



Da pesquisa de mercado à estratégia do negócio: A construção do *Business Model Canvas* com base na percepção da qualidade do serviço de bares.

Helenara Ventura Cunha¹

Resumo: O presente estudo, trata da visão para a implantação do futuro Bar B, tem como objetivo compreender a percepção do cliente de bares e restaurantes, com a finalidade de fornecer um suporte para o gestor aprimorar e estruturar seu negócio, de acordo com que o cliente deseja encontrar nesse tipo de serviço. Para tanto, foram aplicadas as seguintes ferramentas: i) a SERVQUAL, instrumento que considera a importância da percepção dos clientes externos às organizações sobre a qualidade do serviço, e ii) o CANVAS, ferramenta de gestão de planejamento estratégico que permite ao gestor desenvolver e esboçar modelos para aprimorar negócios, tanto novos ou já existentes. Com base na aplicação destas ferramentas, possibilitou-se estudar de forma detalhada os aspectos de gestão de bares e restaurantes do município de Restinga Sêca/RS, pautando o futuro direcionamento do negócio no interesse do público-alvo. A partir do estudo e da aplicação das ferramentas, conclui-se que o empreendimento poderá ser um ambiente diferenciado para região com um local diferenciado para compartilhar momentos em família e com amigos.

Palavras-chave: Estratégia; *Business Model Canvas*; Qualidade do serviço; Bares e restaurantes.

From market research to business strategy: The construction of the Business Model Canvas based on the perception of service quality in bars.

Abstract: The present study, deals with the vision for the implementation of the future Bar B, aims to understand the customer's perception of bars and restaurants, in order to provide support for the manager to improve and structure his business, according to what the customer wants to find in this type of service. To this end, the following tools were applied: i) SERVQUAL, an instrument that considers the importance of the perception of external customers to organizations about service quality, and ii) CANVAS, a strategic planning management tool that allows the manager to develop and sketching models to improve businesses, both new and existing. Based on the application of these tools, it was possible to study in detail the aspects of management of bars and restaurants in the municipality of Restinga Sêca/RS, guiding the future direction of the business in the interest of the target audience. From the study and application of the tools, it is concluded that the enterprise can be a differentiated environment for the region with a differentiated place to share moments with family and friends.

Keywords: Strategy; Business Model Canvas; Service quality; Bars and restaurants.

¹ Helenara17@hotmail.com

De la investigación de mercado a la estrategia empresarial: La construcción del Business Model Canvas a partir de la percepción de la calidad del servicio en bares.

Resumen: El presente estudio, trata de la visión para la implementación del futuro Bar B, tiene como objetivo comprender la percepción del cliente sobre los bares y restaurantes, con el fin de brindar apoyo al gerente para mejorar y estructurar su negocio, de acuerdo con lo que el cliente quiere encontrar en este tipo de servicio. Para ello se aplicaron las siguientes herramientas: i) SERVQUAL, instrumento que considera la importancia de la percepción de los clientes externos a las organizaciones sobre la calidad del servicio, y ii) CANVAS, herramienta de gestión de la planeación estratégica que permite al gerente desarrollar y esbozar modelos para mejorar los negocios, tanto nuevos como existentes. Con base en la aplicación de estas herramientas, fue posible estudiar en detalle los aspectos de gestión de bares y restaurantes en el municipio de Restinga Sêca/RS, orientando la dirección futura del negocio en el interés del público objetivo. Del estudio y aplicación de las herramientas se concluye que el emprendimiento puede ser un ambiente diferenciado para la región con un lugar diferenciado para compartir momentos con familiares y amigos.

Palabras clave: Estrategia; *Business Model Canva*; Calidad de servicio; Bares y restaurantes.

1. Introdução

A proposta apresentada neste trabalho diz respeito à implementação de um Bar na comunidade Santuário, localizada no município de Restinga Sêca/RS. Essa análise da possibilidade da implantação de um Bar, surge a partir das observações realizadas, na qual foi identificado que atualmente o município em questão não tem um ambiente diferenciado para a comunidade do referido local. A proposta é oferecer um novo negócio, um espaço integrador, com opção de entretenimento como música ao vivo, além de um espaço aconchegante e serviços diferenciados para a região.

Diante dessa perspectiva, o objetivo desta produção é desenvolver uma estratégia de negócio baseada na percepção dos clientes de bares e restaurantes do município de Restinga Sêca/RS. Para tanto, as ferramentas SERVQUAL e *Business Model CANVAS* foram adotadas. A primeira ferramenta utilizada foi para a compreensão do conceito de qualidade do serviço de bares e restaurantes, e a segunda com o intuito fixar uma estratégia para um futuro bar no município de Restinga Sêca/RS.

