

**WORKFIRE: Uma Simulação de Aplicativo para o Gerenciamento de Ofertas, Trocas e Contratação de Serviços.**

***WORKFIRE: An Application Simulation for the Management of Offers, Exchanges and Contracting of Services.***

Alef Longuinho do Carmo<sup>1</sup>

Ariane Rafaela<sup>1</sup>

Eric Juan Duarte Silva<sup>1</sup>

Isaias de Deus Apolinário<sup>1</sup>

Rafael de Souza<sup>1</sup>

Ana Cristina Marques de Carvalho<sup>2</sup>

Maria Helena Rossi Vallon<sup>2</sup>

**RESUMO**

Este artigo apresenta a simulação de um modelo de negócio desenvolvido com a metodologia do Modelo Canvas. O modelo de negócio proposto constitui-se em um aplicativo para dispositivos móveis e plataformas *web*, voltado para a área de consumo colaborativo, especificamente em troca de serviços. O conteúdo teórico expõe conceitos sobre os temas de empreendedorismo, inovação, *startups*, Modelo Canvas, protótipos e consumo colaborativo. Na concepção do protótipo do aplicativo desenvolveu-se simulações dos perfis dos clientes em potencial, e dos fluxos de utilização do aplicativo. Estão apresentados ao final do artigo os fluxogramas das simulações de utilização do aplicativo.

**Palavras-chave:** Startup. Empreendedorismo. Inovação. Serviços.

**ABSTRACT**

*This article presents the simulation of a business model developed with the methodology of the Canvas Model. The proposed business model is an application for mobile devices and web platforms, aimed at the area of collaborative consumption, specifically in exchange for services. Theoretical content exposes brief concepts on the subjects of entrepreneurship, innovation, startups, Canvas Model, prototypes and collaborative consumption. In the design of the prototype of the application was developed simulations of the profiles of potential customers, and of the usage flows of the application. The flowcharts of the application usage simulations are presented at the end of the article.*

**Keywords:** Startup. Entrepreneurship. Innovation. Services.

## 1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem sido estudado intensamente por vários pesquisadores. O grande interesse por esse tema resulta de sua contribuição para o desenvolvimento econômico das nações, geração de novos empregos e melhoria de renda da sociedade (DORNELAS, 2008).

Existem diversos tipos de empreendedorismo, dentro os quais destacam-se: o por necessidade e o por oportunidade. O empreendedorismo por necessidade abrange os empreendedores que abrem seu próprio negócio a partir de uma necessidade, seja por não possuir uma opção de renda, estar desempregado, ou por estarem condições precárias de trabalho. Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade abrange os empreendedores que são atentos as novas oportunidades, e mesmo com outras possibilidades de renda, preferem criar seu próprio negócio (GEM, 2016).

No cenário de empreendedorismo por oportunidade surgem as *startups*, que representam em uma definição mais recente, a um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível que explore áreas inovadoras de determinado setor, possuindo uma alta aceleração de crescimento nos primeiros meses de existência a partir de investimento especializado. Tais empreendimentos atuam em um ambiente de extrema incerteza (DULLIUS; SCHAEFFER, 2015).

Neste trabalho propõe-se apresentar uma simulação de desenvolvimento de um modelo de negócio na área de gerenciamento de ofertas, trocas e contratação de serviços. Na concepção desse modelo, utilizou-se a ferramenta Business Model Canvas, mais comumente conhecido como Canvas.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é simular a constituição de um modelo de negócio, denominado *Workfire*, para gerenciar ofertas, trocas e contratação de serviços, por meio da criação de um aplicativo para dispositivos móveis. São objetivos específicos: (a) descrever como o negócio irá criar, entregar e capturar valor; (b) definir as partes interessadas e a forma de utilização do aplicativo.

Justifica-se este estudo tendo-se em vista que as *startups* representam atrativos à fomentação de novos empreendimentos em várias partes do mundo. Constata-se uma escassez de empregos, mas há novas oportunidades de trabalho por meio do empreendedorismo, e, neste ponto, as *startups* se lançam com soluções inovadoras para diversos tipos de demandas. Tal modalidade de empreendimento, além de

gerar trabalho e lucro para o empreendedor, gera arrecadação de impostos, atrai investimentos, estimula a inovação e promove o desenvolvimento econômico. Neste sentido, o empreendedorismo pode contribuir fortemente na formação de conhecimento, levando as pessoas a se transformarem em protagonistas e responsáveis pelo próprio trabalho.

Diante da crise financeira que atualmente afeta o país, da dificuldade das pessoas em encontrar um emprego, os candidatos possivelmente têm algum talento que possa ser disponibilizado em alguma prestação de serviço. Mediante tal contexto, é que surge a possibilidade de uma solução com a especificidade de gerenciar ofertas, trocas e contratações de serviços a partir de um aplicativo para dispositivos móveis. Este pode gerar negócios e renda para prestadores de serviços, bem como, facilitar o acesso destes para seus usuários.

Justifica-se o estudo ao considerar a relevância tanto no meio acadêmico como gerencial, dos temas empreendedorismo, *startup* e inovação, bem como, de uma ferramenta de modelagem de negócios (Canvas), os quais contribuem para a aquisição de conhecimento e introdução dos discentes em cenários atuais do desenvolvimento econômico.

Quanto à metodologia utilizada no estudo, trata-se de uma pesquisa do tipo exploratória. Teve-se como técnica a documentação indireta, por meio da pesquisa bibliográfica e pesquisa em fontes secundárias (sites da internet para levantamento de modelos de negócio similares). A pesquisa bibliográfica apresenta uma base teórica referente a empreendedorismo e inovação com ênfase em autores, tais como, Dornelas (2008), Lobo (2008), Freeman (1988) e Sebrae.

Para a realização do protótipo do aplicativo *Workfire*, adotou-se os seguintes procedimentos: (a) decisão sobre como o modelo de negócio proposto poderá criar, entregar e capturar valor; (b) identificação do público interessado e a forma de utilização do produto/serviço; (c) definição do histórico de navegação do aplicativo; (d) definição de como seriam as principais telas do aplicativo.

Para compreensão deste tema, este artigo foi dividido em 5 seções: A seção 1 (introdução) contém os elementos indicativos desse estudo; a seção 2 apresenta o embasamento teórico selecionado para explicitar o tema; a seção 3 discorre sobre os elementos teóricos sobre *startups*, Modelo Canvas, Protótipos e consumo

colaborativo; a seção 4 caracteriza o objeto de estudo, a simulação do modelo de negócio; a seção 5 tece as conclusões do estudo.

