



## DESENVOLVIMENTO DE UM MODELO DE NEGÓCIO PARA UM EQUIPAMENTO INOVADOR PARA A REABILITAÇÃO DO COTOVELO

**Bolsista: Niara Carvalho Kunrath**

### INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas auxiliam no tratamento de pacientes, melhorando a qualidade do serviço prestado ao cliente e sua qualidade de vida (CHAU et al, 2013)\*. A aquisição de equipamentos demanda investimento alto e inviabiliza a inovação tecnológica para a maioria dos profissionais. Desta forma o desenvolvimento de sistema produto-serviço (*Product-Service System – PSS*) é uma alternativa para viabilizar o acesso dos profissionais aos produtos inovadores (TUKKER, 2004)\*\*.

### OBJETIVO

Desenvolver um modelo de negócio com base no conceito de PSS para um equipamento inovador destinado à reabilitação do cotovelo.

### METODOLOGIA

Para atingir o objetivo foram utilizadas recomendações da metodologia Lean Startup (BLANK, 2013)\*\*\* que enfatiza o desenvolvimento ágil e gradual do produto, a partir do ciclo Construir – Medir – Aprender, por meio das etapas: modelagem de negócios; validação de hipóteses; avaliação dos resultados e incorporação de aprendizados.

### RESULTADOS

Como resultados parciais, têm-se o modelo de negócio desenvolvido a partir do conceito de PSS do equipamento, apresentado na Figura 2.



Figura 1. Equipamento para a reabilitação do cotovelo.  
Fonte primária.

<p><b>Problema</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dificuldade de acesso a equipamentos tecnológicos com preço acessível.</li> <li>Recursos tecnológicos limitados.</li> </ul>	<p><b>Solução</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Comercialização do Sistema Produto-Serviço para a reabilitação de amplitude do movimento do cotovelo, utilizando um equipamento tecnológico.</li> </ul> <p><b>Métricas chave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Número de pacotes de serviços vendidos.</li> <li>Satisfação dos clientes.</li> <li>Métricas de marketing de mídia social.</li> </ul>	<p><b>Proposta única de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proporcionar aos fisioterapeutas, clínicas e hospitais o acesso à tecnologia com preço acessível e um diferencial em relação à qualidade do serviço oferecido, assim como da prática profissional.</li> </ul>	<p><b>Vantagem injusta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Equipamento patenteado.</li> <li>Diferencial na prestação do serviço com uma equipe formada por Engenheiros de Serviços.</li> </ul> <p><b>Canais</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Equipe de vendas.</li> <li>Marketing digital.</li> <li>Atendimento especializado ao cliente.</li> </ul>	<p><b>Segmentos de clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hospitais.</li> <li>Clínicas.</li> <li>Fisioterapeutas.</li> </ul>
<p><b>Estrutura de custos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Custos operacionais.</li> <li>Custos de fabricação.</li> <li>Custos de marketing.</li> <li>Custos de pessoal.</li> <li>Custos com manutenção.</li> </ul>		<p><b>Fontes de renda</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pacotes de serviços: <ul style="list-style-type: none"> <li>Locação por ano.</li> <li>Locação por mês.</li> <li>Locação por semana.</li> <li>Locação por dia.</li> </ul> </li> </ul>		

Figura 2. Lean Canvas. Fonte: modelo adaptado do website "O Analista de Modelos de Negócios". Disponível em: <<https://analistamodelosdenegocios.com.br>>. Acesso em 02 set. 2019.

### CONCLUSÃO

O estudo segue em desenvolvimento e estão sendo realizados os testes das hipóteses do negócio para entender se o sistema proposto soluciona o problema do consumidor. Os resultados serão avaliados e, os aprendizados, incorporados ao modelo de negócio.

\* CHAU, T.; MOGHIMI, S.; POPOVIC, M. R. Knowledge Translation in Rehabilitation Engineering Research and Development: A Knowledge Ecosystem Framework. Archives of Physical Medicine and Rehabilitation, vol. 94, n. 1, Supplement, p. S9-S19, 2013.

\*\* TUKKER, A. Eight types of product-service system: eight ways to sustainability? Experiences from SusProNet. Business strategy and the environment, v. 13, n. 4, p. 246-260, 2004.

\*\*\* BLANK, S. Why the Lean Start-Up Changes Everything. Harvard Business Review, v. 91, n. 5, p. 64-71, 2013.