

RESUMO EXPANDIDO NÃO ESTRUTURADO

(Relato de Caso)

Aplicação da metodologia *Lean Canvas* no processo de desenvolvimento da inovação *iLook*

Application of the Lean Canvas methodology in the iLook innovation development process

Aplicación de la metodología Lean Canvas en el proceso de desarrollo de la innovación iLook

Maria Vitória Cavalheiro Berlofa¹, Yara Natércia Lima Faustino de Maria¹, Daniela Leite Jabes^{1*}

INTRODUÇÃO

Inovação pode ser descrita como a introdução de novas abordagens e ideias em uma determinada área de atuação e está intrinsecamente ligada ao progresso e a competitividade de empresas, uma vez que novas *startups* emergem a partir de ideias inovadoras, gerando vantagens competitivas com base no que ela tem a oferecer. Com isso, no contexto empresarial, os conceitos de inovação e empreendedorismo estão intimamente interligados ¹.

O mercado de moda no Brasil tem amplo crescimento tanto no vestuário quanto em acessórios, com expectativa de crescimento anual de 12,3% até 2026 ². No decorrer deste ano, 2023, estima-se que as vendas atinjam aproximadamente 7,55 bilhões, superando os registros de 2019, com um crescimento de 4,9% ³. De acordo com um estudo divulgado pelo CupomValido, com dados da Statista, a maioria dos brasileiros (79%) opta por fazer compras em lojas físicas, enquanto 18% preferem o comércio *online* e 3% a venda direta. Isso reflete, possivelmente, na falta de padronização de tamanhos e numerações, resultando em uma experiência desagradável para os clientes ⁴. Em contrapartida, nos EUA, esse cenário é inverso, já que o item mais comprado de forma *online* são as roupas, seguidas pelos eletrônicos, conforme demonstraram estudos da revista *Women's Wear Daily*, de 2023 ⁵.

Nesse cenário, verificou-se a oportunidade para o desenvolvimento e aplicação de uma solução capaz de unir agilidade, escolha ideal de roupas e praticidade para tornar a experiência de compra mais rápida, agradável e, sobretudo, em um pano de fundo seguro, que funcione como *marketplace* disponível em aplicativo de *smartphones*. Além disso, a proposta promoverá o desenvolvimento do comércio local, trazendo praticidade e inovação aos lojistas e consumidores.

O *Lean Canvas* é uma ferramenta derivada do *Business Model Canvas* (BMC), modelo de modelagem de negócios amplamente difundido nos ecossistemas de inovação. O *Lean Canvas* é comumente utilizado

¹ Universidade de Mogi das Cruzes (UMC), Mogi das Cruzes, SP, Brasil. *E-mail: mariavitoriacavalheiro@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7297-0784>

<https://orcid.org/0000-0003-4966-3633>

<https://orcid.org/0009-0005-1934-0763>

por *startups* em fase inicial por agregar ao produto idealizado valores para o consumidor e moldar um processo de criação onde as perdas durante o processo são minimizadas. O modelo do *Lean Canvas* ocorre por meio de testes de hipóteses que são validadas dentro do próprio sistema de métricas que permitem a *startup* descobrir quem é seu consumidor e o que ele deseja ⁶.

OBJETIVO

Aplicar a ferramenta *Lean Canvas* na modelagem de negócios para a *startup iLook*, plataforma que une por meio de um aplicativo *marketplace* os lojistas, entregadores e consumidores.

RELATO DE CASO

O *Lean Canvas* é uma ferramenta de suma importância para o desenvolvimento de novas ideias, uma vez que auxilia na simplificação do planejamento, ajuda a definição de hipótese, na economia de recursos, foca no cliente, prioriza a agilidade e adaptabilidade criando uma visão geral do modelo de negócios, destacando seus principais pontos críticos ⁶. Nesse sentido, como parte integrante do processo de avaliação da disciplina intitulada “Empreendedorismo e Inovação”, oferecida pela pós-graduação em Biotecnologia da Universidade de Mogi das Cruzes, os alunos foram estimulados a aplicar o *Lean Canvas* em torno de uma ideia inovadora.