## **2 BREVE ABORDAGEM TEÓRICA SOBRE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **2.1 Empreendedorismo**

Empreendedorismo é criar alguma coisa nova ou uma nova visão de como utilizar coisas já existentes; é alterar a condição atual e procurar, de maneira contínua, novas possibilidades de negócio, focando no ato de inovar e na criação de valor (Dornelas, 2003).

Para Stevenson (1993, *apud* DORNELAS, 2004, p.35) “[...]empreendedorismo é o processo de criação de valor, através da utilização dos recursos de forma diferente, buscando explorar uma oportunidade”. Existem diversas definições para o empreendedorismo, porém seu significado consiste em fazer algo inovador, atualizar os recursos de maneira eficiente, reconhecer os riscos e inovar (DORNELAS, 2003).

Schumpeter (1949, *apud* DORNELAS, 2003 p.22) define o termo empreendedor como sendo “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e matérias”.

Dolabela (2008, p.29) acrescenta que “[...]empreendedorismo não é um tema novo ou modismo: existe desde sempre, desde a primeira ação humana inovadora, com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza”. Hisrich *et al.* (2014, a p.6) destacam a contribuição do empreendedorismo “na criação e no crescimento dos negócios assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões”. Dornelas (2003, p.9), ressalta ser o empreendedorismo “[...]o combustível para o crescimento econômico, criando empregos e prosperidade”.

Dornelas (2008) acrescenta ainda que o processo empreendedor é uma ação ativa e independente que requer comprometimento, esforço e ousadia.

O processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a criação de novas empresas. Em primeiro lugar, o empreendedorismo envolve o processo de criação de algo novo, de valor. Em segundo, requer a devoção, o comprometimento de tempo e o esforço necessário para fazer a empresa crescer. E em terceiro, que riscos calculados sejam assumidos e decisões críticas tomadas; é preciso ousadia, animo de falhas e erros (DORNELAS, 2008, p.23).

Hoje existem duas motivações básicas de empreendedorismo: o por oportunidade e por necessidade. No primeiro tipo, pode-se afirmar que o empreendedor está convicto de seus objetivos, tem claro em sua mente onde quer chegar e a empresa é criada visando lucros, empregos e riqueza. Esse tipo de empreendedorismo está conectado ao desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2008). Já no segundo tipo, o empreendedor se aventura nessa jornada mais por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (DORNELAS, 2008). Nesse tipo de empreendedorismo os negócios são frequentemente desenvolvidos informalmente, sem planejamento apropriado levando ao fracasso em pouco tempo.

Quanto ao perfil, Dornelas (2003) indica que o empreendedor é um ser que está constantemente olhando para o futuro, seja na área profissional ou pessoal e tem a capacidade de colocar “seus sonhos” em prática. Insegurança é algo que não está no seu perfil, pois eles agem no momento certo, são determinados e planejadores e se dedicam o quanto for preciso ao seu negócio. Schmidt e Bohnenberger (2009, p.454) relacionam que as principais características dos empreendedores são: “auto eficácia, capacidade de assumir riscos calculados, planejador, detecta oportunidades, persistência, sociável, inovação e liderança”.

## **2.2 Inovação**

### *2.2.1 Definição de Inovação*

O conceito de inovação é comumente utilizado no contexto empresarial, ambiental e até mesmo econômico. Sendo assim, o ato de inovar significa a necessidade de criar caminhos ou estratégias diferentes, aos habituais meios, para atingir determinado objetivo. Inovar é inventar, sejam ideias, processos, ferramentas ou serviços. Para Melo (2010, p.57) inovação é a “introdução no mercado de produtos, processos, métodos ou sistemas não existentes anteriormente, ou com alguma característica nova e diferente daquela até então em vigor, com fortes repercussões socioeconômicas”. Em outra visão, “[...]a inovação é a exploração com sucesso de novas ideias” (MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA, 2015). Assim a inovação caracteriza-se, como a busca, descoberta, experimentação,

desenvolvimento, imitação e adoção de novos produtos, processos e novas técnicas organizacionais (DOSI, 1988).

Objetivando e apontando as possibilidades de inovação em países em desenvolvimento, Mytelka (1993) desfaz a noção de que inovação deve ser algo absolutamente novo no mundo. Este autor contribui com a compreensão de inovação, ao focar sob o ponto de vista do agente econômico que a está implementando. Assim, considera a inovação como o processo pelo qual, produtores dominam e implementam o projeto e produção de bens e serviços que são novos para os mesmos, a despeito de serem ou não novos para seus concorrentes-domésticos ou estrangeiros.

A inovação é fundamental porque permite que as empresas cheguem a novos mercados, fazendo com que assim, elas expandam suas receitas, realizem novas parcerias e adquiram novos conhecimentos aumentando o valor de suas marcas. Levando em conta que inovações são capazes de gerar vantagens competitivas a médio e longo prazo, inovar torna-se essencial para a sustentabilidade das empresas e dos países no futuro.

### *2.2.2 Diferença entre Invenção e Inovação*

Torna-se relevante fazer a diferenciação entre invenção e inovação. Para Melo (2010), invenção é uma concepção resultante do exercício de criação do homem, que represente uma solução para um problema técnico específico e que possa ser fabricada ou utilizada industrialmente. Segundo Betz (1994, p.8, *apud* BARBIERI, 1999, p.58) a inovação começa como invenção, uma ideia de como fazer alguma coisa. Assim, como processo, a inovação tecnológica envolve diferentes agentes diferentes etapas, sendo a invenção apenas uma delas, embora nem toda invenção se transforme em inovação por diferentes motivos, seja por não estar bem desenvolvida do ponto de vista técnico, seja por não atender às necessidades de mercado.

### *2.2.3 Tipos de Inovações*

Barbieri (1997, p.67) distingue dois tipos de inovação:

- (a) radical ou pioneira: aquela que introduz novidades absolutas, ou seja, não são conhecidas ou usadas antes que a empresa inovadora as

introduza; (b) incremental: aquela onde há introdução de soluções/ inovações, embora elas já fossem conhecidas ou utilizadas por outras. Neste tipo de inovação, agrega-se valor a um produto/serviço já existente.

