

MVP BRASILEIRO, UMA ANÁLISE DAS CARACTERÍSTICAS DE TESTES NO MERCADO BRASILEIRO.

BLAZOTO, Ana Caroline ^{1*}

FONSECA, Ana Júlia ^{2*}

HISSNAUER, Bruno Graciano ^{3*}

RODRIGUES, Guilherme da Silva ^{4*}

RAMOS, João Guilherme Souza ^{5*}

SILVA, Marcelo Alexandre Correa ^{6*}

RESUMO

O artigo a seguir remete-se a demonstrar a importância dos testes em produtos e serviços, antes de iniciar um empreendimento. O tema abordará a metodologia chamada MVP, também conhecida por “Produto mínimo viável” . No texto serão abordados conceitos e metodologias que são utilizados para apresentação de novos produtos para quem está começando no mercado com poucos recursos, dando ênfase na economia. Além de apresentar casos de grande sucesso fora do país, destaca também, um estudo de caso de uma empresa de São João da Boa Vista que começou há pouco, no auge da pandemia e como ela está atualmente.

Palavras-chave: Mvp; Empreendedorismo; Inovação; Startups.

^{1*} Graduando do Curso de Administração da UNIFEOB, ana.c.dringoli@sou.unifeob.edu.br; ^{2*} Graduando do Curso de Administração da UNIFEOB, ana.fonseca@sou.unifeob.edu.br; ^{3*} Graduando do Curso de Administração da UNIFEOB, bruno.hissnauer@sou.unifeob.edu.br, ^{4*} Graduando do Curso de Administração da UNIFEOB, guilherme..s.rodrigues@sou.edu.br, ^{5*} Graduando do Curso de Administração da UNIFEOB, joao.g.ramos@sou.unifeob.edu.br, ^{6**} Professor orientador: Mestre, UNIFEOB, marcelo.silva@unifeob.pro.br.

1 INTRODUÇÃO

Na fase inicial de um negócio que possui poucos recursos para serem aplicados, é necessário errar rápido e consertar mais rápido ainda, pois os erros custam caro e muitas empresas encerram suas atividades antes mesmo de ter a chance de “acertar”.

O surgimento de novas empresas está aumentando no Brasil a cada ano. Segundo o IBGE, 21% delas não resistem ao primeiro ano e 60% encerram suas atividades com menos de 5 anos. O principal motivo é ignorar o mercado e suas tendências.

A sigla “MVP”, que traduzida para o português significa “Produto Minimamente Viável”, é um conjunto de testes realizados para avaliar se um negócio ou produto é realmente viável e pode ser usado para diminuir os riscos do negócio. Pois o MVP reduz os prejuízos e lida com um processo enxuto de trabalho e crescimento do projeto.

Essa sigla é muito utilizada no ramo das startups nos Estados Unidos, porém, tendo em vista o cenário brasileiro, quando se abre uma empresa neste país, ganha-se um “pacote” de impostos, taxas e burocracias, que denominamos de custo Brasil, não é atoa que muitas pessoas dizem que o justo é inviável no Brasil. Portanto, o MVP brasileiro é diferente.

O presente trabalho analisa a empresa Ever Skate Shop, loja essa de artigos esportivos que trabalha de forma especializada em peças de skate desde fevereiro de 2021. A empresa está localizada no interior de São Paulo, em São João da Boa Vista.

O MVP foi aplicado de forma não intencional no início do projeto e graças a esse modelo minimamente viável a empresa conseguiu se consolidar no mercado em meio a uma pandemia de forma que hoje esteja competindo com vários dos maiores e-commerces de skate.

Neste artigo, serão apresentadas as estratégias usadas pela Ever para se estruturar e conseguir crescer através de vendas online a partir do princípio até os dias atuais.

2 DESENVOLVIMENTO

MVP ou Produto Mínimo Viável é um conceito de mercado de inovação e startups, e que está ganhando o mundo cada vez mais.

O conceito MVP foi criado em 2001 por Frank Robinson, CEO da SyncDev Inc., empresa norte-americana que atua no desenvolvimento de novos produtos e mercados.

Apesar de ter sido criado pelo CEO da SyncDev, o MVP ganhou notoriedade alguns anos mais tarde através do livro “The Lean Startup”, de Eric Ries.

Lançado nos Estados Unidos em 2011, a obra também foi publicada no Brasil sob o título “A Startup Enxuta”.

O livro deu ao MVP as características usadas atualmente, rapidamente saiu do universo da tecnologia para ser aplicado por empreendedores de diversas áreas, tornando suas técnicas bastante úteis em lançar um novo negócio, produto, serviço, e simplesmente para ajudar a tirar um projeto pessoal do papel.