Além disso, nota-se que para iniciar o negócio é preciso estar estruturado e com planejamento. O novo empreendedor poderá ser uma oportunidade para o proprietário e para a região, pois verificou-se que atualmente a região não conta com um estabelecimento para o atendimento ao público, que proporcione ao cliente um ambiente agradável que tenha um cardápio variado, com música ao vivo e um espaço aconchegante, com ambiente interno e

externo contendo no mesmo local um ambiente mais reservado para atender de maneira ampla e acessível a todo tipo de cliente.

A motivação para iniciar este novo negócio, está na percepção da oportunidade e na vontade de entregar ao cliente um lugar diferenciado e que seja satisfatório desde a sua chegada até o momento de sua saída. Oferecendo um atendimento com qualidade e proporcionando ao cliente uma boa experiência, e que leve este cliente a frequentar mais vezes. No entanto, para abrir um novo negócio e oferecer um espaço diferenciado o gestor precisa estar atento aos custos envolvidos, ter uma estrutura planejada, para que seja possível o lucro.

Para auxiliar na tomada de decisão, utiliza-se a aplicação de ferramenta, mas também é necessário que o gestor tenha um conhecimento do negócio do lugar em que está inserido, e é relevante o estudo e validação de ferramentas para uma nova visão da localização do novo negócio.

A localização será entre do Santuário Trevo do Recanto Maestro, BR-149 de acesso a toda da Quarta Colônia de imigração italiana, rota turística de grande circulação, vai ter como público-alvo a localidade de Recanto Maestro, santuário e região. Assim, os potenciais clientes são os que moram mais próximos ao novo negócio e os que passam para visitar a rota da Quarta Colônia, sendo assim o novo negócio será de grande importância e para atender à necessidade local.

Com base nos achados, espera-se concretizar o projeto de um empreendimento que atue como um ponto de referência, desde o cardápio até a experiência de bem-estar dos clientes e que seja um ponto referência para estes clientes. Assim, entende-se que para a implantação deste novo bar, faz-se necessário um estudo pautado nos desejos e nas necessidades do cliente para a construção das estratégias de negócios bem-sucedidas.

Destaca-se que a amostra investigada para este estudo foi pesquisada no Trabalho de Conclusão de Curso. Nessa oportunidade, foram coletados 164 posicionamentos de clientes potenciais, os quais foram analisados para compreender a percepção para a instalação de um novo negócio e quais as características que os mesmos percebem como diferenciadas para este tipo de estabelecimento, Bar B.

Como resultados, espera-se que o presente estudo contribua para a construção de uma estratégia de negócio, com base na análise da percepção dos potenciais clientes com relação à qualidade de serviço esperada para um bar na região mencionada e que traga bons resultados para o gestor da empresa.

2 Conceituação da ferramenta aplicada

2.1 Mensurando a qualidade do serviço pela SERVQUAL

Diante do atual contexto no ramo dos negócios, o empreendedorismo cresce cada vez mais e com abundância, no entanto, o desenvolvimento de todo negócio exige conhecimento da estratégia apropriada para o contexto em que está inserido. Assim, torna-se essencial para o empreendedor atender e chegar à satisfação do cliente por meio de estratégias e ferramentas de ação inteligentes para a empresa.

No entanto, para os empreendimentos brasileiros, verifica-se que alguns esforços de profissionalização são desenvolvidos, para dar suporte ao gestor quando surgem dúvidas de como aplicar o emprego da metodologia das estratégias e de como se posicionar para colocar um novo negócio no mercado.

No início do negócio, várias dúvidas surgem para o administrador sobre quais são as melhores estratégias que sejam mais adequadas para o empreendimento e não venha a ter prejuízos futuros. Desse modo, torna-se necessário para o empreendedor ter um conhecimento sobre o ramo escolhido. Tornando-se ponto essencial para qualquer empresa ter resultados e prosperar diante do contexto de negócio onde atua.

Sob essa perspectiva, o empreendimento precisa antes conhecer o seu público consumidor para, posteriormente, delinear a estratégia adequada para o negócio. Assim, a escala de percepção da qualidade de serviços, SERVQUAL, auxilia os gestores a compreender as expectativas dos consumidores com relação a determinado tipo de serviço.

A SERVQUAL estabelece uma série de questionamentos para avaliação da qualidade de serviços internos e/ou externos de um negócio. Assim, consiste em uma avaliação feita pelos clientes internos e/ou externos com base na sua percepção acerca de pontos importantes sobre o significado de qualidade do serviço.

Parasuraman et al. (1988), a partir das dez dimensões da qualidade dos serviços, desenvolveram a escala SERVQUAL, utilizando as diversas ocorrências de satisfação. O questionário foi traduzido e adaptado para o contexto brasileiro por Salomi et al. (2005), permanecendo cinco construtos de análise: i) aspectos tangíveis; ii) confiabilidade; iii) presteza; iv) segurança e v) empatia.

Conforme os mesmos autores, esse instrumento de mensuração retrata a realidade dos clientes e desejos de como gostariam de um determinado serviço, mostrando a importância desta aplicabilidade para o gestor.