Assim, nossa solução inovadora diz respeito ao desenvolvimento de um sistema de logística perfeitamente integrado a um aplicativo móvel chamado *iLook*, com o propósito de atender às necessidades logísticas entre compradores e vendedores de forma rápida, descomplicada e altamente eficiente. O objetivo da empresa é a entrega do produto como roupas, sapatos e acessórios em um prazo de apenas 1 hora, oferecendo também facilidade para trocas e devoluções, quando necessário. Adicionalmente, o aplicativo contará com uma área exclusiva de atendimento personalizado, aproveitando os dados únicos de cada cliente, a fim de evitar problemas como numerações diferenciadas entre as marcas. Adicionalmente, a plataforma contará com a funcionalidade de comparação de preços, permitindo aos clientes adquirirem roupas e acessórios de maneira segura, ágil e conveniente.

A partir da ideia da solução, a elaboração do *Lean Canvas* foi iniciada, o que consiste na reflexão e preenchimento de nove tópicos, a saber, (i) problema, (ii) solução, (iii) proposta de valor única, (iv) vantagem competitiva, (v) segmentos de clientes, (vi) métricas-chave, (vii) canais, (viii) estrutura de custos e (ix) fontes de receitas⁶. Dessa forma, a ferramenta une as principais ações e reflexões que devem ser levadas em consideração para exercer o funcionamento da *startup* ¹.

O desenvolvimento da *iLook* foi pensado como resposta a um problema comum aos clientes, que diz respeito a falta de acessibilidade para comprar roupas e acessórios de forma rápida, sem a necessidade de visitar uma loja física. Essa dor do cliente parece ser decorrente do estilo de vida atual, que limita o tempo para fazer compras, por exemplo. Além disso, há ocasiões de eventos não planejados, necessidade de economizar, busca por presentes, aversão a experimentar roupas nas lojas ou simplesmente o desejo de comodidade, pois a possibilidade de receber roupas em casa, combinando-as com outras peças já existentes no guarda-roupa, pode ser mais vantajosa do que a tradicional ida à loja física.

Em pesquisa realizada por *Octadesk* e a *Opinion Box*, em 2023, foi traçado o perfil consumidor dos brasileiros e 61% compram mais pela internet; 22% compram mais em lojas físicas; 11% compram igualmente nos dois canais de vendas e só 6% compram apenas pela internet. Além disso, dos entrevistados que compram mais pela internet, 72% compram por encontrarem preços mais baixo e pela praticidade, mostrando o quanto é promissor o investimento nessa área. Em contrapartida, um estudo divulgado pela Statista (2021) verificou que, quando se trata de vestuário, 79% prefere comprar em loja física devido a falta de padronização dos tamanhos e numeração.

Nesse cenário, como parte da solução da *iLook*, além do aplicativo para a compra ágil de roupas e acessórios com entrega em até 1 hora, serviço inexistente no mercado até o momento, também contará com ferramentas para aprimorar a experiência do consumidor. Dessa forma, será incluído atendimento exclusivo ao usuário, que consistirá em uma análise detalhada das preferências de estilo, da imagem que ele deseja transmitir e de todas as suas medidas corporais. Com base nessas informações, será criado um manequim virtual personalizado, o que permitirá recomendar peças conforme o estilo do cliente, nos tamanhos ideais para cada peça de roupa, de modo a diminuir o viés da falta de padronização.

Como proposta única, *iLook* traz praticidade, exclusividade e velocidade em compras de roupas e acessórios, entregando o que o cliente precisa na porta da casa, em menos de 1h. Assim, a vantagem injusta de nossa *startup* é a possibilidade de clientes compararem preços de diferentes lojas de forma acessível, sem sair de casa e, ainda, unir a tecnologia única que permite personalizar recomendações de produtos dos fornecedores parceiros para cada consumidor.

