



**VIII SINGEP**

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## **Inovação em modelos de negócios de start-ups brasileiras no setor educacional**

*Innovation in business models of Brazilian start-ups in the educational sector*

**THIAGO DE LUCA SANTANA RIBEIRO**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**GUSTAVO SILVA GONÇALVES**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**JOSÉ EDUARDO VALLADARES TEIXEIRA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

**BENNY KRAMER COSTA**

UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

### **Nota de esclarecimento:**

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o VIII SINGEP e a 8ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **01, 02 e 03 de outubro de 2020**.

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecimentos à CAPES



**VIII SINGEP**

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## **Inovação em modelos de negócios de start-ups brasileiras no setor educacional**

### **Objetivo do estudo**

Analisar como as start-ups brasileiras do setor educacional inovam na criação, proposição e captura de valor em seus modelos de negócio.

### **Relevância/originalidade**

A ampliação da oferta de vagas nas IES privadas levou a intensificação da competição entre essas instituições, que resultou numa pressão constante por maior eficiência operacional e aumento da qualidade de serviços. Este cenário criou um espaço para a ampliação da oferta de soluções de tecnologia educacional, que várias novas empresas que se constituíram no Brasil nos últimos anos veem tentando ocupar (Ferreira, Rosado, Lemgruber, & Carvalho, 2019). Até onde sabemos, este é o primeiro trabalho brasileiro a analisar a inovação dos modelos de negócios das start-ups do setor educacional brasileiro.

### **Metodologia/abordagem**

Para esta investigação, realizamos um estudo de caso múltiplo contemplando 6 start-ups do setor educacional. Nossos levantamentos de campo compreenderam entrevistas com diretores, observações e documentos como fontes de dados. Para esta investigação, realizamos um estudo de caso múltiplo contemplando 6 start-ups do setor educacional. Nossos levantamentos de campo compreenderam entrevistas com diretores, observações e documentos como fontes de dados. As entrevistas foram feitas pessoalmente, por Skype ou, em alguns casos, por e-mail. Utilizamos como suporte para as entrevistas semi-estruturadas realizadas um questionário desenvolvido com base na escala de IMN proposta por Clauss (2017).

### **Principais resultados**

Analisamos 10 sub-tópicos do Modelo de Clauss (2017). São alguns extratos de nossos resultados: a) Treinamento dos funcionários e novas competência: O ritmo acentuado da competição observado no mercado de educação superior abriu novas oportunidades para empresas da área de tecnologia, mas imprimiu uma necessidade constante de atualização. O treinamento dos funcionários e o desenvolvimento de novas competências passou a ser imperativo. Para a fundadora da start-up D, ligada à área de tecnologia para o segmento educacional, “pessoas são sempre o maior ativo de todas empresas, mas em startups (como a nossa), pessoas são mais do que “o maior ativo”, pessoas são “tudo””. A fundadora complementa revelando a dificuldade que se é reter talentos, principalmente na área de tecnologia. Uma forma de se driblar isso “são desafios e possibilidade de crescimento profissional e pessoal, procurando permitir aos colaboradores condições para serem desafiados e mostrarem o seu valor”. B) Novos processos: “Lean Startup. Falhamos rápido, barato e aprendemos rápido” (fundadora da start-up B). A ideia por trás deste conceito é criar protótipos rápidos, baseados nas necessidades trazidas pelo mercado e usar do feedback dos clientes para desenvolvê-los muito mais rapidamente do que por metodologias tradicionais. Esta é a forma que as start-ups usam para conciliar a rapidez do mercado com a escassez de seus recursos.

### **Contribuições teóricas/metodológicas**

Percebemos que na criação de valor o desenvolvimento de competências acontece de forma informal e desestruturada. Na proposição de valor, há muita criatividade pelas start-ups na oferta, mas pouca atenção em seus canais e nos relacionamentos com os clientes. Na captura de valor, há foco demasiado na busca por receitas, mas desatenção no controle de custos e na estrutura de precificação.

### **Contribuições sociais/para a gestão**

Destacamos que a ausência de recursos e o dinamismo do mercado impulsiona as empresas iniciantes a colaborarem e cocriarem o valor entre si dentro do ecossistema de inovação. Para desenvolverem competências, recursos técnicos e novas parcerias, as start-ups praticam ações colaborativas como compartilhamento de informações em grupos de WhatsApp, compartilhamentos de plataformas e criação de eventos conjuntamente.

**Palavras-chave:** Inovação em Modelos de Negócios, Modelos de Negócios, Instituição de ensino superior, start-up, Ensino Superior



VIII SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade  
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability  
ISSN: 2317-8302

8TH INTERNATIONAL CONFERENCE



## *Innovation in business models of Brazilian start-ups in the educational sector*

### **Study purpose**

Analyze how Brazilian start-ups in the educational sector innovate in creating, proposing and capturing value in their business models.

### **Relevance / originality**

The expansion of the offer of vacancies in private HEIs led to intensified competition between these institutions, which resulted in a constant pressure for greater operational efficiency and an increase in the quality of services. This scenario created a space for expanding the offer of educational technology solutions, which several new companies that have formed in Brazil in recent years have been trying to occupy (Ferreira, Rosado, Lemgruber, & Carvalho, 2019). As far as we know, this is the first Brazilian work to analyze the innovation of the business models of start-ups in the Brazilian educational sector.

### **Methodology / approach**

For this investigation, we conducted a multiple case study covering 6 start-ups from the educational sector. Our field surveys included interviews with principals, observations and documents as sources of data. For this investigation, we conducted a multiple case study covering 6 start-ups in the educational sector. Our field surveys included interviews with directors, observations and documents as sources of data. The interviews were conducted in person, via Skype or, in some cases, by email. We used a questionnaire developed based on the IMN scale proposed by Clauss (2017) to support semi-structured interviews.

### **Main results**

We analyzed 10 sub-topics of the Clauss Model (2017). Here are some extracts from our results: a) Training of employees and new competences: The accelerated pace of competition observed in the higher education market opened up new opportunities for companies in the technology area, but created a constant need for updating. Training of employees and the development of new skills has become imperative. For the founder of start-up D, linked to the technology area for the educational segment, "people are always the biggest asset of all companies, but in startups (like ours), people are more than " the biggest asset ", people are "everything". The founder adds, revealing the difficulty of retaining talents, especially in the area of ??technology. One way to circumvent this "are challenges and the possibility of professional and personal growth, seeking to allow employees conditions to be challenged and show their value". B) New processes: "Lean Startup. We fail fast, cheap and learn fast "(founder of start-up B). The idea behind this concept is to create rapid prototypes, based on the needs brought by the market and use customer feedback to develop them much more quickly than by traditional methodologies. This is the way that start-ups use to reconcile the speed of the market with the scarcity of their resources.

### **Theoretical / methodological contributions**

We realize that in the creation of value, the development of skills takes place in an informal and unstructured way. In the value proposition, there is a lot of creativity by start-ups in the offer, but little attention in their channels and in customer relationships. In capturing value, there is too much focus on the search for revenue, but inattention on cost control and pricing structure.

### **Social / management contributions**

We emphasize that the lack of resources and the dynamism of the market drive, as start-ups to collaborate and co-create or value each other within the innovation ecosystem. To develop skills, technical resources and new partnerships, such as start-ups practiced collaborative actions, such as sharing information in WhatsApp groups, sharing applications and sharing events together.

**Keywords:** Business Models Innovation, Business Models, higher education institution, start-up, higher education