

## **Business Model Canvas: aplicando o conceito de modelo de negócios à tecnologia Agritempo 2.0**

Renan Primo<sup>1</sup>

Martha Delphino Bambini<sup>2</sup>

Este trabalho tem por objetivo apresentar e descrever a ferramenta *Business Model Canvas* e aplicá-la à tecnologia “Sistema de Monitoramento Agrometeorológico – Agritempo 2.0”, desenvolvida pela Embrapa Informática Agropecuária e pelo Centro de Pesquisas Meteorológicas e Climáticas Aplicadas à Agricultura (Cepagri) vinculado à Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). A versão 2.0 deste sistema foi lançada em 2014 como resultado do projeto “Aperfeiçoamento e evolução do sistema Agritempo: foco em ferramentas móveis, Web 2.0, WebGIs e estratégias de disseminação da tecnologia”.

A utilização do termo “modelo de negócios” é relativamente recente. De acordo com Orofino (2011), o vocábulo começou a ganhar destaque em meados da década de 90 com o advento da internet e o surgimento das empresas “pontocom”. Atualmente o termo tem recebido destaque na literatura de gestão sob diversas abordagens. No entanto, não existe um consenso relativo à definição de um modelo de negócios que vem sendo descrito na literatura por diferentes características e variados componentes.

De acordo com Johnson et al. (2008), um modelo de negócios é constituído por quatro blocos que descrevem a forma pela qual uma empresa cria e entrega valor aos seus clientes. Os blocos são: proposição de valor do consumidor, fórmula do lucro, recursos-chave, processos-chave. Em contrapartida, um modelo de negócios, segundo Osterwalder e Pigneur (2011), consiste na descrição simplificada das atividades de oferta de produtos e

---

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Campinas (Unicamp)

<sup>2</sup> Embrapa Informática Agropecuária

serviços de uma organização, a fim de apoiar a realização de negócios sob condições de incerteza. A análise descrita neste trabalho se utiliza desta abordagem.

Osterwalder (2004) desenvolveu um estudo detalhado de variadas abordagens descritas na literatura e construiu uma teoria baseada em nove blocos descritivos de modelos de negócios. Os referidos blocos são:

- a) O segmento de clientes.
- b) A proposta de valor.
- c) Os canais (comunicação, distribuição e vendas).
- d) O relacionamento com os clientes.
- e) As fontes de receita.
- f) Os recursos-chave.
- g) As atividades-chave.
- h) As parcerias estabelecidas.
- i) A estrutura de custos.

Essa síntese foi ampliada pelos autores, com a criação de uma nova forma de representação, chamada *Business Model Canvas* (BMC) que permite fácil descrição, visualização, análise e alteração de modelos de negócios e facilita o trabalho colaborativo entre equipes multidisciplinares (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

Para analisar a tecnologia foi aplicado o formulário de qualificação de tecnologias (ROCHA et al., 2009) amplamente utilizado na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). O objetivo dessa análise foi elaborar um estudo detalhado da tecnologia Agritempo, levantando dados sobre:

- a) Estado da proteção da propriedade intelectual.
- b) Parcerias desenvolvidas.
- c) Estágio de desenvolvimento.
- d) Potencial de mercado (público-alvo, mercado potencial, elos da cadeia produtiva, concorrentes, etc) e modalidade de introdução ao mercado (forma de disponibilização da tecnologia).

Após o preenchimento do formulário, foi elaborado o quadro *BMC* a partir de duas reuniões de trabalho promovidas com a participação dos membros da equipe do projeto Agritempo atuando em Comunicação, Transferência de Tecnologia e Pesquisa e Desenvolvimento. Os participantes ofereceram colaborações e *insights* visando à confecção do quadro e de modelos de negócios alternativos. Algumas informações compartilhadas nas reuniões envolveram:

- a) Detalhamento sobre o funcionamento da tecnologia.
- b) Parcerias estabelecidas.
- c) Clientes potenciais.
- d) Demandas, entre outras.

A utilização do quadro *Canvas* para a análise de modelos de negócios possíveis de uma tecnologia é relevante, especialmente quando se pretende promover uma discussão envolvendo grupos multidisciplinares como a equipe técnica que desenvolveu a tecnologia e a equipe de comunicação e transferência de tecnologia. A participação da equipe técnica na elaboração do modelo de negócios, permite a troca de informações sobre:

- a) As atividades-chave relacionadas à disponibilização da tecnologia.
- b) Os públicos de interesse envolvidos.
- c) Aspectos essenciais ao funcionamento da tecnologia.

No caso do sistema Agritempo, o modelo de negócios evidenciou que os parceiros são essenciais ao funcionamento da tecnologia, pois fornecem dados meteorológicos que sustentam e fortalecem a base de dados do sistema, a partir da qual são gerados os produtos agrometeorológicos por ele disponibilizados.

As principais vantagens do emprego da abordagem *BMC* é a possibilidade de visualizar, de forma simples e clara, os principais aspectos relacionados à tecnologia e sua disponibilização do mercado. Os referidos aspectos são:

- a) A proposta de valor a ser oferecida.
- b) Os segmentos de clientes a serem atendidos.
- c) Os parceiros-chave.
- d) Os relacionamentos a serem desenvolvidos e mantidos e bem como as atividades-chave para a sustentação do negócio.

Alguns limitantes desta abordagem são: o detalhamento limitado e o tempo dispendido, caso sejam necessárias muitas reuniões.

A utilização da metodologia *Canvas* proporcionou à equipe de Transferência de Tecnologia do projeto Agritempo 2.0 uma visualização clara dos aspectos mercadológicos relacionados ao “Sistema de Monitoramento Agrometeorológico – Agritempo 2.0” com a identificação de vários públicos de interesse, algo que a princípio não estava bem claro. Da mesma forma, foram identificados novos mecanismos e canais de distribuição e possíveis

diferenciais de mercado, como a possibilidade de lançar aplicativos mobile em agrometeorologia.

Palavras-chave: *Business model*, modelo de negócios, *Canvas*, agrometeorologia, Agritempo.

## Referências

JOHNSON, M. W.; CHRISTENSEN, C. M.; KAGERMANN, H. Reinventing your business model. *Harvard Business Review*, v. 86, n. 12, p. 57-68, 2008.

OROFINO, M. A. R. **Técnicas de criação do conhecimento no desenvolvimento de modelos de negócio**. 2011. 233 p. Dissertação (Mestrado) - Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

OSTERWALDER, A. **The Business model ontology**: a proposition in a design science approach. 2004. 172 p. Thesis (Docteur en Informatique de Gestion) - Ecole des Hautes Etudes Commerciales, University of Lausanne, Lausanne.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business model generation** - inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. 300 p.

ROCHA, D. T. da; SLUSZZ, T.; CAMPOS, M. M. Metodologia de qualificação de produtos: caso Embrapa de avaliação e indicação da modalidade de negócio para transferência de produtos. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE PARQUES TECNOLÓGICOS E INCUBADORAS DE EMPRESAS, 19.; FORUM GLOBAL DE INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO, 3., Florianópolis, 2009. [Anais...]. Brasília, DF: Sebrae, 2009. Não paginado.