Na obra, o autor define MVP como:

“a versão do produto que permite uma volta completa do ciclo construir-medir-aprender, com o mínimo de esforço e o menor tempo de desenvolvimento”. (RIES, ERIC, livro Startup Enxuta, 2011)

Dessa forma, o MVP é o meio mais seguro de avaliar produtos e serviços, potencializando o lucro e minimizando os riscos.

Algumas empresas mundialmente conhecidas, utilizaram o MPV no início de seus negócios, como por exemplo o Facebook. A rede social foi testada inicialmente, dentro da Universidade de Harvard, este período foi extremamente necessário, pois foi possível identificar o que mais interessava às pessoas, se as interessavam e fazer alterações fundamentais ao longo do processo de validação.

A Apple também utilizou o MVP em seu Iphone 1, ele não possuía funções básicas, como copiar e colar e exigia o download do iTunes para a ativação. O objetivo da empresa era segurar algumas das funcionalidades, para que fossem lançadas nos próximos aparelhos e assim gerar euforia e ansiedade em seus clientes e isso ainda ocorre, a empresa lança produtos com novas funcionalidades e isso atrai, gera euforia e necessidade do cliente comprar o produto.

Tendo em vista que a utilização do MVP possui diversas vantagens, abaixo serão destacadas algumas dessas vantagens.

O baixo custo para o produto final, a redução de riscos de mercado, o ganho de tempo, o desenvolvimento com curto prazo e a aproximação com o cliente. Muitas das vezes para a criação de um novo produto ou serviço, o criador deseja inserir funcionalidades além do necessário para o público ou ocorre dispersão no nicho de clientes que deseja atingir. Através do MVP é possível ter a visão do cliente sobre o produto, antes de seu lançamento, isso possibilita fazer alterações e gerar um contato com os futuros clientes.

É de conhecimento geral as vantagens do MVP, mas se engana quem pensa que este método não possui desvantagens. Algumas delas são, a decisão da funcionalidade do produto, a demora para o lançamento do produto final, aguardar o feedback do cliente, devido a demora no retorno ou até mesmo não receber o retorno do cliente.

Na fase inicial de uma empresa, principalmente no comércio varejista, um dos primeiros investimentos a se pensar é a estrutura. O investimento em aluguel ou compra, decoração e mobília para o imóvel é um investimento que demora muito para retornar ao caixa. Até que a empresa comece a engrenar, conseguir uma carteira de clientes e um posicionamento no mercado de atuação, leva um certo tempo em que esse dinheiro investido na estrutura pode fazer muita diferença, esse pode ser o motivo de uma empresa não conseguir mais se sustentar.

O MVP trabalha com um modelo enxuto, que reduz riscos e custos, ainda sim testando a ideia e conhecendo a dinâmica do negócio na prática. Como disse Marcell Almeida no seu blog Guia definitivo para o MVP (Produto Mínimo Viável) -

“ O MVP prova a visão inicial da startup, revelando se aquela boa ideia corresponde mesmo um produto interessante (na vida real) ou se era apenas uma “expectativa utópica”, sem lastro com as demandas práticas do mercado.” (Marcell Almeida, blog Guia definitivo para o MVP)

A Ever Skate Shop começou dentro de uma kitnet na casa do empreendedor. Para fazer as primeiras vendas, foi necessário um trabalho muito forte e constante nas mídias sociais e principalmente, fazer presença entre os skatistas locais. Mas no início é necessário errar muito para entender como as coisas funcionam. Deve-se errar rápido, aprender com o erro, extrair toda experiência possível daquela situação e por fim corrigir sabendo que outros erros virão e o mais importante é não errar sempre nas mesmas coisas. Bruna Santos e Flavia Maria também falam sobre isso no seu livro Produto Mínimo Viável (versão Kindle): -

“O primeiro passo para se construir um MVP é não cometer o mesmo erro que cometemos. Elimine o fetiche da ideia milionária. Quanto mais cedo você compreender que essa jornada demandará muita dedicação e trabalho, melhor será

para a sua startup.”(Bruna Santos e Flavia Maria,livro Produto Mínimo Viável - versão Kindle)

Por meio das diversas formas de divulgação sem custo que a internet possibilita, a Ever conseguiu erguer-se sem nenhuma despesa fixa diretamente ligada à empresa. O dinheiro que foi economizado com a estrutura foi investido em produtos para o estoque, um cenário com fundo preto custou menos que R\$ 100,00 e alguns adesivos, que são tradição entre as marcas de skate.

Mantendo um trabalho constante, a empresa teve 6 milhões de visualizações em um único vídeo, sendo a skate shop mais vista no “Reels” do Instagram. Essas visualizações nas mídias começaram a gerar vendas online que foi o que mais contribuiu para a loja se manter.