2.2 Projetando a estratégia de negócio com o *Business Model Canvas*

Para dar suporte a esta pesquisa, foi feito o estudo da ferramenta de administração CANVAS, que pode auxiliar o administrador a ampliar o conhecimento que é importante para a abertura de uma empresa. O CANVAS consiste em um modelo de negócios de gerenciamento estratégico que permite ao gestor desenvolver e observar o esboço do modelo de um negócio novo ou de desenvolver melhorias em um existente.

Esta estratégia de negócios serve para dar suporte e validação à construção da ferramenta de estudo onde será demonstrado por meio de um mapa visual pré-formado, desenvolvido pelo gestor buscando soluções e resoluções para problemas. Assim, a ideia de avaliação de interesses e viabilidade para as ações serem desenvolvidas e possam antecipar algo que deve ser feito ou modificado pelo gestor do negócio, deve ser feito o planejamento para adequações e inovações que gerem um controle sobre algo que precisa ser mudado ou adaptado para a empresa começar a gerar resultados melhorias para o contexto empresarial.

Para o escopo deste artigo, será demonstrado o passo a passo das ferramentas SERVQUAL e CANVAS, na qual servirá para ajudar o gestor na construção de suas estratégias de negócios a serem feitas e adaptadas para o empreendimento. Desse modo, o empreendedor terá diretrizes para gerar projeções de desempenho e colocar em prática as ações necessárias para a proposta do negócio.

2.3 Importância da ferramenta para a gestão

A aplicação das ferramentas a serem estudadas nesse projeto (SERVQUAL e CANVAS) torna-se essencial para o sucesso de um negócio e gera diversos benefícios, frente à necessidade de aprimorar, validar e alinhar as estratégias da empresa.

A aplicação da SERVQUAL, torna-se essencial para que as ações do negócio sejam bem estruturadas e levem a empresa a produzir bens e serviços com base na percepção do cliente, e portanto, altamente competitivas no mercado. Aplicada ao empreendimento, a ferramenta serve para a concepção inicial do negócio, no sentido de projetar o melhor serviço

a ser desenvolvido, e para negócios já estruturados, proporcionar alternativas de posicionamento e melhorias contínuas nos processos implementados.

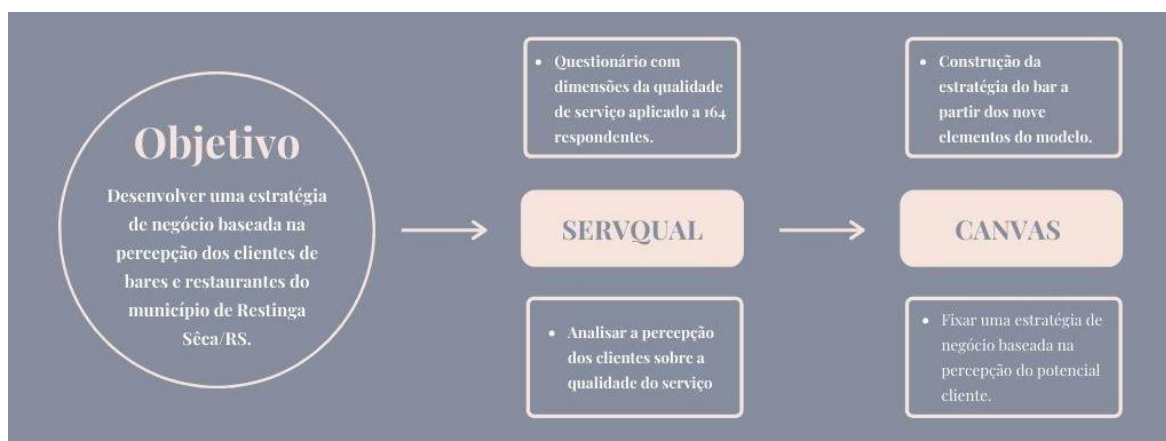
Para operacionalizar a ferramenta CANVAS, o gestor precisa refletir sobre novos segmentos da estratégia organizacional diante do contexto de negócio em questão. São eles: 1) Segmentos de Clientes, 2) Proposta de Valor, 3) Canais, 4) Relacionamento com Clientes, 5) Fontes de receita, 6) Recursos Principais, 7) Atividades- chaves, 8) Parcerias Principais, e 9) Estrutura de Custos.

Para cada processo desta ferramenta, torna-se importante que o gestor esteja atento ao negócio e às mudanças necessárias e note as adequações onde precisam de mudanças e inovações para da empresa, planejando o que precisa ser colocado em prática, e aprimorar esse esquema passo a passo para que a estratégia seja implementada na empresa e sirva para organizar os processos a serem determinados.

3. Operacionalização da ferramenta

A Figura 1, exposta a seguir, apresenta a trajetória de condução da aplicação das ferramentas adotadas pela autora no decorrer deste trabalho, partindo do objetivo fixado.