### 3 NOÇÕES SOBRE STARTUPS, MODELO CANVAS E PROTÓTIPOS, CONSUMO COLABORATIVO

Esta seção tem como objetivo apresentar alguns termos que são essenciais para a proposta de um modelo de negócio, objeto de estudo deste artigo.

#### 3.1 *Startups*

De acordo com Gitahy (2011) o conceito de *startup* começou a ser divulgado nos Estados Unidos na década de 90, entretanto, no Brasil, tal conceito se popularizou somente entre os anos de 1999 a 2001, atrelado a adesão do mercado eletrônico pelas empresas brasileiras. Para Ries (2011, p.26) “[...]uma *startup* é uma instituição humana projetada para criar novos produtos e serviços sob condições de extrema incerteza”.

*Start up* são pequenas empresas montadas em casa ou em faculdades e que recebem pequenos aportes de capital. Elas exploram áreas inovadoras de determinado setor (mais comumente a de tecnologia), possuindo uma aceleração de crescimento muito alta já nos primeiros meses de existência em virtude de investimentos feitos por fundos de investimento especializados

Segundo Gitahy (2010) *startup* é pode ser definido como um grupo de pessoas apostando em um modelo de negócios inovador, repetível e escalável, atuando em condições de grande incerteza. GRUBER et al., 2008; HUNT, 2013. p. 58) afirmam que “as startups desempenham um papel fundamental na melhoria das eficiências econômicas e são uma fonte significativa de muitas inovações”. Gitahy (2010, *apud* LISBOA, SILVA, 2015, p.29) apresenta as principais características das *startups*:

consiste em modelo de negócio repetível e escalável, ou seja, capaz de entregar o mesmo produto de forma potencialmente ilimitada, com

crescimento constante, sem alterar seu modelo de negócios e em condições de extrema incerteza, tendo em vista cenário ausente de garantias de aprovação ou estabilidade no mercado.

### 3.2 Modelo Canvas

O Modelo Canvas ou Business Model Generation foi apresentado por Alexander Osterwalder, em sua tese de doutorado, que teve como tema inovação de modelos de negócios. Este trabalho foi orientado pelo professor Yves Pigneur em 2004, na Faculty of Business and Economics, Suíça (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2013). Desta forma, o resultado do trabalho destes professores foi o Modelo Canvas, definido como “um modelo de negócio que descreve a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte de uma organização” (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2013, p.14).

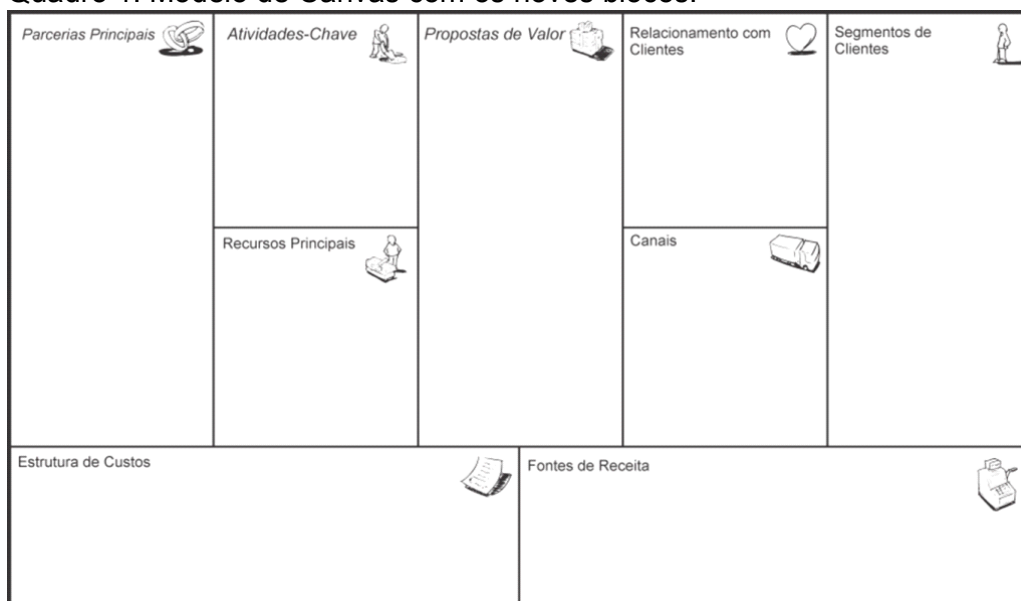
Para Pimenta (2013) o Modelo Canvas é um modelo de negócios que identifica de forma organizada a estrutura do sistema de um negócio. Tal modelo é portanto, “[...] a possibilidade de visualizar a descrição do negócio, das partes que o compõem, de forma que a ideia sobre o negócio seja compreendida por quem lê da forma como pretendia o dono do modelo” (PIMENTA, 2013, p.13).

Para Osterwalder; Pigneur (2013), tal quadro apresenta nove blocos: (1) “Segmento de Clientes” que constituem os grupos de pessoas ou organizações que se pretende atingir ; (2) “Propostas de Valor” que constituem os valores ou benefícios a serem entregues ao segmento de clientes; (3) “Canais” que correspondem aos meios que serão utilizados para se chegar ao cliente, bem como, as formas utilizadas para entrega do produto ao cliente; (4) “Relacionamento com Clientes” que constituem os meios de relação de uma empresa com os segmentos de clientes; (5) “Fontes de Receita” que mostram os resultados das propostas de valor oferecidas aos segmentos de clientes; (6) “Recursos Principais” que correspondem aos recursos necessários para fazer realização da proposta de valor; (7) “Atividades-Chave” que correspondem as atividades mais importantes a serem executadas para o funcionamento do modelo de negócio da empresa; (8) “Parcerias Principais” que correspondem aos principais parceiros que serão utilizados para a realização do Modelo de Negócios; (9) “Estrutura de Custos” que constituem tudo aquilo que será gasto para a realização do Modelo de Negócios.



Assim o quadro 1 apresenta o modelo Canvas, com os nove blocos:

Quadro 1: Modelo de Canvas com os nove blocos:



Fonte: OSTERWALDER, PIGNEUR. **Business Model Generation**: inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2013, p. 44. Acesso em 3 de abril de 2018 <<http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model-Generation.pdf>>

### 3.3 Protótipo

Os protótipos são uma forma de apresentar ideias e produtos. No que se refere a serviços, ele “é uma simulação de uma experiência do serviço” (STICKDORN; SCHNEIDER, 2014, p.194). Para Lobo (2008), os protótipos são criados com todas as características do produto proposto para que o mesmo possa ser testado e avaliado em suas funcionalidades, servindo de modelo para futuras produções. Para

Ambrose e Harris (2011, p. 139) “o protótipo também pode ser um meio de apresentar ideias a outras pessoas – o cliente, por exemplo – de modo que os conceitos envolvidos sejam facilmente entendidos”.