Mas no princípio, havia pouquíssimas pessoas acompanhando a loja e cada nova compra para o estoque tinha que ser muito bem pensada. A maioria das lojas que se dizem “skate shops” no interior de São Paulo, na verdade são lojas de roupas de skate e não tem quase nada de peças de skate. Então, foi percebido isso desde o início e a loja se especializou no que mais faltava no mercado de skate local e regional. Artigos esportivos para skate street. Realmente deu certo. Os materiais eram vendidos a um custo mais acessível no início e isso nos fez ganhar no preço. Com o tempo fomos ganhando mais visibilidade e autoridade, gerando confiança nos clientes para que não tivessem medo de comprar e não chegar, que é o típico medo das compras online.

Para ajudar a criar confiança nos clientes, a loja usou (e continua usando) como prova social os feedbacks dos clientes que compraram seus produtos. Pelo WhatsApp o empreendedor perguntava a opinião dos clientes e fazia questionamentos sobre o que poderia melhorar. Então, a grande maioria das respostas era composta por vários elogios. Com isso, bastava tirar um print e publicar marcando o cliente que deu o feedback. Dessa forma, várias pessoas que acompanham a Ever podiam ver uma prova de que o produto é bom e satisfatório. Da mesma forma, sempre que um cliente comprava, era pedido que divulgasse a peça que comprou marcando a loja se fosse possível. Então a Ever repostava essas fotos e fortalecia ainda mais seu nome.

“A hipótese de valor é formulada para testar se o produto ou serviço de fato oferece valor aos clientes no momento em que o estão utilizando” (RIES, 2012, p. 56).

Inicialmente os clientes eram atendidos um por um no chat do Instagram e WhatsApp. A intenção da empresa sempre foi fazer um atendimento excepcional, de forma que o cliente ficasse encantado. Então a Ever utiliza métodos para isso como responder rápido (até mesmo

fora de horário), chamar o cliente pelo nome, fazer perguntas que demonstram a preocupação em satisfazer a verdadeira necessidade do cliente, e alguns outros meios de criar relacionamento e empatia com o comprador. Pelo fato de que a Ever sempre foi uma loja online, para visualização dos produtos, no início era enviado um catálogo da loja que foi feito sem custo nenhum pelo Google Apresentações, assim o cliente escolhia o produto, era calculado o frete pelo “Melhor Envio”, que é uma plataforma que calcula o frete em diferentes transportadoras para encontrar o mais viável, e depois eram coletados os dados necessários para o envio e a venda era realizada.

A Ever nunca comprou máquina de cartão. Para evitar esse custo e ainda sim não perder negócios, a empresa sempre utilizou o link de pagamento do Mercado Pago, que é enviado para o cliente sempre que surgem vendas no cartão de crédito. Atualmente com o site, isso não costuma ser necessário, pois já tem uma plataforma de pagamento por cartão integrada ao e-commerce. Mas no início de todo pequeno negócio, isso permite várias vendas. Quando a loja começou a arcar com taxas de cartão, teve que aumentar o preço de todos os seus produtos, já levando em consideração os custos com essas taxas. No entanto, como forma de benefício para o cliente, é oferecido um desconto em pagamentos à vista no pix, transferência ou dinheiro (para os clientes locais).

“Elimine todo recurso, processo ou esforço que não contribui diretamente com a aprendizagem que você procura” (RIES, 2012, p. 80)

Depois de vários meses trabalhando desta forma, a empresa decidiu fazer um site, pois isso iria automatizar todo o processo e não exigiria tempo do empreendedor, que poderia focar em outras tarefas e aumentar muito a produtividade. Então, foi decidido que o site seria feito pela Nuvem Shop, plataforma auto-programada na qual a empresa só permite personalizar a loja e trabalha nos mecanismos de marketing e administrativos. O Plano mensal é R\$ 50,00. E essa foi a primeira despesa fixa que a loja assumiu.

Em seguida, para fortalecimento de marca e posicionamento do nome da loja, foi realizado um patrocínio de um atleta muito reconhecido, que é referência no skate do estado de São Paulo. Assumindo uma segunda despesa fixa de um valor que poderia arcar tranquilamente.

Durante todo esse tempo, o fator decisivo para a Ever se manter no mercado e conquistar seu público-alvo, foi o envolvimento direto na cultura do esporte que trabalha. Por meio de campeonatos, eventos, vídeos, ações sociais e uma presença constante nas pistas de skate da região, a loja se posicionou.

Nas lojas de skate, é comum que os atendentes não entendam a diferença técnica na performance e material de cada peça. A ideia da Ever sempre foi mostrar para os clientes que realmente sabemos do que estamos falando e somos verdadeiros especialistas quando se fala de Skate Street. Esse diferencial conquistou a confiança de vários skatistas. O fato de muitas lojas não entenderem tão profundamente sobre as peças ou não fazerem questão da qualidade, acaba resultando em muitas lojas com produtos de qualidade péssima, porém baratos. A Ever foi pelo caminho contrário. Ainda que tenha os melhores preços, é somente nos produtos de qualidade excelente. Na Ever atualmente não se encontra um skate de brinquedo, nem com rodas de gel que grudam no chão. Os skates mais baratos custam em torno dos R\$410,00, mas tem a qualidade garantida em todos os detalhes.