Figura 1 - Percurso do trabalho



Fonte: elaborada pela autora.

Com base na trajetória percorrida, a lógica empreendida nesta produção será detalhada nas próximas seções, contemplando o passo a passo de aplicação das duas ferramentas SERVQUAL e CANVAS, bem como os resultados alcançados para a proposta do futuro bar.

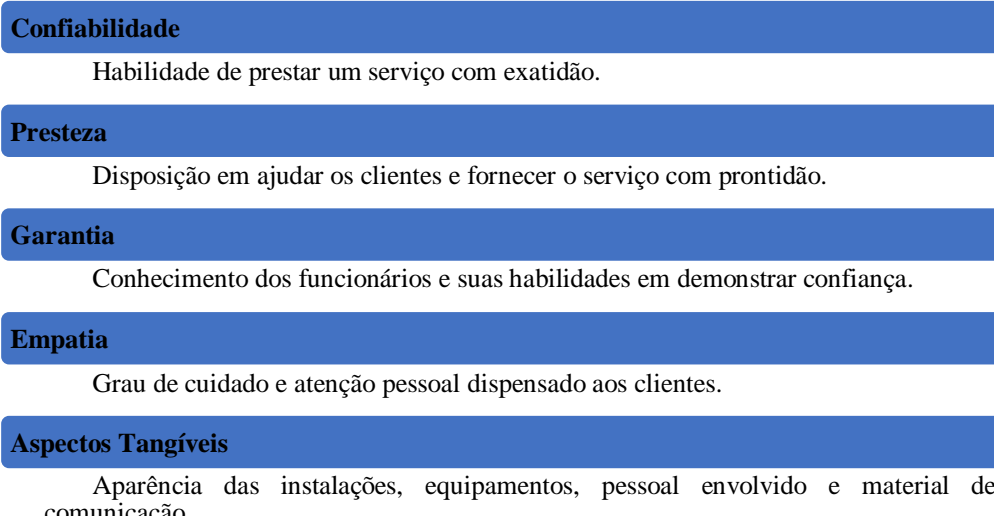
3.1 Ferramenta SERVQUAL

A Figura 2 apresenta os elementos da qualidade dos serviços questionados aos potenciais clientes da proposta de negócio apresentada anteriormente. A escala utilizada pode ser aplicada aos mais diversos tipos de serviços como, por exemplo, de saúde, educacionais, de entretenimento. Com base no modelo, os gestores podem elaborar os questionamentos mais adequados à realidade do negócio em investigação.

Para o presente estudo, 11 questionamentos foram desenvolvidos relacionando cada um dos construtos propostos por Parasuraman et al. (1988). O Questionário na íntegra encontra-se no Anexo A deste estudo.

Para obtenção dos dados da SERVQUAL deste estudo utilizou-se 11 participantes, este número foi obtido através de um recorte realizado a partir da pesquisa de TCC de conclusão de curso de Administração da Antonio Meneghetti faculdade. Os questionários foram aplicados a 164 respondentes sobre o posicionamento do novo empreendimento na região, esses questionários foram aplicados e validados, com aplicação de 50 deles na cidade de Restinga Sêca, 50 deles no distrito de Recanto Maestro, 64 na localidade de Santuário, município de Restinga Sêca/RS. Após o levantamento dos dados, eles foram tabulados, ordenados e analisados buscando-se compreender o perfil dos consumidores a respeito do setor de bares e entretenimento da região de Restinga Sêca/RS.

Figura 2 - Modelo de qualidade dos serviços (SERVQUAL)



Fonte: Salomi et al. (2005).

Nesse sentido, questionou-se aos potenciais clientes do bar: “Refletindo sobre os itens mais importantes quanto à qualidade de serviço esperada ao frequentar um bar ou restaurante, indique o seu nível de concordância com os elementos a seguir. *Considerando que na escala de 1 a 5, a opção 1 corresponde a “Discordo fortemente” e a opção 5 corresponde a “Concordo fortemente”.*

Quadro 1 – Perguntas ajustadas ao contexto de bar/restaurante

Em um bar/restaurante você considera relevante...	Escala				
	1	2	3	4	5
15. O cardápio ser diverso					
16. A qualidade da comida (sabor, aroma, textura e apresentação)					
17. Os atendentes se anteciparem às necessidades dos clientes					
18. O serviço ser personalizado					
19. A organização do ambiente interno					
20. A aparência ser arrumada e atrativa					
21. Os atendentes serem bem treinados e experientes					
22. A facilidade de estacionar o carro					
23. A recomendação de órgãos competentes					
24. A flexibilidade e disposição para atender pedidos especiais					
25. O serviço ser rápido e ágil					
26. Os atendentes demonstrarem presteza no atendimento a reclamações					

Fonte: Cunha (2020).