Para Stickdorn e Schneider (2014) as simulações realizadas podem variar passando por conversas informais, ou por recreações mais detalhadas, que envolvem a participação ativa de usuários, acessórios e pontos de contatos. Ambrose e Harris (2011) assinalam que os protótipos são utilizados nos testes de viabilidade técnica, para verificação de suas funcionalidades, aspectos visuais e formas de desenvolvimento.

A confecção dos protótipos exige alguns detalhes. Stickdorn e Schneider (2014, p.194) explicam como desenvolver o protótipo:

Em geral, algum tipo de maquete do serviço é criado. O protótipo pode variar em termos de tom e complexidade, mas o elemento comum será a capacidade de testar as soluções de serviços propostas em um ambiente próximo ao da vida real. O protótipo costuma ser desenvolvido de forma interativa, com a constante incorporação de sugestões e melhorias.

Existem vários métodos para criar um protótipo, conforme Ambrose e Harris (2011, p. 140):

(a) esboço: permite que o designer rascunhe uma ideia visual básica e o posicionamento dos diferentes elementos de design; (b) modelo: réplica que possibilita às pessoas ver um design em três dimensões. Os modelos testam, respectivamente, os aspectos visuais e funcionais de um projeto design; (c) maquete: réplica tridimensional de um design que permite às pessoas ter uma visão geral do projeto em relação ao seu ambiente ou locação. A maquete dá vida aos desenhos e é normalmente usada na arquitetura para apresentar o visual de uma edificação dentro do contexto de sua locação; (d) boneco: modelo em tamanho real de um livro, produzido de acordo com papéis e materiais especificados. Ele testa se os materiais funcionam bem juntos e dá uma indicação dos elementos táteis do produto físico; (e) escala: todos os métodos de prototipagem utilizam a escala como parte da fase de testes.

### **3.4 Consumo colaborativo**

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas(2017) o capitalismo consciente tem transformado a economia global, já que tem substituído o princípio “perverso” do hiperconsumo e sucesso financeiro a qualquer custo pela economia colaborativa baseada no compartilhamento de bens e serviços. Tal movimento é baseado em quatro princípios básicos: (a) massa crítica; (b) capacidade

ociosa; (c) crença nobem comum e; (d) confiança entre desconhecidos, entretanto, a questão de importância é dimensionada pelo sistema adotado (BOTSMAN;ROGERS,2009).

Costa (2015) esclarece que a economia colaborativa não é uma novidade, já que diz respeito a práticas já bastante conhecidas como o hábito de pegar algo emprestado com um vizinho ou parente, de pedir caronas, de organizar a chamada “vaquinha”, dividir o espaço de trabalho com um colega, hospedar amigos, entre outras práticas. Entretanto, tais situações, normalmente eram realizadas entre pessoas conhecidas ou coordenadas por instâncias superiores ou confiáveis, como o Estado; agora passam a ser concretizadas entre desconhecidos e em escala global, requerendo confiança e infraestrutura tecnológica da internet. Para Costa (2015, p. 3) “[...] a face mais conhecida da economia colaborativa talvez seja o financiamento coletivo, ou *crowdfunding*, que consiste em uma repaginação da antiga vaquinha”.

## **4 SIMULAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO**

### **4.1 Apresentação do aplicativo**

A proposta do modelo de negócio constitui-se em um aplicativo nomeado *Workfire*, que possui versões para dispositivos móveis e aplicação web. Este é voltado para a área de consumo colaborativo, sendo que o seu uso está voltado especificamente para pessoas que desejam ofertar, contratar ou realizar troca de serviços. Os tipos de serviços são diversos e de qualquer natureza, e poderão ser inseridos pelos usuários no aplicativo, apenas citando a qual categoria ele pertence. O objetivo é prover um ambiente virtual e dinâmico, onde usuários possam publicar os serviços que oferecem, realizar busca de serviços por nomes ou categoria, e ainda, realizar troca de serviços através de negociações *online*.

O *Workfire* foi idealizado tendo em vista a criação de oportunidade para as pessoas físicas e jurídicas. No perfil de pessoas físicas, o aplicativo é voltado para os que prestam determinados serviços e encontram dificuldade em captar clientes, pessoas que desejam contratar serviços, e também pessoas que procuram economizar realizando trocas de serviços com outros interessados. Para as pessoas

jurídicas, o aplicativo oferece a possibilidade de contratação de pessoas físicas prestadoras de serviços temporários ou, também, permanentes.

Afim de identificar as plataformas já existentes no mercado, que se assemelham ao modelo de negócio proposto, realizou-se um levantamento preliminar na internet, utilizando-se a plataforma *google.com*. A partir dos resultados, foram encontradas as seguintes soluções: Troca Digital, Mão de Obra, *Bllive*, *Winwe*.

Observadas as soluções encontradas, elaborou-se um quadro comparativo (quadro 2) apresentando um breve detalhamento das funcionalidades dos demais aplicativos em comparação com o aplicativo *Workfire*.

Quadro2 – Quadro comparativo entre *Workfire* e outros aplicativos.

Características	Aplicativos semelhantes				
	Troca Digital	Mão de Obra	Bllive	Winwe	WorkFire
Plataforma Web			X	X	X
Pessoa Física	X	X	X	X	X
Pessoa Jurídica					X
Oferta de Serviço	X	X	X	X	X
Troca de Serviço			X	X	X
Demanda de Serviço	X	X	X	X	X
Obtenção de lucro pelo aplicativo	X				X
Carteira online	X		X	X	X

Fonte: Elaborado pelos autores.