O que mais contribuiu para ganhar a confiança dos clientes, foram os vídeos ensinando, dando dicas e explicando tudo sobre nossos produtos. Isso gerou autoridade para o nome da marca e fez com que os clientes confiassem cada vez mais para comprar sem se preocupar com a procedência do produto, pois até mesmo no ramo skate existem casos de falsificação e réplicas de peças. Porém isso não foi problema, já que a marca sempre se posicionou como especialista.

“As Startups também têm um norte verdadeiro, um destino em mente: criar um negócio próspero e capaz de mudar o mundo” Eric Ries, Lean Startup (p. 324 do PDF)

O grande lance para o sucesso da Ever foram os vídeos que geraram um grande volume de audiência, onde uma parte desse volume foi conduzida até à realização da venda. Para que os vídeos possam ter uma audiência considerável, é necessário haver um planejamento de conteúdo, estratégia de marketing e muito conhecimento sobre o público e o produto que se vende. Além de uma mera habilidade com edição de vídeos e identificação de tendências.

Atualmente, com pouquíssimos custos fixos e sem nunca ter aplicado dinheiro em campanhas de marketing, a Ever pode investir no que realmente importa: produtos de alta qualidade que chamam a atenção e colocam a empresa para competir com as maiores skate shops do mercado, que são as poucas que conseguem investir nos mesmos produtos.

3 CONCLUSÃO

O MVP utilizado de maneira correta nas empresas, age de maneira positiva e de forma que às salvam. Fazer muito com pouco e chegar no modelo perfeito sem gastar tanto, esta é a ideia do MVP.

O modelo foi e é utilizado em grandes empresas, que começaram com pouco e hoje se tornaram grandes marcas mundiais.

Na Ever, com a aplicação do modelo, obteve as principais vantagens, ganho de tempo, baixo custo para o produto final (sem gastos além do necessário), desenvolvimento com curto prazo, redução de riscos de mercado (aceitação dos clientes) e aproximação com o cliente (feedback).

Com a aplicação do MVP na Ever Skate Shop não foi diferente, podemos concluir que foi possível o teste dos principais pontos básicos de execuções de serviços e vendas de produtos, obtendo assim custos reduzidos e agilidade. Com isso, a empresa conseguiu fazer muito com pouco, se reinventando e alcançando um modelo de negócio com baixo custo, mantendo a rentabilidade.

REFERÊNCIAS

RIZZATTI, Fernando. **Aprender para vender: o que a estratégia MVP ainda tem a ensinar para as empresas?** [S. l.]: Daniel Cardoso, 17 ago. 2020. Disponível em: <<https://www.profissionaldeecommerce.com.br/aprender-para-vender-o-que-a-estrategia-mvp-ainda-tem-a-ensinar-para-as-empresas/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

BRAIN, (Brazil). **MVP: vantagens e passos para fazer um produto mínimo viável**. Brazil: REDAÇÃO BRAIN, 27 ago. 2020. Disponível em: <<https://inovacaobrain.com.br/mvp-vantagens-e-passos/#:~:text=Com%20o%20MVP%2C%20voc%C3%AA%20consegue,parte%20inicial%20do%20seu%20produto>>. Acesso em: 23 set. 2022.

GOMES, Tallis. MVP ou Mínimo Produto Viável: o que é e exemplos. *In*: GOMES, Tallis. **MVP ou Mínimo Produto Viável: o que é e exemplos**. Brasil: Tallis Gomes, 10 maio 2021. Disponível em: <<https://g4educacao.com/portal/o-que-e-mvp/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

ENDEAVOR. O Guia Prático para o seu MVP – Minimum Viable Product. *In*: ENDEAVOR. **O Guia Prático para o seu MVP – Minimum Viable Product**. [S. l.]: Endeavor, 20 jul. 2016. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/mvp/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

RIES, Eric - **A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas** / São Paulo, 2012.

ALMEIDA, Marcell - **Guia Definitivo para o MVP**. Disponível em: <<https://conteudo.produto.io/guia-definitivo-para-o-mvp-produto-m%C3%ADnimo-vi%C3%A1vel-b237c8cb2708>>, Acesso em: 14 out. 2022

Disponível em:

<<https://citacoes.in/citacoes/111011-helen-keller-sozinhos-pouco-podemos-fazer-juntos-podemos-faz/#:~:text=Helen%20Keller%20frase%3A%20Sozinhos%2C%20pouco,Cita%C3%A7%C3%B5es%20e%20frases%20famosas>>, Acesso em: 16 set. 2022