na análise de métricas, e também com inúmeras outras metodologias que destacam a importância dos indicadores para entender se os nossos negócios estão na direção correta, o Lean Canvas inclui um bloco voltado exclusivamente para as principais métricas da startup. Ash Maurya considera que medir as métricas erradas (ou simplesmente não medir nada) representa um dos maiores riscos para as empresas, já que pode nos levar a priorizar atividades erradas nos momentos errados, e levar à falta de recursos antes de atingirmos os objetivos corretos.



BLOCOS ADICIONADOS

Vantagem Desleal (Unfair Advantage)

O bloco de “Vantagem Desleal” também é conhecido como “Vantagem Competitiva”, e reúne os aspectos que representam vantagens competitivas ou barreiras de entrada do seu negócio. Esse bloco foi incluído no Lean Canvas para aumentar a chance de pensarmos desde cedo no que nos diferencia como uma solução para os nossos clientes, já que não estamos sozinhos no mercado e, quanto mais sucesso tivermos, mais competidores provavelmente surgirão.



Principais Atividades (Key Activities) e Principais Recursos (Key Resources)

Segundo Ash Maurya, esses dois blocos não eram essenciais para empreendedores, pois não capturam elementos que representem riscos relevantes para a empresa. Na verdade, percebemos que a maior parte das empresas digitais considera atividades e recursos muito similares ao preencher os seus Business Model Canvas, e que boa parte desses pontos já são explícitos para os próprios empreendedores quando já se sabe qual a solução / MVP que se deseja implementar.

BLOCOS REMOVIDOS



Relacionamento com Clientes (Customer Relationships)

A maior parte das metodologias modernas que são aplicadas no desenvolvimento de negócios digitais - como o Lean Startup e o Customer Development - destacam a importância de existir um canal direto de relacionamento com clientes para a validação de hipóteses e a geração de aprendizado. Em outras palavras, estamos falando da rotina de entrevistas com clientes, observação do uso do produto, entendimento do comportamento frente a alternativas, além dos canais tradicionais de atendimento e comunicação com clientes, que são mais relevantes para o empreendedor do que simplesmente mapear os canais de relacionamento existentes ou ideais para o seu negócio.

BLOCOS REMOVIDOS



BLOCOS REMOVIDOS

Relacionamento com Clientes (Customer Relationships)

Além disso, Ash Maurya defende em seu livro *Running Lean* que o processo de identificação do melhor caminho para encontrar/ativar clientes (path to customers) deve ocorrer ao longo do processo de validação, de acordo com quem são os clientes e qual a solução implementada.



BLOCOS REMOVIDOS

Principais Parceiros (Key Partners)

Este é o bloco que mais causou polêmica por ter sido removido, já que em muitos casos ele é essencial para que algumas startups consigam entregar a sua proposta de valor aos clientes desde o início da operação. A decisão de removê-lo se baseou no fato de a maior parte dos produtos digitais não precisar realmente de parcerias para colocar os seus produtos na rua. Todos nós sabemos que não vale a pena gastar tempo tentando buscar parceiros para uma empresa que ainda não desenvolveu um produto e ainda não é conhecida, o que muda ao passo em que passa a existir um modelo de negócio já validado que possa ser otimizado e avançado através de parcerias. A minha opinião é que empreendedores também não deveriam depender exclusivamente dos seus parceiros para conseguir montar um negócio, pois isso aumenta significativamente os riscos para a empresa.

QUAL MODELO DE CANVAS UTILIZAR NA SUA EMPRESA?



QUAL MODELO DE CANVAS UTILIZAR NA SUA EMPRESA?

Conforme já explicado, o Business Model Canvas tem como objetivo permitir que tanto empresas novas quanto já operantes registrem planos no ponto de vista operacional e estratégico, sob um mesmo formato, o que facilita bastante retratar o negócio existente (ou em seu estado futuro) para apresentar a outras pessoas. Por outro lado, o Lean Canvas permite que empreendedores olhem para os seus negócios sob uma perspectiva mais focada no problema a ser resolvido, podendo ser utilizado mesmo a partir da validação do produto e escala do negócio (após a etapa de Product/Market Fit).

Recomendo que os empreendedores utilizem o canvas que preferirem. O que mais importa no fim do dia é que você consiga mapear as suas principais hipóteses e aprendizados ao longo do processo de validação do seu modelo de negócio, em um formato portátil e que possa ser facilmente compartilhado e discutido com outras pessoas.



OBRIGADO!