Com base nas respostas de cada pergunta, é possível compreender as expectativas dos consumidores e, por consequência, desenvolver uma estratégia de negócio voltada ao atendimento de suas necessidades. Uma síntese das percepções dos respondentes será exposta na sequência.

15) Cardápio Diverso

Nesta pergunta 50,61% dos respondentes concordam fortemente que ter um cardápio diferenciado é muito importante para o negócio.

16) Qualidade de comida

Foram 54,88% dos respondentes das pesquisas concordam fortemente que a qualidade de comida ofertada pelo estabelecimento é essencial para atender a demanda de qualidade de comida.

17) Atendentes se anteciparem às necessidades dos clientes

50,61% dos respondentes concordam parcialmente que a exigência dos atendentes se anteciparem aos pedidos é essencial para o novo empreendimento, onde mostre ao gestor a importância de ter colaboradores bem atentos e treinados para o negócio.

18) Serviço Personalizado

50% dos respondentes concordam fortemente que o serviço deve ser personalizado e que esse aspecto será importante para fidelizar o cliente e ter um atendimento de qualidade, junto com um ambiente aconchegante para que o cliente se sinta bem. Esse estudo mostra que o novo empreendimento tem que estar adequado conforme as exigências e necessidades que o cliente deseja neste local.

19) Organização do Ambiente interno

54,88% dos respondentes concordam fortemente que a organização do ambiente é importante e essencial ter uma aparência legal e bem limpa, para que os clientes se sintam bem no bar e voltem mais vezes.

20) Aparência atrativa

65,85% dos respondentes concordam fortemente que o empreendimento tenha uma aparência atrativa onde chame o cliente até o novo negócio, essencial que tenha um atendimento de qualidade, com colaboradores experientes bem atentos e treinados para atendimento.

21) Atendentes bem treinados e experientes

51,22% concordam fortemente importante para o negócio ter colaboradores que sejam bem treinados, educados e experientes, e que façam bem o atendimento ao cliente, esse ponto faz toda a diferença para os potenciais clientes estudados para dar viabilidade para o negócio.

22) Facilidade de estacionamento

50,61% dos respondentes concordam fortemente sobre a facilidade de estacionamento é essencial para o negócio.

23) Órgão Competentes

49,39% dos respondentes concordam fortemente para o novo empreendimento de estar regularmente dentro da lei, com todos os alvarás e autorização da prefeitura em dia para que seja possível a abertura do novo empreendimento.

24) Flexibilidade no atendimento e pedido

46,95% dos respondentes concordam em ter uma flexibilidade no atendimento e pedidos é diferencial para um negócio ser bem-visto.

25) Serviço rápido e ágil

58,54% concordam fortemente que o serviço essencial tenha atendimento rápido e ágil, ter atendentes com experiência e bem treinados é importante e proporciona o que o público procura com o novo negócio.

26) Atendentes mostrarem presteza no atendimento e reclamações

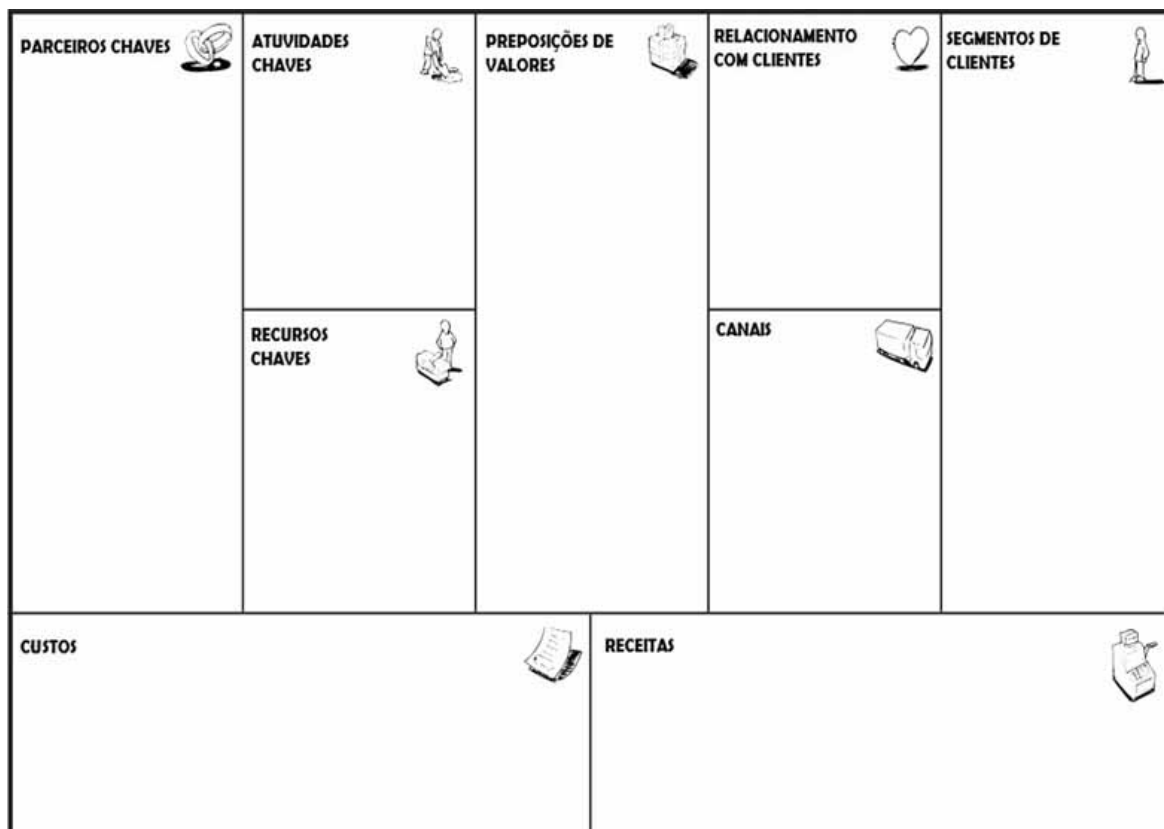
64,63% dos respondentes concordam fortemente que ter funcionários atentos que sejam bem treinados para atender os pedidos e reclamações dos clientes, é essencial para o negócio.

