Trabalhos da Tarde

Conceito de Inovação e Modelo Canvas

O Professor Marcos Augusto Vasconcellos iniciou os trabalhos da tarde recapitulando alguns conceitos em Inovação de Modelo de Negócio. Aproveitou para recomendar e citar os principais autores e suas obras relativas ao tema:

Adrian L. Slyvotzk - Value Migration e The Profit Zone
Gary Hamel - Leading The Revolution
W. Chan Kim e Renneé Mauborgne - Blue Ocean Strategy
Cleyton Christensen - The Innovator´s Dilemma, The Innovator´s Solution, Seeing What´s Next e The Innovator´s Prescription.

Defendeu também o uso do Modelo Canvas como ferramenta para se visualizar, de forma prática e simplificada, o modelo de inovação e facilitar a retenção.

Caso Embraer

Na sequência, entrou em cena o professor Morais Rego que focou o caso da Embraer, complementando o que o Sandro Valeri já havia apresentado.

Num primeiro momento, classificou a inovação em dois grandes grupos: as sustentadoras aquelas que alicerçam o core business "que representam a obrigação da empresa em manter-se viva num mercado competitivo" e a inovação de ruptura (também chamadas de "disruptivas" ou rompedoras): "é quando a empresa faz algo que não fazia antes ou que não obtinha os melhores resultados, e a partir de uma inovação radical começa a crescer ou mesmo criar um novo modelo de negócio. Como exemplo, temos o caso da Embraer quando entrou na aviação comercial", explica Moraes Rego.

Saiba Mais:

Modelo Canvas

O Business Model Canvas é uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes, tendo pré-formatadas as principais áreas. Esse modelo foi inicialmente proposto por Alexander Osterwalder.

O professor Marcos sugeriu para o modelo Canvas em Inovação, cinco grandes áreas:

A. Clientes e Mercados (segmentos de consumidores, relação com os mesmos e canais)
B. Proposta de Valor
C. Atividades/Processos/Redes (atividades chave, processos, redes, recursos chave, fornecedores e parceiros chave)
D. Pessoas
E. Viabilidade Financeira (recursos financeiros, estrutura de custos e fluxo de receitas)



Com o Canvas, uma empresa pode facilmente descrever seu modelo de negócios, de forma simplificada e de fácil visualização. Pode ser impresso numa grande superfície para grupos de pessoas começarem esboçar e discutir elementos do modelo de negócio com lembretes em post-it ou marcadores para quadro branco. É uma ferramenta que fomenta o entendimento, a discussão, a criatividade e a análise.

O professor defende que as inovações “disruptivas” para darem certo devem fazer uso de quatro ciclos:
1. tecnologia sofisticada
2. modelo inovador/ baixo custo
3. ecossistema economicamente coerente e colaborativo,
4. ambiente regulatório e de padrões de negócios que facilitem as mudanças.

Bate Bola com os participantes

O Fórum de Inovação teve como última etapa um animado bate-bola entre participantes, no qual todos puderam expor suas opiniões, dirimir dúvidas e lançar novos questionamentos. Confira os melhores momentos a seguir:

Embraer

Antonio Carlos Teixeira Álvares: “Às vezes o produto é tão diferente que cria um novo mercado. No caso da Embraer, por exemplo, a forma de montar o avião, com parceria de risco, mudou o modelo de negócio. O 170 é revolucionário, sensacional e atingiu um ponto até então não atingido. O mercado já existia, mas estava mal atendido. É um modelo de oceano azul, mas não é um novo mercado, não é um não-mercado. O modelo de negócio, no meu modo de entender, atinge o não-mercado. A pessoa nem era consumidora e eu a faço ser por trazer algo totalmente novo. Para mim, 70/110 com os dois lugares, é “o” produto. Quero aproveitar para defender que inovação não é o novo absoluto. De acordo com o manual de Oslo, inovação é o novo para a empresa. Se ela não fazia assim até aquele momento, ela inovou, independentemente de ter feito o que outros já fizeram. Se eu coloco na minha empresa o SAP, e antes eu não tinha, eu inovei. Isso foi uma discussão longa que decorreu desde o manual de Frascati até a última versão do Manual de Oslo, que diz o seguinte: A inovação é aquilo que o novo traz de resultado. Então, divide a inovação em dois tipos: World Innovation, que é a inovação absoluta e o Firm Innovation, que é a inovação da firma. Muitas vezes, pensamos que inovação tem que ser algo absoluto. Nós somos administradores de empresas, inovar é sair da inércia”.

