

**MODELOS DE NEGÓCIOS INOVADORES E O USO DE FERRAMENTAS DE
DIAGNÓSTICO E AVALIAÇÃO**

Eixo Temático: Gestão de organizações públicas, privadas e do terceiro setor

Vanessa Pereira Reis
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Jefferson Kiyoshi Komesu
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Alex dos Santos Paula
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Ana Joyce Godoy dos Santos
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Valentina Sartori Previdelli
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Sibelly Resch
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
sibelly.resch@ufms.br

O presente trabalho tem como objetivo identificar modelos de negócios inovadores, por meio de ferramentas de diagnóstico e avaliação. Definimos modelo de negócio como sendo a forma em que uma empresa funciona e cria valor (DORNELLAS, 2016). Em síntese, o modelo de negócio busca entender como a empresa fará dinheiro, qual será seu enfoque e como as diversas áreas e processos de negócios se relacionam, a fim de alcançar o objetivo da organização. Diferente do plano de negócio que é um documento detalhado onde o empresário e/ou empreendedor descreve todas as etapas que envolvem seu negócio, ou seja, o plano está associado diretamente com o que você faz e o modelo é o processo inicial da forma como uma empresa cria, entrega e captura valor.

Dessa maneira, este trabalho evidenciou o uso da ferramenta estratégica *Business Model Canvas* (desenvolvido pelo Alexander Osterwalder e Yves Pigneur), que auxilia o usuário na construção de um modelo de negócio, permitindo criar uma estrutura visual de seu empreendimento. As micro e pequenas empresas melhoram sua competitividade, quando seus

gestores buscam estratégias, ferramentas e metodologias inovadoras, mantendo seu negócio sólido e em evidência no mercado. Denomina-se como *startups* as empresas inseridas no mercado com um modelo de negócio inovador em expansão que pode ser escalável e replicável. Citam-se as ferramentas de diagnóstico e avaliação de inovação: Temaguide, MEG (Modelo de Excelência na Gestão) e Radar da Inovação.

Identificaram-se como modelos de negócios inovadores duas empresas do Estado do Mato Grosso do Sul, que iniciaram seus trabalhos de forma pequena, mas depois aumentaram rapidamente seu Market Share: Brasil Cowboy e Pão & Tal.

A Brasil Cowboy, criada em Campo Grande (MS) em 2009, faz sucesso na venda de botas, roupas e acessórios inspirados no universo country e sertanejo com um diferencial: a comercialização só é feita pela internet, desde então registra um crescimento médio de 30% ao ano. A boa performance é fruto de uma administração organizada nos moldes propostos pelo Modelo de Excelência da Gestão (MEG), base de avaliação do MPE Brasil. Além disso, a Brasil Cowboy lança mão de modernos recursos de governança, como ferramentas de apoio ao marketing e à gestão, além de utilizar o *Balanced Scorecard* (BSC) – uma das mais conhecidas metodologias de avaliação de desempenho. Por meio de *softwares* específicos, os gestores conseguem acompanhar os indicadores de andamento da loja em tempo real. Com isso, as decisões são mais ágeis e orientadas aos resultados, o que é fundamental em negócios online. A gestão da inovação é outro ponto de destaque. Em 2015, lançou produtos exclusivos e de marca própria. Atualmente, a empresa possui uma marca registrada e outras sete em processo junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Os dez funcionários foram contratados com base no perfil de profissionais delimitados pelo planejamento estratégico estabelecido há três anos.

Já a empresa Pão & Tal é voltada ao gênero alimentício com sede na capital sul-mato-grossense, uma padaria com conceito diferente de plano de negócio, recebeu em 2010 o prêmio Mérito Lojista como melhor panificadora, concedido pela Câmara de Dirigentes Lojistas de Campo Grande. Em 2011, a Pão & Tal foi novamente premiada pelo Mérito Lojista, agora por Inovação no Varejo. O empreendimento alia panificação e conveniência, oferecendo serviços como comida japonesa, seção hortifruti, revistaria, almoço diário e até mesmo produtos sem glúten.

O terceiro exemplo de empresa com modelo de negócio inovador é a Buscapé, uma *startup* que compara preços de produtos em lojas de todo país, revolucionou o mercado e serviu de exemplo para que outros brasileiros se arriscassem no empreendedorismo,

especialmente usando a internet. Em 2006, a Buscapé passou por várias mudanças. Após a terceira rodada de investimentos, onde foi adquirido por um novo sócio capitalista, o Great Hill Partners, a empresa pôde comprar seu principal concorrente no mercado brasileiro, o Bondfaro. Com isso, foi possível aumentar ainda mais sua participação no mercado, atingindo 83% de market share, e ganhar fôlego para continuar se expandindo no mercado latino americano. Os empreendedores do Buscapé: identificaram um problema, encontraram uma solução simples e altamente escalável e souberam lidar com o sucesso e dinheiro sem perder o foco.

O estudo mostrou que os modelos de negócios inovadores são importantes para o crescimento e criação de valor para as empresas. A aplicação das ferramentas de planejamento contribui para a sobrevivência das empresas, para seu desempenho, para o valor de entrega ao cliente, para a redução do custo e para o retorno do valor investido. Conclui-se que, nos casos citados, os empreendedores adoram um modelo de negócio eficaz, obtendo sucesso empresarial, firmando-se em um cenário desafiador.

Palavras-chave: Modelos de Negócios Inovadores; MEG; Temaguide; *Business Model Canvas*.

REFERÊNCIA

DORNELAS, J. **Empreendedorismo** - Transformando Ideias Em Negócios. São Paulo: Atlas, 2016. 6° Ed.