3.2 Ferramenta *Business Model Canvas*

O mapa visual deste estudo de negócios sobre o Bar, está pré-formado e contém nove blocos. São eles: proposta de valor, segmento de clientes, canais, relacionamento com clientes, atividades-chave, recursos principais, parcerias principais, fontes de receita e estrutura de custo.

A Figura 3, a seguir, apresenta a visão geral dos blocos a serem fixados e estruturados para aprimorar e fazer mudanças necessárias para o negócio, entregando e oferecendo o que realmente o cliente procura com a empresa.

Figura 3 - Quadro do CANVAS



Fonte: Osterwalder e Pigneur (2011).

Esta figura mostra os nove passos a serem estruturados e avaliados pelo gestor deve ser avaliado com muita atenção para evitar riscos de erros futuros, o objetivo desta ferramenta é dar um suporte e ajudar a compreender a real situação sobre o negócio fazer as adequações necessárias para o planejamento que atenda requisitos que necessitam ser mudados e adequados de maneira clara e certa para cada um dos 9 blocos do modelo de negócio a ser estudado.

Para o contexto de negócio em estudo, o modelo CANVAS foi estruturado com base na aplicação do questionário feito pela autora deste artigo, trouxe para o estudo os potenciais consumidores gostariam de um ambiente diferenciado para região, e que frequentaram o novo estabelecimento.

3.2.1 Definição da “Proposta de valor”

A proposta de valor consiste, basicamente, no produto ou serviço em que a empresa oferecerá para o mercado, sendo entregue no negócio o que realmente terá valor para os clientes. Dessa maneira, seguindo este estudo a proposta de valor fixada para o bar foi a

seguinte: *“Proporcionar uma experiência de entretenimento com atendimento diferenciado, para que as pessoas possam compartilhar momentos de alegria”*.

3.2.2 Definição da "Segmentação de clientes"

Essa ferramenta do CANVAS se refere ao público estudado pela autora, mostrando que para o empreendimento atingir público específico deve estar atento ao mercado e atender a demanda do cliente. Foi estabelecido para esse negócio o seguinte público de interesse: *“Famílias e jovens que busquem uma experiência diferenciada nos momentos compartilhados”*.

3.2.3 Definição dos “Parceiros–chaves”

Tal elemento busca nomear quais os parceiros essenciais que podem colaborar e operar para o funcionamento do novo empreendimento. Para essa seção do negócio, foi estabelecido: *“Fornecedores como parceiros do negócio e empresas parceiras para divulgação do negócio, músicos parceiros que tocarão no bar”*.

3.2.4 Definição dos “Atividades–chave”

As atividades-chave são todas as ações que são importantes e necessárias para o funcionamento do negócio. Para essa sessão foram estabelecidas como atividades principais para execução da operação do empreendimento: *“Atendimento, produção de pratos na cozinha, responsável pela produção das bebidas, compras de insumos e marketing bem estruturado”*.

3.2.5 Definição dos “Recursos-chave”

Esse elemento se refere aos recursos necessários para poder entregar o cliente à proposta de valor de acordo com o que o público estudado procura nesse novo empreendimento. Para este bloco, estabeleceu-se que é necessário ter: *“e as pessoas adequadas para desenvolvimento das atividades, colaboradores”*. Assim, entende-se que o gestor tem que colocar colaboradores de qualidade e que tenham vontade de trabalhar para poder entregar a mesma proposta de valor juntamente com o que o negócio oferece.

