II CONGRESSO INTERNACIONAL DE **GESTÃO E TECNOLOGIAS** COINTER - PDVGT 2018

MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS COMO FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA PARA OS MICROEMPREENDEDORES E EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS GRADUANDOS EM ADMINISTRAÇÃO

CANVAS BUSINESS MODEL AS A STRATEGIC MANAGEMENT TOOL FOR MICRO ENTREPRENEURS AND INDIVIDUAL ENTREPRENEURS GRADUANDOS IN ADMINISTRATION

Apresentação: Pôster

José Alisson de Oliveira¹; Jaciene Dias da Silva²; Rafaela de Lima Silva³; Guilherme da Silva Albuquerque⁴; Ana Elisabeth de Brito Alves⁵

DOI: <https://doi.org/10.31692/2596-0857.ICOINTERPDVGT.2018.00037>

Introdução

O Business ModelCanvas é uma ferramenta em formato de quadro, ou seja, é um modelo de negócio bastante prático e nitidamente visual colaborando assim com toda a pessoa que tem um espírito empreendedor e que aspira investir em alguma área específica tendo sucesso em seus resultados. O Canvas possui 09 blocos para preenchimento, tal facilidade garante praticidade e efetividade na hora de destrinchar o plano de negócio almejado pelo empreendedor.

O “**Business ModelCanvas (BMC)**” será **direcionado e ensinado como** uma ferramenta que gerencia estrategicamente os negócios empresariais ajudando no desenvolvimento de esboços com modelos de negócio, não só para um novo empreendimento, mas também para negócios que já estão em atividade.

Segundo OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011b, o modelo de negócio é um esquema que guiará a empresa na definição e implementação da estratégia, por meio das estruturas, processos e sistemas organizacionais.

¹Graduando em Administração, Faculdade de Ciências de Timbaúba, alisson_oliveira0@hotmail.com

² Esp. em Administração F. e Controladoria, ESUDA, jacyjd.silva@hotmail.com

³Graduando em Administração, Faculdade de Ciências de Timbaúba, rafaela.liima@hotmail.com

⁴Graduando em Administração, Faculdade de Ciências de Timbaúba, guilhermeandrade14@hotmail.com

⁵Profa. MS. Ana Elisabeth de Brito Alves, Faculdade de Ciências de Timbaúba, anabritoalves@gmail.com

Dornelas (2005, p.8) afirma que, o que diferencia esta situação da do passado é a capacidade que o empreendedor tem de lidar com o avanço tecnológico, e por consequência a necessidade cada vez maior deste agente transformador na sociedade.

Portanto este artigo possui como objetivo aplicar um questionário que se enquadra para diversos estágios de empreendimentos, desde a etapa de sua elaboração na qual se apresenta a proposta até a aplicação em seus empreendimentos pra fins de Feedback e posteriormente, a coleta de dados a partir da implantação do Canvas.

A pesquisa visa avaliar também a importância desta ferramenta na obtenção de elevada garantia de sucesso destes empreendimentos, tendo em vista o tradicionalismo Plano de Negócio, bem como procurar mensurar o impacto do “Business ModelCanvas” no lançamento de novo produto/serviço, além de aumentar a eficácia. Haja vista que os negócios empresariais necessitam de rapidez e agilidade na hora de traçar seus planos estratégicos modelando suas funções e elaborando cenários novos de produtos/serviços para o alcance de seus objetivos, frente ao tão competitivo mercado. Esse trabalho se propõe a dar seu auxílio e contribuições referentes à ideia proposta.

Fundamentação Teórica

O modelo de negócio CANVAS proporciona ao empreendedor uma olhar geral de uma empresa em nove blocos que captura e disponibiliza o valor oferecido para os clientes, descritos em uma só folha de papel ou cartaz, exibindo assim a lógica de como se pretende gerar valor. Os supracitados 09 blocos explicitam de forma simples e completa os planos da empresa, onde está e aonde quer chegar visando seu público alvo.

O denominado “**Business ModelCanvas (BMC)**” é uma importante ferramenta de gerenciamento estratégico para empreendimentos. O BMC ajuda no desenvolvimento de esboços e versões finais de modelos de negócio, tanto para um novo empreendimento quanto para uma empresa que já está na ativa. Trata-se de um mapa visual que otimiza a visualização e compreensão de modelo de negócio de um empreendimento, dividindo-o em nove importantes blocos para o detalhamento de um negócio. (DORF, BOB e BLANK, STEVE, 2012, p. 571).

Os componentes dos 09 blocos integrantes no modelo Canvas estão exibidos na figura 1 abaixo:

Figura 1

Fonte: www.hidrosconsultoria.com.br

Segundo Osterwalder e Pigneur (2010) um modelo de negócio pode ser mais bem representado através desses nove blocos que compõem o Canvas, que mostram a lógica de como uma organização pretende gerar valor.

Segmentos de Clientes: Retrata os segmentos de clientes, identificando o valor que a empresa pretende oferecer. Unir os clientes numa determinada segmentação que permita às organizações avançarem nas estratégias específicas para fins de atingir cada segmento de clientes.