A partir do quadro comparativo, foi possível realizar as seguintes constatações:

a) o Aplicativo *Workfire* em comparação aos demais, apresenta a possibilidade da realização de troca de serviços entre os usuários, e esta característica apresenta-se como um dos principais destaques entre os demais aplicativos. Essa opção permite aos usuários, realizar negociações visando a economia;

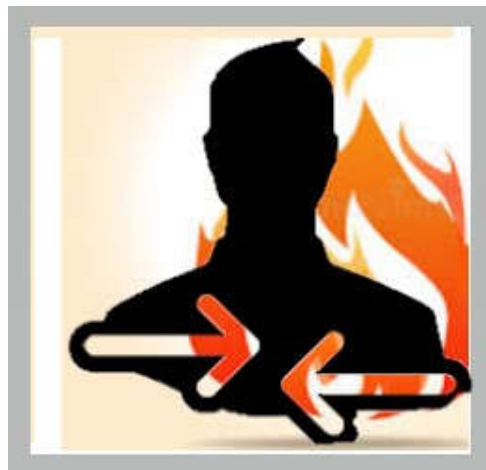
b) a alternativa de utilização do aplicativo em dispositivos móveis provê a facilidade de mobilidade aos usuários. Entretanto, a viabilidade de usar o aplicativo em computadores ou *notebooks* expande o alcance aos demais públicos que preferem essas tecnologias;

c) a utilização de uma carteira *online* no aplicativo *Workfire* tem a vantagem de proporcionar mais segurança nas transações realizadas pelos usuários, garantindo maior segurança nas transações;

d) o aplicativo *Workfire*, também possibilita o cadastro de pessoas jurídicas como contratante de serviços, o que torna o negócio mais interessante para o público que procura prestar serviços para empresas.

A escolha do nome *Workfire* motivou-se pela difícil situação observada atualmente no mercado de trabalho. A tradução do nome para o português, refere-se ao termo “aquecer o mercado”, que é o objetivo esperado do aplicativo: oferecer a trabalhadores mais oportunidades, serviços aos interessados e a opção de troca de serviços entre os clientes.

Figura 1 – Logomarca do aplicativo *Workfire*



Fonte: Elaborado pelos autores.

#### **4.2 Descrição da forma como a startup irá criar, entregar e capturar valor.**

Descreve-se neste item os nove blocos do modelo Canvas do aplicativo *Workfire*: Seguimento de clientes; proposições de valor; canais; relacionamento com clientes; fonte de receitas; recursos chaves; atividades chave; parcerias chave; estrutura de custos.

O seguimento de clientes do aplicativo *Workfire* inclui: a) pessoas que demandam serviços de qualquer espécie; b) pessoas que ofertam serviços diversos; c) empresas que demandam serviços diversos ou trabalhadores temporários.

Como proposição de valor, o aplicativo oferece: a) oportunidade de trabalho; b) serviços diversos; c) uma forma de renda alternativa e visibilidade profissional; d) profissionais qualificados; e) possibilidade de realizar trocas de serviços; f) facilidade e rapidez de acesso a profissionais qualificados.

Para promover os canais de contato com o cliente, o aplicativo *Workfire* utiliza-se de um site com versão do aplicativo para web, aplicativo para dispositivos móveis, e-mail SAC (serviço de atendimento ao cliente) e contato através de página da rede social digital Facebook Ads. O aplicativo também pode ser encontrado nas principais lojas de aplicativos: “Google Play” e “Apple Store”.

Para manter e estimular o relacionamento com os clientes, o aplicativo *Workfire* oferece um ambiente automatizado, que concede descontos iniciais nas primeiras transações realizadas, descontos progressivos de acordo com o nível de utilização e visibilidade progressiva ao decorrer das transações realizadas.

As fontes de receita referem-se: a) a taxa de inscrição dos usuários com o valor fixo de R\$80,00; b) taxas cobradas por transações realizadas (serviços prestados e troca de serviços). No caso de serviços prestados ou contratados, será cobrada a porcentagem 10% do total do valor do serviço, e no caso das realizações de trocas de serviços, será cobrado o valor de 5% do valor total do serviço.

O aplicativo *Workfire* demandará os seguintes recursos-chaves: dois responsáveis pelo gerenciamento do negócio e da aplicação, um pelas comunicações com o cliente (SAC), e outro para realizar as transações financeiras. Em relação à infraestrutura serão necessários: a) uma sala contendo quatro computadores e infraestrutura de rede para conexão com a internet; b) os serviços de hospedagem em nuvem; c) provedor de internet e suporte ao aplicativo.

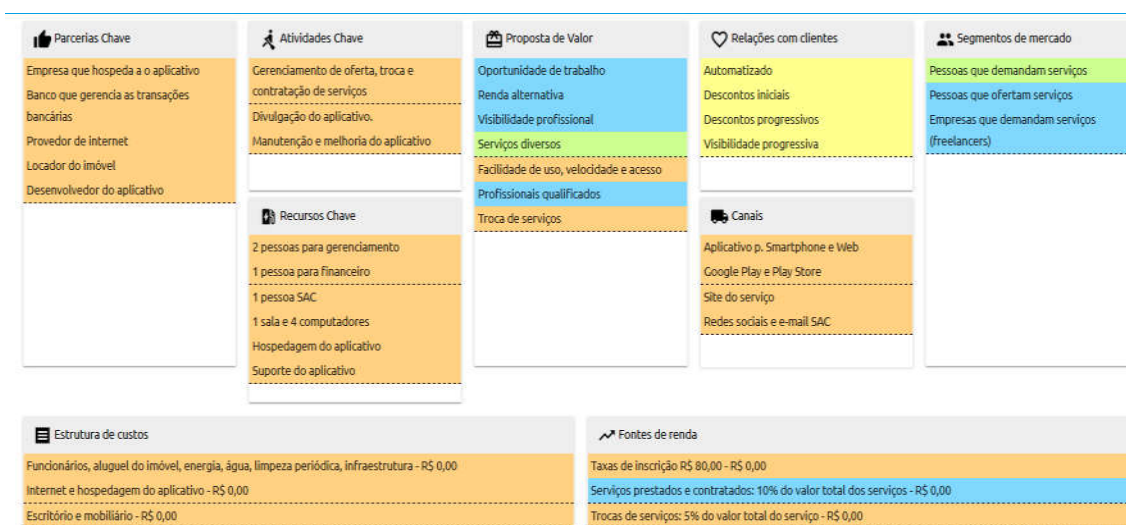
As atividades-chaves do negócio compreendem: a) manutenção do aplicativo; b) gerenciamento de ofertas, trocas e contratação de serviços; c) e a divulgação do aplicativo.

Os parceiros-chaves do negócio serão os seguintes: a) empresa que hospeda o aplicativo; b) banco para gerenciamento das transações bancárias; c) operadora de internet; d) locador do imóvel; e) desenvolvedor do aplicativo.