Para tanto, será essencial estabelecer uma logística sólida (Figura 1) que integre perfeitamente o aplicativo aos lojistas, clientes e entregadores. Para alcançar esse objetivo, a primeira etapa da prova de conceito será desenvolver logística e *marketing* para conquistar a adesão dos lojistas à plataforma. Os fornecedores parceiros irão cadastrar seus produtos na plataforma, com todas as especificações necessárias, e contarão com suporte para o desenvolvimento de seu portfólio. Após o estabelecimento dessas parcerias, a segunda etapa tem início, com o *marketing* voltado para atrair a atenção dos clientes e incentivá-los a se registrar na plataforma.

Cabe destacar que o algoritmo personalizado da *iLook* estimulará os usuários a realizarem as compras em lojas cadastradas próximas a sua localização geográfica. Então, entregadores disponíveis e registrados na plataforma irão coletar os produtos diretamente dos lojistas e entregá-los no endereço do comprador. Essa abordagem de vendas proporciona uma experiência conveniente, rápida e exclusiva ao consumidor. Para o lojista, prevemos um aumento nas vendas e a expansão e fidelização de novos clientes. A logística da *iLook* permite benefícios a clientes, lojistas e, também, permite a geração de renda extra aos entregadores.

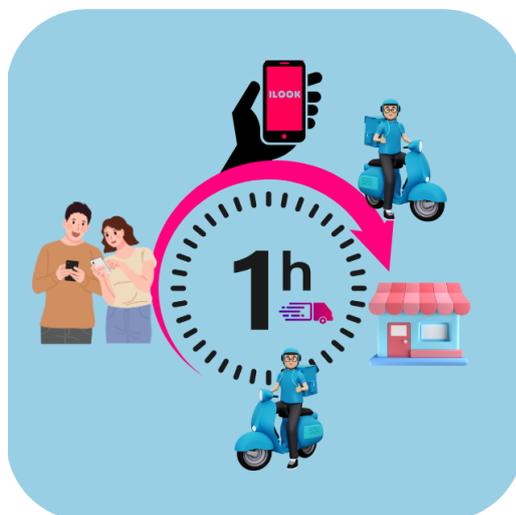
A métrica chave, ou seja, o acompanhamento da performance da *iLook*, será monitorada pela avaliação constante da quantidade de *downloads* do aplicativo, quantidade de instalações e desinstalações e aderência do aplicativo pelos lojistas e entregadores. O monitoramento de vários setores, como parte do modelo de negócios de uma empresa, é essencial para manter o foco em seus objetivos e qualidades¹. Além do estabelecimento de métricas-chave, cabe prever como será realizada a divulgação do negócio e a *iLook* pretende iniciar a publicidade nas redes sociais mais usualmente utilizadas no Brasil, como *FaceBook*,

Instagram, TikTok, Kwai, YouTube e Google. Esse tipo de prática vem sendo comum e oferece vantagens importantes para uma *startup* em fase inicial, visto que a promoção de produtos e serviços nas redes sociais é mais eficaz a longo prazo, além de criar um relacionamento melhor com os clientes por envolvê-los mais através das publicações⁸.

A estrutura de custos fixos, item que refletirá a organização das despesas, como a manutenção da plataforma e filiação com a transportadora responsável pelas entregas, e norteia o planejamento da operação da *iLook* incluirá despesas essenciais como a manutenção da plataforma, investimentos em publicidade e a filiação com os entregadores. Por outro lado, os custos variáveis estarão relacionados ao desenvolvimento contínuo do aplicativo e a estratégias de *marketing* ágeis. A receita será gerada por meio de fontes diversas, que incluirão comissões sobre as vendas de produtos, além de receitas publicitárias. Adicionalmente, será possível oferecer um serviço *premium* de divulgação para revendedores, contribuindo para o aumento das fontes de renda, além da filiação das lojas.