3.2.6 Definição do “Relacionamento com o cliente”

O modo como o empreendimento irá oferecer e manter uma boa relação com os seus clientes aplicando a estratégia desenvolvida neste bloco do CANVAS, mostrando as ações a serem aplicadas para o bar vão ser: i) *“O cartão fidelidade”*, em que o cliente irá adquirir e ganhar pontos, a cada compra acima de um determinado valor que vai ficar estabelecido pelo gestor do negócio, onde esse valor fica acumulado no cartão fidelidade e o cliente pode trocar por alguns pratos e bebidas ou combos oferecidos pelo cardápio; ii) Outra forma de fidelizar o cliente será fazer *“promoções relâmpagos”* atraentes para o perfil de clientes estabelecidos para o empreendimento iii) usar as *“as mídias sociais”*, *facebook* lembrando que é o meio que pessoas acessam as redes sócias hoje em dia, Usar o *instagram* meio de divulgação bem diferenciada, onde tem vários modos de divulgação e modelos de postagens onde contribuem para a divulgação do novo negócio outro meio de canal foi escolhido é o rádio, é um meio de comunicação em que todos escutam a todo momento.

3.2.7 Definição dos “Canais de vendas”

Aqui define-se o modo de como esse novo negócio, irá chegar até os potenciais clientes ou a forma pela qual estes clientes irão consumir os produtos e serviços oferecidos pela empresa. Para o bar estabeleceu-se como canal *“o espaço físico do estabelecimento”*. Pretende-se que este espaço físico proporcione uma experiência diferenciada, juntamente com um atendimento especializado, em que procurem o empreendimento para compartilhar momentos de alegria e satisfação com o novo negócio para a região.

3.2.8 Definição da “Estrutura de Custos”

Tal elemento se refere a todos os custos inerentes à operação do empreendimento, isto é, o desembolso necessário a proposta de valor ser entregue aos clientes. Para o negócio, serão necessários os seguintes direcionamentos de custos: *“equipamentos, manutenção do espaço físico, mercadorias e mão de obra”*. *Avalia o que o empreendimento vai precisar para se manter ativo, e para poder entregar o serviço e produto de acordo com o estudo proposto para o negócio.*

3.2.9 Definição das “Fontes de receita”

Esse bloco do CANVAS se refere à entrada de dinheiro do negócio, como os potenciais clientes pagaram pelo produto. Assim, para este bloco, estabeleceram-se as seguintes fontes de receita: i) *“venda de refeições, petiscos e drinks”*, sendo de acordo com

o que o empreendimento tem a oferecer. Outro meio de fonte de receita serão as *ii) “contratações de aluguéis para eventos fechados”*, onde será outro meio de fonte de receita para o negócio que o gestor poderá explorar.

4. Principais resultados para o negócio

4.1 Análise da SERVQUAL para o empreendimento

A análise da ferramenta SERVQUAL foi importante para dar embasamento ao estudo sobre os questionários feitos no TCC da autora, no qual serviram de suporte técnico deste projeto em análise. Esta ferramenta serve para gerar ao empreendimento uma percepção mais aprofundada sobre as respostas adquiridas através dos 164 questionários aplicados e posteriormente lançados e analisados na pesquisa anteriormente feita pela autora. Através das respostas adquiridas, foi aplicado o modelo de negócios CANVAS que mostrou um resultado satisfatório e das duas importantes ferramentas que se tornam essenciais para todos empreendimento desejarem mudar e adaptar-se ao mercado buscando atender o que o cliente espera.

O resultado deste estudo geraram para a autora conhecimento para que o projeto ganhasse um reforço técnico servindo de apoio para a tomada de decisão, pois se teve validação das respostas adquiridas com o TCC, e adequando-o para o modelo CANVAS, ferramenta estabelecido pelo autor para a abertura deste novo negócio servirá como base de estudo para várias outras empresas e empreendimentos que queiram aprofundar o conhecimento sobre o empreendimento para poder oferecer algo que interesse ao seu cliente-alvo seguindo e adaptando as suas proposta de valor estabelecida para ter resultados positivos.

Este estudo serve como base para que os gestores possam fazer um passo a passo das ferramentas sugeridas pela autora em seus negócios, fazendo um estudo e aprimorar as ferramentas e adequá las, para gerar valor e fazer com que o gestor saiba cada ponto essencial para ser o mais assertivo possível para negócios existente ou que pretenda abrir.