Os custos pressupostos para a execução do negócio abrangem: a) remuneração dos funcionários; b) aluguel do imóvel; c) gastos com energia e água para o ambiente; d) hospedagem do aplicativo; e) gastos gerais com materiais de escritório; f) mobiliário da sala.

O modelo de negócio apresentado no quadro 3, está representado por meio da metodologia Canvas, que apresenta a contextualização do negócio. Essa modelagem, permite uma análise e visualização de como o modelo irá atuar no mercado.

Quadro 3 – Modelo de Canvas da proposta de negócio:



Fonte: Elaborado pelos autores.

### 4.3 Definição do público interessado e a forma de utilização do produto/serviço.

Afim de simular o perfil do público de interesse do aplicativo, foi utilizada uma ferramenta da qualidade denominada *brainstorming* (chuva de ideias). Em seguida, foram desenvolvidos dois quadros de hipóteses (quadro 4 e 5). No (quadro 4) pode-se observar os tipos de perfis que ofertam serviços.

Quadro4: Simulação de perfis e interesses de usuários - Oferta de serviços

	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5
<b>Nome</b>	Lucas	Paulo	Maria	Lucia	Emerson
<b>Idade</b>	18	25	40	30	30
<b>Sexo</b>	Masc.	Masc.	Fem.	Fem.	Masc.
<b>Classe social</b>	D	C	E	D	D
<b>Ocupação</b>	Estudante	Motorista de Taxi	Vendedora de produtos de beleza	Professora	Tec. de informática
<b>Frase de vida</b>	Minha vida é Rock in Roll.	De passageiro em passageiro eu chego lá.	Toda hora é hora de negociar.	A educação tem a nobre tarefa de preparar as novas gerações.	Sempre há um computador precisando de você!
<b>Interesses</b>	Venda de aulas de música e violão / guitarra.	Transporte de passageiros	Venda de cosméticos.	Aulas particulares.	Manutenção e configuração de computadores.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O (quadro 5) apresenta a simulação dos perfis dos usuários que possuem o interesse em demanda de serviços