Entretanto, antes de estabelecer a plataforma de vendas, é imperativo validar a viabilidade da logística, que envolverá a realização de testes de vendas em colaboração com um pequeno grupo de lojas, como uma espécie de validação *in loco*. Assim, o projeto piloto envolverá a criação de uma conta virtual no Instagram, para publicar a disponibilidade de atendimento personalizado e peças de roupas para venda, no qual, aos clientes que se interessarem entraremos em contato, oferecendo nossos serviços e ao comprarem, realizaremos a entrega. As peças serão fornecidas por uma loja filiada a marca *iLook* e a entrega ocorrerá por conta própria. Essas medidas iniciais, propostas no *Lean Canvas* da *iLook*, servirão para avaliar a aceitação da solução inovadora por parte dos consumidores e permitirá que os empreendedores da *iLook* possam validar a ideia.

Figura 1: Esquema desenvolvido para apresentar a logística da *startup iLook*. A logística envolverá cinco etapas importantes: (i) compra no aplicativo pelo usuário; (ii) contato do *iLook* com os possíveis entregadores; (iii) deslocamento do entregador até a loja; (iv) simultaneamente, ocorrerá a separação do produto pela loja (v) retirada e entrega do pedido de forma cuidadosa em menos de 1 hora após a compra.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir deste trabalho, foi possível construir e aprimorar solução da *startup iLook* por meio da aplicação da através da ferramenta *Lean Canvas*, utilizada para a modelagem de negócios em *startups* que ainda não saíram do papel, demonstrando ser eficaz nessa etapa inicial.

A aplicação da ferramenta permitiu a reflexão sobre questões importantes a serem discutidas e, assim, foi identificada a necessidade de implementar um teste de validação da ideia antes de realizar o desenvolvimento da plataforma. Dessa forma, esse teste tem o intuito de evitar possíveis prejuízos, de forma a validar a dor do cliente, e, assim, facilitar as compras *online*, sem se preocupar com os tamanhos e variedade de produtos, como um projeto piloto.

REFERÊNCIAS

- (1) Stoner, Lee, et al. "Sciducio: A Practical Framework for Guiding the Development and Leadership of the Academic Research Environment". *Frontiers in Research Metrics and Analytics*, n.5, p. 1205874, 2023.
- (2) Mercado de Moda: Tendências e Perspectivas Para o Brasil. <https://www.mannesoftmaislojas.com.br/blog/mercado-de-moda-tendencias-e-perspectivas-para-o-brasil>. Acessado 27 de outubro de 2023.
- (3) Model, Gloss. As tendências para o mercado de moda 2023. Gloss Model, disponível em <<https://glossmodel.com.br/as-tendencias-para-o-mercado-de-moda-2023/>> 2022.
- (4) Redação. Pesquisa revela o hábito do consumo de vestuário no Brasil. *Dias Mais Sustentáveis*, 17 de agosto de 2021, disponível em <<https://diasmaissustentaveis.com/pesquisa-revela-o-habito-do-consumo-de-vestuario-no-brasil/>>, 2021.
- (5) Talwar, Kanika. Shopping Habits of American Consumers: A Look at In-Store Versus Online Purchasing. *WWD*, 18 de agosto de 2023, disponível em <<https://wwd.com/business-news/business-features/battle-retail-dominance-comparison-in-store-online-shopping-america-1235769356/>>, 2023.
- (6) Bouffleur, João Pedro, et al. Uma análise da implementação da metodologia lean startup em uma empresa do ramo de entretenimento digital. *Revista Ingeniería Industrial*, vol. 15, p. 345–56, 2016. Disponível em <[revistas.ubiobio.cl, https://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/2952](https://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/2952)>, 2016.
- (7) Octadesk. Pesquisa revela o que o consumidor espera de um chatbot. *Inforchannel*, 12 de maio de 2023, disponível em <<https://inforchannel.com.br/2023/05/12/pesquisa-da-octadesk-revela-o-que-o-consumidor-espera-de-um-chatbot>>, 2023.
- (8) Ebrahimi, Pejman, et al. "A SEM-NCA Approach towards Social Networks Marketing: Evaluating Consumers' Sustainable Purchase Behavior with the Moderating Role of Eco-Friendly Attitude". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 18, p. 13276, n° 24, dezembro de 2021.