



GESTÃO E EMPREENDEDORISMO EM DESIGN: USO DO CANVAS COMO FERRAMENTA DE PROTOTIPAGEM DE NOVOS NEGÓCIOS

Daniele Consoni^a, Matheus Galimberti^a, Nicole Langoni^a, Samanta Vanz^{a*}

a) FSG Centro Universitário

*Autor correspondente (Orientador)

Samanta Vanz,

Endereço: Rua Os Dezoito do Forte, 2366 –

Caxias do Sul - RS - CEP: 95020-472

Palavras-chave:

Design. Empreendimento. Gestão.

Negócio. Canvas.

INTRODUÇÃO/FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA: A ferramenta Canvas, ou modelo de negócios, é uma ferramenta concebida por Osterwalder (2011) para facilitar o desenvolvimento de um empreendimento de forma coletiva. O objetivo é preenche-lo, por meio de breves anotações em post-its, de forma a todos contribuírem com ideias para a definição dos componentes presentes. A ferramenta promove entendimento, discussão, criatividade e análise, já que trabalha com uma linguagem imagética e dinâmica – sendo relevante para os processos de cocriação e percepção de novas ideias. Rodrigues (2018) descreve esta ferramenta como o mais completo modelo de abordagem de maneira detalhada do relacionamento de todos os componentes organizacionais internos e externos ao negócio proposto, buscando evidenciar como são criados os relacionamentos e a captura do valor proposto pela organização; é, portanto, uma ferramenta que une preceitos técnicos e estratégicos de maneira fácil e rápida, auxiliando na criação e prototipagem de modelos de negócios. O modelo de negócios evidencia o que os clientes querem, como querem e o quanto estão dispostos a pagar, descreve como a empresa deve se organizar e obter lucros provenientes das vendas – devendo especificar a articulação da proposta de valor aos usuários, identificar os mercados alvos, determinar as formas de obter receitas, definir as estruturas de valores necessárias a criação da cadeia de valor, demonstrar os custos e o lucro potencial, posicionar a empresa no mercado conectando-a aos fornecedores e aos clientes e orientar a organização na formulação de estratégias competitivas para obter vantagens frente aos concorrentes (CHESBROUGH; ROSENBLUM, 2010). Então, o modelo de negócio aplicado neste trabalho irá caracterizar-se como uma representação comum dos elementos-chave de um empreendimento: o que será vendido, a quem será vendido, quais os processos essenciais para o desenvolvimento do serviço oferecido e como ocorrerá a interação entre empresa e cliente, visto que, segundo Osterwalder (2011), o modelo de negócios é um esquema que guiará a empresa na

definição e implementação de estratégias, utilizando processos, estruturas e sistemas organizacionais, descrevendo os fatores essenciais para o negócio criar valor e ter relação com o mercado e os resultados da empresa a serem gerados. **MÉTODO:** O trabalho foi desenvolvido por meio da pesquisa qualitativa exploratória (GIL, 2002), com aplicação da ferramenta Canvas amparada por outras ferramentas para coleta de dados, como pesquisa Desk (VIANNA, 2012), análise de similares, personas. O objetivo foi aplicar a ferramenta Canvas para o desenvolvimento de um novo empreendimento nomeado *Áurea* – Associação de Estudantes de Design da Serra Gaúcha. **RESULTADOS:** A partir dos elementos da ferramenta Canvas, formulou-se a proposta de valor do negócio, que parte do princípio de apoiar e incentivar o desenvolvimento de projetos de design para estudantes e ser uma associação de designers estudantes da serra gaúcha. Buscando obter a relação com cliente através da apresentação dos valores dos projetos de design para empresas parceiras da associação, com foco no segmento (estudantes e empresas privadas) e acolhimento dos projetos e ideias de alunos de design. Utilizando canais de captação de inscrições via digital ou físico, por embaixadores de marca, apresentando a transparência nos processos, acessos à informações e processos facilitados e possuir um pós-vendas de fidelização dos clientes com incentivo de valor agregado aos projetos e ações da associação. O segmento de mercado da *Áurea* será os estudantes de design da serra gaúcha e empresa privadas. Com as atividades chave, de incubação e viabilização de projetos, com oferta de palestras, cursos, workshops e consultorias. Os recursos chave baseiam-se em ações sustentáveis, obtendo patrocínios de empresas privadas e instituições de ensino superior ou redes de profissionais, tendo espaço físico, domínio dos assuntos e universidades parceiras. Os parceiros chaves serão os investidores dos projetos e as empresas privadas, outras associações, redes de profissionais locais e de outras regiões dispostos a ajudar e fazer parte do *Áurea*. A estrutura de custos é estabelecida por meio do material de divulgação, patrocínio de eventos maiores ou diferentes, pagamento de terceiros (palestrantes, workshops) e algumas ações pontuais a serem definidas conforme o caixa e andamento do projeto – já os custos fixos seriam o aluguel, luz, internet, água, funcionários, plataformas digitais, ferramentas digitais, outros serviços que viriam a ser precisos (recursos legais, contratos, participações de lucros). A fonte de receita gira em torno das palestras e cursos ofertados sendo cobrado a entrada de não-associados), patrocínios diretos aos eventos e ações, associações (mensalidades dos associados ao projeto) e empresas privadas (porcentagem na venda dos projetos). **CONCLUSÃO:** O uso da ferramenta Canvas, de técnicas simples, flexíveis e visuais, permite a prototipagem rápida de empreendimentos com foco colaborativo, identificando seus processos, público-alvo, necessidades e investimentos, tornando possível a reflexão e teste na gestão de propostas de novos negócios.

REFERÊNCIAS

CHESBROUGH, H.; ROSENBLOOM, R. S. **The role of the business model in capturing value from innovation**: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. *Industrial and Corporate Change*, v. 11, n. 3, p. 529-555, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.a., 2002.

OSTERWALDER, A. **Business Model Generation - inovação em modelos de negócios**: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

RODRIGUES, Leonardo. **Business Model Canvas: Uma Análise Da Ferramenta Aplicada Ao Desenvolvimento De Modelos De Negócios Criativos**. Revista Online Ipog: Goias, 2018.

VIANNA, Mauricio. et al. **Design Thinking: Inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV press. 2012.