Quadro5: Simulação de perfis e interesses de usuários - Demanda de serviços

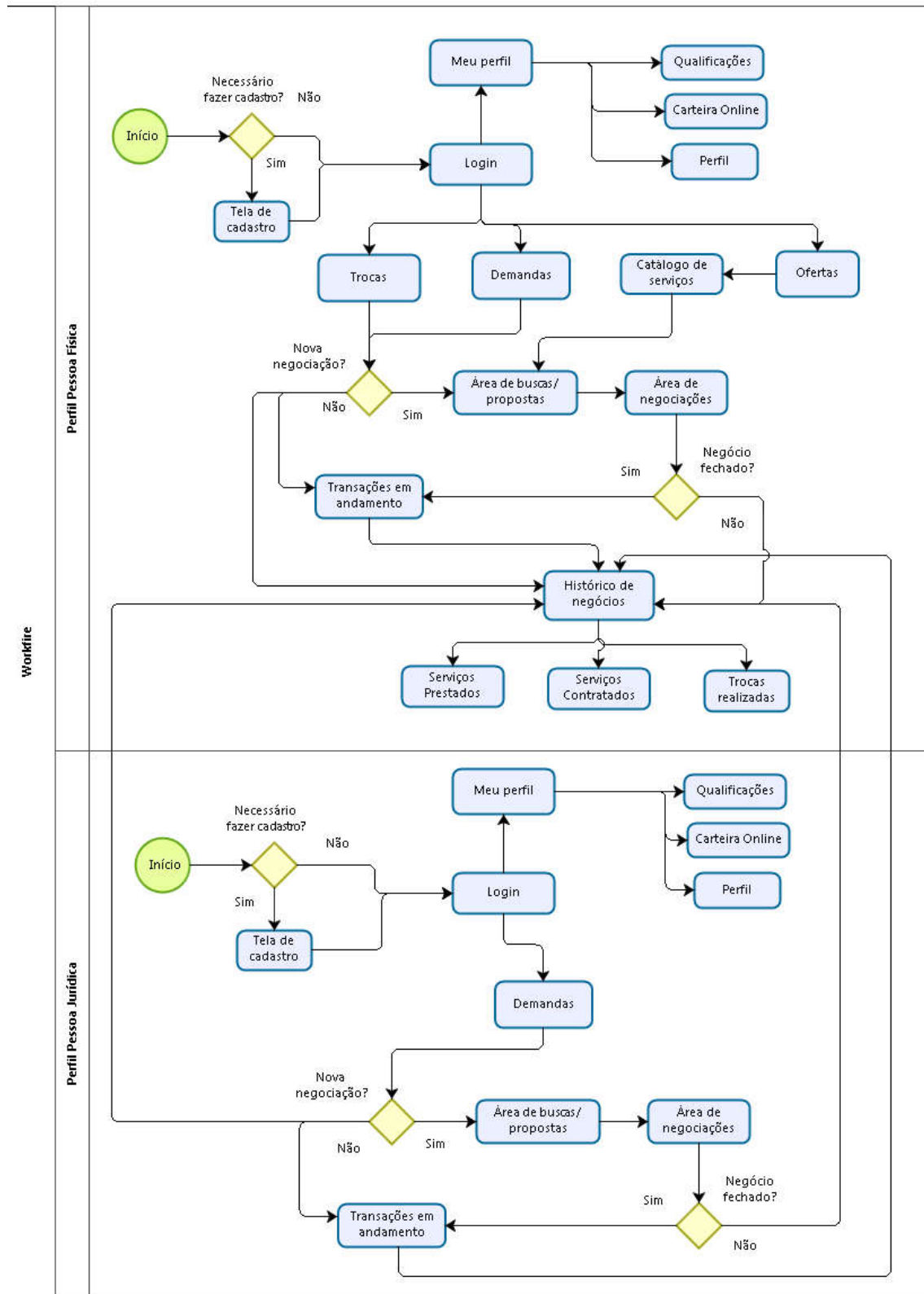


	<b>Perfil 1</b>	<b>Perfil 2</b>	<b>Perfil 3</b>	<b>Perfil 4</b>	<b>Perfil 5</b>
<b>Nome</b>	Ruth	Joaquim	Tatiana	ARP Cervejaria Artesanal	SpeedMax Entregas
<b>Idade</b>	50	50	45	-	-
<b>Sexo</b>	Fem.	Masc.	Fem.	-	-
<b>Classe social</b>	D	C	C	Porte: Micro empresa	Porte: Microempreendedor individual
<b>Ocupação</b>	Dona de casa.	Aposentado	Veterinária	Ramo: Distribuição de bebidas	Ramo: Transportador
<b>Frase de vida</b>	Só um marido de aluguel para resolver os meus problemas.	Minha casa é minha vida.	Eu amo os animais.	Porque esperar sexta-feira se você pode ter cerveja todo dia.	Desesperar pra que, nós entregamos para você.
<b>Interesses</b>	Eletricista, bombeiro, pintor.	Jardineiro.	Babá temporária.	Carregadores temporários.	Moto boy / Office boy.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para definir a forma de utilização do aplicativo *Workfire*, desenvolveu-se um diagrama de fluxo que simula as funcionalidades do aplicativo (diagrama 1). Neste fluxo é possível observar que o perfil de pessoa física apresenta as opções de trocas e ofertas de serviços, enquanto o perfil de pessoa jurídica apresenta somente a opção de demanda de serviços.

Diagrama 1: Simulação de fluxo do aplicativo *Workfire*

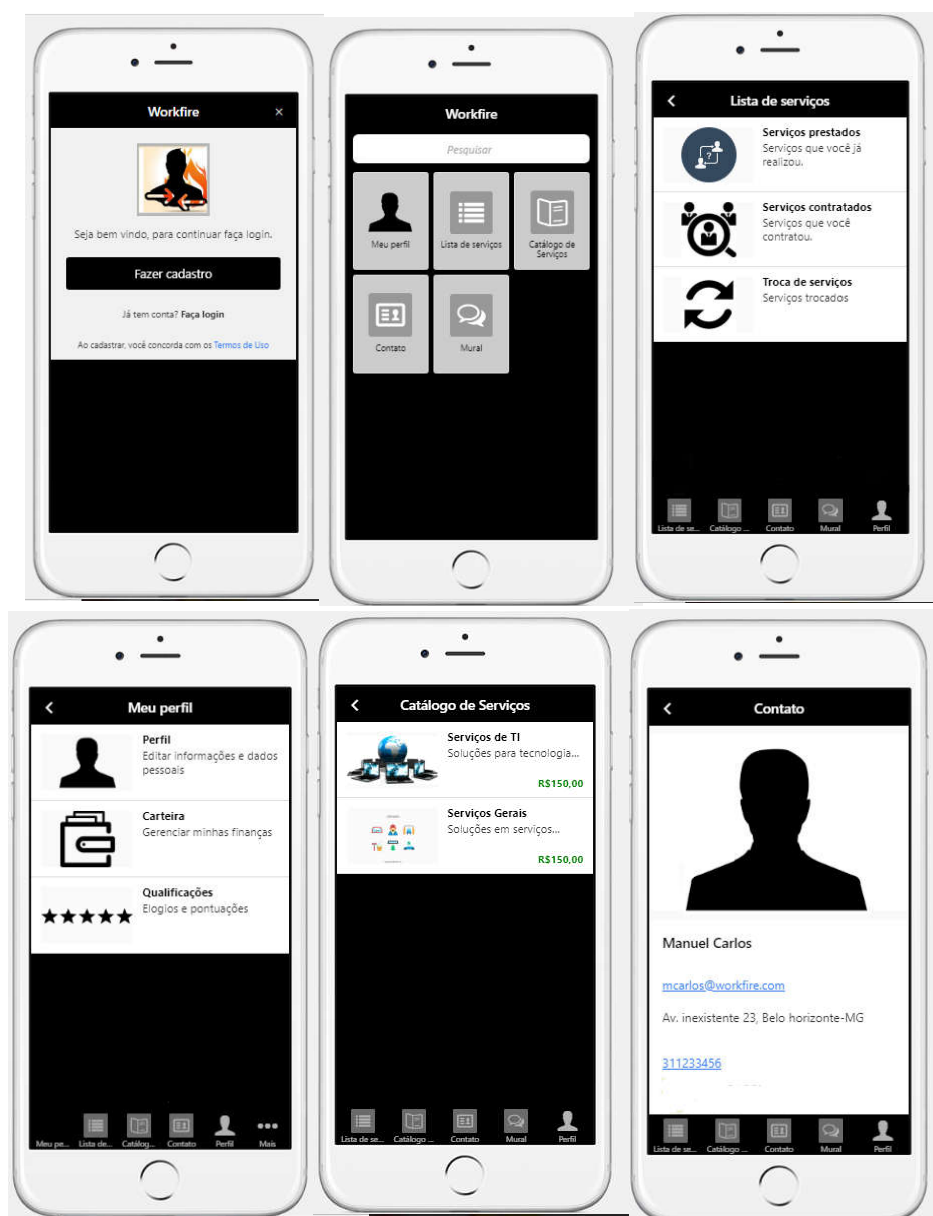


Fonte: Elaborado pelos autores.

O aplicativo *Workfire* possui versão para dispositivos móveis que apresenta telas com ícones de fácil compreensão. Entre as principais telas destacam-se a tela de perfil do usuário, que possui os dados particulares e sua qualificação nas transações realizadas, e a tela de lista de serviços, onde são encontradas as opções de serviços prestados, serviços contratados e troca de serviços.

A seguir são apresentadas as principais telas do protótipo do aplicativo *Workfire* em sua versão para smartphone:

Figura 2- Telas principais do aplicativo



Fonte: Elaborado pelos autores.

## 5 CONCLUSÃO

Este trabalho teve o propósito de agregar conhecimento em relação ao desenvolvimento de um modelo de negócio com a utilização do Modelo Canvas, que possibilita desenvolver a estrutura de um modelo de negócio de forma rápida e organizada. Para isso, foram utilizados nove blocos que descrevem em cada um de seus blocos: a lógica de criação, entrega e captura de valor por parte do negócio.

Também teve-se como objetivo do estudo apresentar o conceito de *startups*, um modelo recente de negócios que apresenta características de crescimento rápido e constante em ambientes de grande incerteza.

Buscou-se compreender o conceito de empreendedor no contexto atual do desenvolvimento econômico. O empreendedor encontra-se atento as novas possibilidades de negócio, alternando a condição atual de algo já existente e focando na inovação e criação de valor.

