



Um questionário foi aplicado a oito empresários de PME, com pelo menos cinco anos de existência. Nesta pequena amostra, temos empresas de diversos setores, da Saúde, às Tecnologias da Informação, incluindo o Comércio. A maioria são empresas LDA (63%) e têm de 10 a 49 funcionários (50%). Temos respostas de Gestores de RH a Responsáveis de Marketing, mas a posição mais representativa foi a de CEO (38%).

Todos indicaram que sabiam o que é um modelo de negócios (MN), no entanto, apenas metade já ouviu falar do modelo de negócios "Canvas". A atitude em relação aos MN parece positiva, sendo visto como crucial para o sucesso de uma empresa (87,5% concordaram) e que melhora a situação da organização no mercado de trabalho (75% de acordo). Numa lista de benefícios, vários foram identificados, mas "Aumento da Rentabilidade e Eficiência" e "Plano de crescimento" foram os mais escolhidos (ambos representando 22,6% do total de benefícios indicados). Apesar disso, apenas metade das empresas aplicaram um MN. Daqueles que o aplicaram, a fonte de receita mais utilizada foi o Marketing de afiliados (33%), e, de acordo com eles, os principais elementos incluídos no seu MN foram a Proposta de valor e o Relacionamento com o cliente (ambos com 25% de todas as respostas). Canais e Segmento de cliente, nunca foram selecionados.

Considerando todas as respostas, os elementos de um modelo de negócios foram todos considerados importantes, mas a Proposta de Valor é vista como o mais importante (37,5%). Já quanto ao elemento menos importante indicaram que não há nenhum (62,5%). Identificaram ainda os elementos do negócio como maioritariamente dependentes (62,5%).

Em resumo, existe um conhecimento geral da existência de modelos de negócios, mas tal não se traduz na sua utilização, nem na identificação generalizada do que é o modelo de negócios Canvas. A atitude em relação a um modelo de negócios parece positiva, e aparentemente existe uma ideia geral de como um modelo de negócios deve ser usado. Por exemplo, todos os elementos são considerados importantes apesar das diferenças entre eles e há uma identificação geral da influência mútua dos elementos de um modelo de negócios, mas nem todos na amostra identificaram essa conexão. A experiência é algo valorizado numa formação sobre modelos de negócios.