

**FACULDADES INTEGRADAS RIO BRANCO**

**GUSTÁVO EUSTÁQUIO DE PAULA**

**Modelo de Negócio com solução inovadora para o mercado dentifrício nacional**

**São Paulo**

**2016**

# **FACULDADES INTEGRADAS RIO BRANCO**

**GUSTAVO EUSTÁQUIO DE PAULA**

**Modelo de Negócio com solução inovadora para o mercado dentifrício nacional**

Trabalho Científico apresentado ao Curso de Relações Internacionais das Faculdades Integradas Rio Branco, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Relações Internacionais, orientado pela Prof<sup>a</sup> Marcela Covolo.

**São Paulo**

**2016**

# 1. INTRODUÇÃO

Este documento realizará o estudo sobre um novo modelo de negócio inovador de parceria do Laboratório Eustáquio com empresas inovadoras no setor de impressão 3D para ser implementado ao setor odontológico, se atualizando para a estrutura do mercado atual no âmbito nacional. Visto isso, o projeto abordará temas de marketing, administração, economia internacional e estratégias de negócios. Será discorrido com bases teóricas de estratégias competitivas de Michael Porter, análises para internacionalização de empresas de Kotler e Keller e inovação de modelos de negócios de Alexander Osterwalder. Este projeto também poderá servir de estudo para futuras micro e pequenas empresas que desejam atualizar suas estratégias no mercado e expandir seus negócios para no âmbito nacional ou internacional, aumentando suas possibilidades de mercado.

## 2. OBJETIVOS

O objetivo geral desse trabalho é identificar a melhor estratégia e modelo de negócios para ser seguido pela empresa Laboratório Eustáquio, levando as melhores formas de inovação no seu setor destacando a melhor forma de organização para empresa, formas inovadoras para o setor e definição de estratégias e metas.

## 3. MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Será utilizado a teoria das cinco forças<sup>1</sup> de Porter para analisar e formar estratégias de marketing dentro do meio empresarial nacional atual e para o lançamento da empresa ao mercado:

- Rivalidade entre concorrentes;
- Barreiras à entrada de concorrentes;
- Poder de barganha dos compradores;
- Poder de barganha dos fornecedores;
- Ameaça de produtos ou bens substituídos.

Em conjunto, algumas estratégias genéricas serão elaboradas para corroborar essa teoria, como por exemplo: Liderança no custo total, diferenciação e enfoque.

As teorias de internacionalização de Kotler e Keller<sup>2</sup> serão avaliadas para estudar a possibilidade de uma parceria internacional. Nessa etapa serão avaliados os seguintes pontos de decisão:

- Entrada no mercado estrangeiro, tipo de mercado, forma de entrada, elaboração de programa e organização do marketing.

Alexander Osterwalder define modelos de negócios em 9 componentes básicos<sup>3</sup> que mostram a organização deste conceito:

---

<sup>1</sup> PORTER, Michael E. (2004) *Estratégia Competitiva – 2ª ed.*

<sup>2</sup> KOTLER, Philip & KELLER, Kevin. (2012) *Marketing Management.- 14<sup>th</sup> ed.*

- Segmento de Clientes;
- Proposta de Valor;
- Canais;
- Relacionamento com Clientes;
- Fontes de Receita;
- Recursos Principais;
- Atividades-Chave;
- Parcerias Principais;
- Estrutura de Custo.

## 4. RESULTADOS

Espera-se que a empresa se torne pioneira com o produto de impressões 3D para o seu setor.

A proposta de trazer tal produto para o setor, além de poder ser um modelo de negócios de sucesso para empresa, tornando-se referência no futuro, também é uma forma inovadora para o setor odontológico nacional.

A empresa visa a praticidade para o cliente intermediário e o cliente final no futuro. O objetivo é que a empresa consiga trazer uma solução inovadora que seja de fácil acesso e com o melhor custo-benefício possível, facilitando futuros tratamentos e workflows. Desta forma, o processo de tratamentos odontológicos pode se tornar mais eficazes e ágeis.

## 5. CONCLUSÃO

Em primeira instância, utilizando as teorias citadas neste projeto, já devemos analisar que há uma possível concorrência no decorrer da criação do Modelo de Negócio e estrutura, já que esta proposta trata-se de uma inovação para o mercado brasileiro com a venda de um produto atualmente não muito explorado no setor odontológico. Isso mostra que a empresa Laboratório Eustáquio, no qual é

---

<sup>3</sup> OSTERWALDER, Alexander & PIGNEUR, Yves. (2011) *Business Model Generation, inovação em Modelos de Negócios* - 12<sup>a</sup> ed.

especializado no setor, pode se tornar uma pioneira na tecnologia e no produto dentro do mercado nacional.

Este pode ser um avanço muito inovador e pouco explorado no mercado brasileiro. Atualmente, já podemos encontrar algumas empresas que possuem os produtos e estão começando a trabalhar com ele no mercado, porém ainda não se estabeleceram, sem mencionar a falta de know-how e investimento para o setor odontológico.

Desta forma, isto pode se tornar uma característica atraente para o investimento externo para o mercado brasileiro.

## **6. REFERÊNCIAS**

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva** – 2ª ed. Elsevier Editora, 2004

KOTLER, Philip & KELLER, Kevin. **Marketing Management** – 14<sup>th</sup> ed. Pearson Education, 2012

OSTERWALDER, Alexander & PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation, inovação em Modelos de Negócios** - 12ª ed. Scarlin Editora, 2011