Proposta de valor: Retratar os produtos e serviços que de alguma forma criam valor para os clientes que estão em uma determinada segmentação. A proposta de valor é uma junção de benefícios que uma organização proporciona aos seus clientes. É o jeito que a mesma encontra para se diferenciar dos seus concorrentes fazendo com que um cliente escolha um produto ou serviço e recuse outro de uma determinada empresa.

Canais: Representa a interface de ligação entre a empresa e os clientes, ou seja, a forma com que a empresa entrega as propostas de valor.

Relacionamento com Clientes: Representa as estratégias planejadas que elaboram a relação entre a empresa e seus clientes com segmentação diferente. Um fator importante para a fidelização dos clientes são as boas estratégias traçadas e definidas.

Fluxo de Receita: Narra a maneira como a organização obtém lucro que vem das proposições de valor consumidas pelos clientes através de suas segmentações.

Recursos Principais: Equivalem os ativos principais e as competências fundamentais para operacionalizar o modelo de negócios. Os recursos podem ser físicos, financeiros, intelectuais ou humanos. Podem ser peculiaridade da empresa ou obtidos de parceiros principais.

Atividades-Chave: Descreve as funções mais importantes que a empresa precisa executar de maneira incansável para que o modelo de negócio tenha êxito.

Parcerias - Chaves: Representa os parceiros, ou a rede de fornecedores imprescindível para o andamento do negócio. Cada tipo de tarefa ou matéria-prima fundamental fornecida por outra empresa e que garante o funcionamento do modelo de negócio descrita neste bloco.

Estrutura de Custos: Descreve os custos principais envolvidos na operação de um modelo de negócios. Questionamentos básicos deste bloco são: quais são os custos mais importantes em nosso modelo de negócios? Que recursos principais são os mais caros? Quais atividades-chave são as mais caras?

Uma das grandes vantagens do Modelo Canvas é sua aplicabilidade em apenas uma folha de maneira simples a diversos segmentos que atinjam de forma direta e indiretamente o empreendedorismo, assim como especialistas, clientes em potencial, pessoas de formação e etc. É permitido no processo do Canvas, sugestões, ideias e modificações, por isso é indicado para mudanças sempre que necessário.

Figura 2

Fonte: <https://blog.factura.com>

Na figura 2 é possível identificar o exercício das funções numa imagem de um empreendedorismo por meio do modelo Canvas.

Segundo Dornelas (2012) o plano de negócio é parte fundamental do processo empreendedor. Tendo viabilidade para diminuir riscos e aumentar a possibilidade para o êxito, favorecendo a descrição em forma de documento todos os dados importantes que em

detalhes serão capazes de identificar todo o planejamento compreendendo a oportunidade que o empreendedor pretende aproveitar.

Metodologia

A pesquisa classificará, ou seja, será aplicada como prática de natureza científica e bibliográfica, com caráter qualitativo/quantitativo. Serão aplicados questionários contendo 10 perguntas em formato de escala de Thurstone. Segundo Oliveira (2001), a escala de Thurstone envolve métodos de cálculos sofisticados, consumindo bastante tempo, porém quando definida adequadamente é fácil de ser aplicada e respondida pelos indivíduos entrevistados. Podendo desta forma, ser considerada explicativa, já que oferece expandir o conhecimento a respeito do assunto de pesquisa. O Universo de pesquisa e proposta é a Faculdade de Ciências de Timbaúba, no Curso de Administração, onde participarão da amostra estudantes empreendedores.

A proposta visa que os estudantes após o conhecimento desta ferramenta, apliquem em seus empreendimentos com acompanhamento por um período de tempo, em seguida sejam repassados para o autor desta pesquisa um feedback da eficácia do modelo Canvas em seus determinados negócios. Somado a isso o presente trabalho será aplicado a um grupo de estudantes empreendedores para que após o conhecimento da ferramenta Canvas apliquem em seus negócios e assim poderemos acompanhar todo o processo de amostragem e execução para fins de coletarmos o resultado desta proposta.

Conclusões

O presente trabalho não contém resultados, haja vista que o mesmo objetiva ser expandido e aplicado aos alunos do curso de Administração que sejam empreendedores individuais para fins de apresentar esta ferramenta como instrumento importante para o gerenciamento do modelo de negócios do empreendedor e assim, despertar nos supracitados alunos de Administração a importância de aplicar o Business Model Canvas como gerenciadora de planejamento. A discussão permitirá aos jovens empreendedores um contato explorado com a ferramenta que gera um impacto na condução de futuros projetos, norteando seus planos e fortificando os passos rumo ao alcance dos sonhos empresariais.

Referências

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo. Transformando ideias em Negócios.** 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2005.

DORF, Bob e BLANK, Steve. **The Startup Owner's Manual – the Step-by-Step Guide for Building a Great Company.** K&Ranch, Inc. Publishers. Pescadero, California, USA – 2012. 571 P.

OLIVEIRA, T. M. V. Escalas de mensuração de atitudes: Thurstone, Osgood, Stapel, Likert, Guttman, Alpert. FECAP, v. 2, n. 2, 2001. Acesso em maio 2018.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation - inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Alta Books, 2011. 300

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation. Ed. Wiley John & Sons. New Jersey – USA, 2010.