O aplicativo *Workfire* surgiu a partir da observação da necessidade de trabalho enfrentada pelos trabalhadores em tempos de crise, onde a escassez de empregos dificulta a busca por oportunidade de trabalho. A partir disso, o aplicativo oferece como benefício a possibilidade de ganhos através da realização de trocas, contratação e prestação de serviços entre os usuários, gerando lucro para ambas as partes envolvidas nas transações.

Faz-se necessário apontar que este trabalho trata-se apenas da simulação de uma proposta de negócio, não tendo sido realizada uma pesquisa de campo para a apresentação dos perfis dos possíveis clientes. Objetivou-se a utilização de uma metodologia de prototipagem que possibilitou a criação do fluxo de uso do aplicativo e as principais telas de navegação, também propiciando o levantamento de hipóteses do perfil dos clientes em potencial.

Desta forma, pelo estudo realizado neste trabalho este protótipo indica que a sua utilização propicia uma solução ao problema que pretende resolver, trazendo segurança para os seus utilizadores, além do que o seu desenvolvimento o motiva a implicação de todos os seus integrantes, o que significa a verdadeira apropriação do negócio.

Sugere-se que em um próximo estudo que o protótipo seja desenvolvido e apresentado ao cliente, para análise de sua aceitação/reação.

## REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Th!nking**. Porto Alegre: Bookman, 2011, 200p.

CIRIBELLI, Marilda Corrêa. **Como elaborar uma dissertação de mestrado através da pesquisa científica**. Rio de Janeiro: Viveiros de Castro, 2003, 221p.

Bahia. Ministério Público. Corregedoria-Geral Plano Diretor da Corregedoria-Geral 2016-

2019 / Ministério Público do Estado da Bahia. Corregedoria-Geral. - Salvador: Ministério Público do Estado da Bahia, 2015

BARBIERI, José Carlos. **A contribuição da área produtiva no processo de inovações tecnológicas**. RAE. V.37, n.1, jan/mar. 1997.

BARBIERI, José Carlos. **Os inventores no Brasil**: Tipos e modalidade de incentivos. RAE, v. 39, n.2, abr/jun. 1999

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Bookman Editora, 2009. Acesso em 27 de Maio de 2018.

COSTA, Ramon Bezerra. Sobre o papel da confiança e das tecnologias digitais de comunicação nas experiências de economia colaborativa. **UFRJ. Anais dos Seminários dos Alunos do PPGAS–Museu Nacional–UFRJ**, v. 7, 2015.<<http://www.seminariodosalunos.com/pdf/2015/ramon-bezerra.pdf>>. Acesso em 27 de Maio de 2018

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 217 p.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo**: Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro. Elsevier, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo**: Conceitos e aplicações. Revista de Negócios, Blumenau, v. 9, n. 2. P. 81-90, abril/junho 2004.

Dosi, G. **‘Technological paradigms and technological trajectories**: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change’. Research policy, vol. 11, 1982. pp. 147-162.

DULLIUS, Andréia Cristina; SCHAEFFER, Paola Rucker. As capacidades de inovação em startups: considerações iniciais. In: **XVI Congresso Latino-iberoamericano de Gestão da Tecnologia**, 2015, Porto Alegre, 2015.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup**. Revista Exame, 2010. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-uma-startup/> >. Acesso em: 06 mar. 2018.

Global Entrepreneurship Monitor. (2016). Empreendedorismo no Brasil. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>

GRUBER, M.; MACMILLAN, I.C.; THOMPSON, J.D. Look before you leap: market opportunity identification in emerging technology firms. *Management Science*, v. 54, n. 9, p. 1652-1665, 2008.

HISRICH, Robert; PETERS, Michael; SHEPHERD, Dean. **Empreendedorismo**. Porto Alegre, 2014. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=r-q\\_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo&ots=Mvyf\\_Mh1zG&sig=taSa15p0fNcgo9DvZpFqXPoWmfw#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=r-q_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo&ots=Mvyf_Mh1zG&sig=taSa15p0fNcgo9DvZpFqXPoWmfw#v=onepage&q=empreendedorismo&f=false). Acesso em: 7 jun. 2016

HUNT, R.A. Entrepreneurial tweaking: na empirical study of technology diffusion through secondary inventions and design modifications by start-ups, *European Journal of Innovation Management*, v. 16, n. 2, p. 148-170, 2013.

LISBOA, Erika; SILVA, L. C. O. S. A aplicabilidade do plano de negócios às startups, *Brasília*, v. 5, n. 2, p. 25-34, Jul./dez. 2015.

LOBO, Edson J. R. Curso de engenharia de software. São Paulo: Digerati Books, 2008, 112p.

MELO, Herbart dos Santos; *Dicionário Tecnologia e Inovação / Herbart dos Santos Melo, Leonardo Costa Leitão (org.)* – Fortaleza: SEBRAE, 2010. 120 p.

MORAES, RINALDO RIBEIRO et al. Empreendedorismo Start Up: um Estudo de Caso em uma Empresa de Tecnologia no Estado do Pará. **Simpósio de Excelência em Gestão e tecnologia**, 2012.

Mytelka, L. **A role for innovation networking in the other 'two-thirds**. *Futures*, July/ August, 1993.

NACIONAL, Sebrae. **Economia colaborativa é oportunidade para os pequenos negócios**: Do transporte urbano à saladinha, a economia colaborativa é para valer. E as oportunidades que ela oferece também, 2017. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/economia-colaborativa-e-oportunidade-para-os-pequenos-negocios,9507a62a558c6510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em 27 de Maio de 2018.

OSTERWALDER, PIGNEUR. **Business Model Generation: inovação em modelos de negócios**. Alta Books Editora, 2013, p. 44. Acesso em 3 de abril de 2018 <<http://brazil.enactusglobal.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Business-Model-Generation.pdf>>

PIMENTA, Marcelo Severo. **O quadro de modelo de negócios**: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios, 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/be606c09f2e9502c51b09634badd2821/\\$File/4439.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/be606c09f2e9502c51b09634badd2821/$File/4439.pdf)>. Acesso em 3 de abril de 2018

RIES, Eric. *A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas*. São Paulo: Lua de Papel, 2012.

SCHMIDT, Serje; BOHNENBERGER, Maria Cristina. **Perfil Empreendedor e Desempenho Organizacional**. Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07>

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é Design Thinking de serviços: Fundamentos – Ferramentas – Casos**. Porto Alegre: Bookman Editora LTDA, 2014.