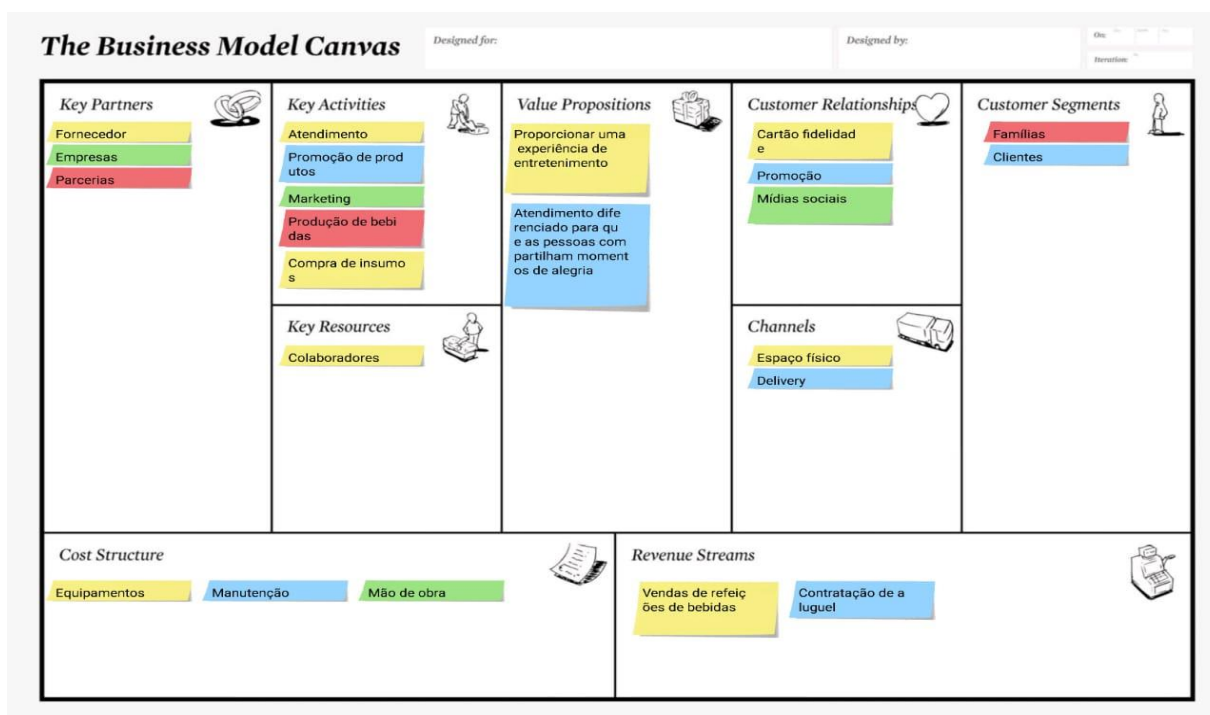
Este estudo feito serve para estabelecer medidas de avaliação tanto da qualidade de serviço, quanto entender a vantagem de modelo para os negócios onde sirva para estruturar todas as atividades necessárias para gerar valor. Fazendo o estudo desta ferramenta irá sintetizar a ideia do modelo de negócios estudada em nove blocos buscando uma técnica

simples e rápida possibilitando ao gestor visualizar os aspectos estratégicos da empresa e tornando esse modelo de estratégias da ferramenta CANVAS, útil para todo empreendedor em qualquer projeto, pois serve para trazer inovações e viabilidades para os negócios.

4.2 Construção do *Business Model Canvas* para o empreendimento

A Ferramenta *Business Model Canvas* foi escolhida pela autora do projeto por se tratar de um modelo de negócios em que todo administrador deve saber adaptar e aprimorar para o seu negócio trazendo melhorias para o negócio, a aplicação desta ferramenta dá um suporte técnico e prático no que o empreendimento deve mudar. O gestor deve ajustar para que sua empresa entregue o produto ou serviço de acordo com a proposta de valor estabelecida para os negócios e atender o que o cliente deseja encontrar e sair satisfeito, para poder gerar qualidade e pontos positivos para o empreendimento. Com base no modelo CANVAS, a Figura 4 baseia-se na ideia proposta pelo autor, mostrando o modelo de negócio que foi definido para o Bar B, o estudo desta ferramenta de gerenciamento estratégico mostra o aprimoramento e desenvolve o modelo de negócios para esse novo empreendimento estudado pela autora deste artigo. mostrado no modelo *CANVAS* a seguir.

Figura 4 - CANVAS do negócio.



Fonte: elaborada pela autora.

5. Referências

CUNHA, H. V. Análise da Viabilidade para Abertura de um Bar no Município de Restinga Sêca/RS. 2020. 76 f. do **Trabalho de Conclusão de Curso** - Antonio Meneghetti Faculdade, Restinga Sêca, 2020.

OSTERWALDE; Alexander et al. **Business Model Generation** - Inovação em Modelos de Negócios: um Manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.

PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A. & BERRY, L.L. SERVQUAL: Uma escala de múltiplos itens para medir as percepções do consumidor sobre a qualidade do serviço. **Journal of Retailing**, vol. 64, nº 1, p.12-40, 1988.

SALOMI G.; MIGUEL P.; ABACKERLI A. SERVQUAL X SERVPERF: comparação entre instrumentos para Avaliação da Qualidade de Serviços Internos. **GESTÃO & PRODUÇÃO**, v. 12, n. 2, p. 279-293, 2005.