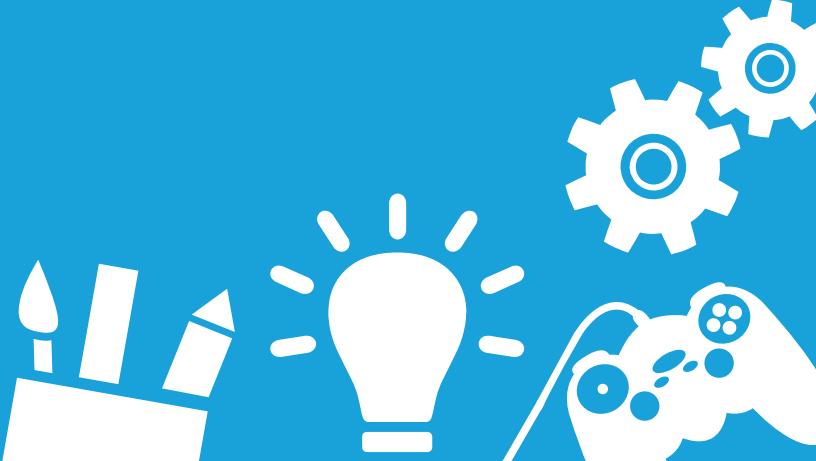




GUIA neu



DE SUPORTE AOS ALUNOS

ENTREI NA UNIVERSIDADE
E QUERO EMPREENDER...

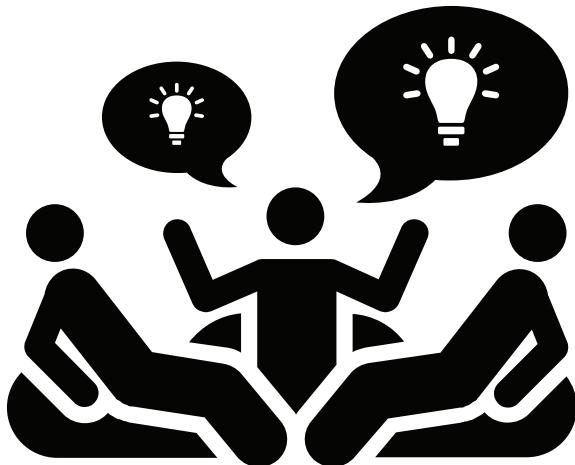


...Now WHAT?

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE EBOOK...

Sinceramente? Você vai encontrar um material preparado por pessoas apaixonadas por empreendedorismo. Em relação ao conteúdo:

- 1** Como sei se sou empreendedor?
- 2** Como posso me desenvolver como empreendedor na USP?
- 3** Tenho uma ideia. Como devo proceder?
- 4** Tenho um negócio nascente. Qual o próximo passo?



MAS ANTES, UM POUCO SOBRE o NEU

O NEU (Núcleo de Empreendedorismo da USP) é uma organização formada por alunos, pesquisadores e professores movidos por uma missão: desenvolver a cultura de empreendedorismo dentro da USP.

Nosso time é multidisciplinar e impulsionado por uma cultura de bastante autonomia e execução. Isso mesmo! Carregamos o espírito de “move fast and break things”, ou seja, a combinação de eficácia e aprendizagem, características presentes em nossos projetos.

Como nosso papel consiste na construção de um ecossistema empreendedor, todo o nosso trabalho possui como principal beneficiária a comunidade USP. Tal trabalho é desenvolvido com base em três pilares principais que consideramos essenciais para a formação de um empreendedor dentro da nossa universidade: INSPIRAÇÃO, CAPACITAÇÃO e CONEXÃO.



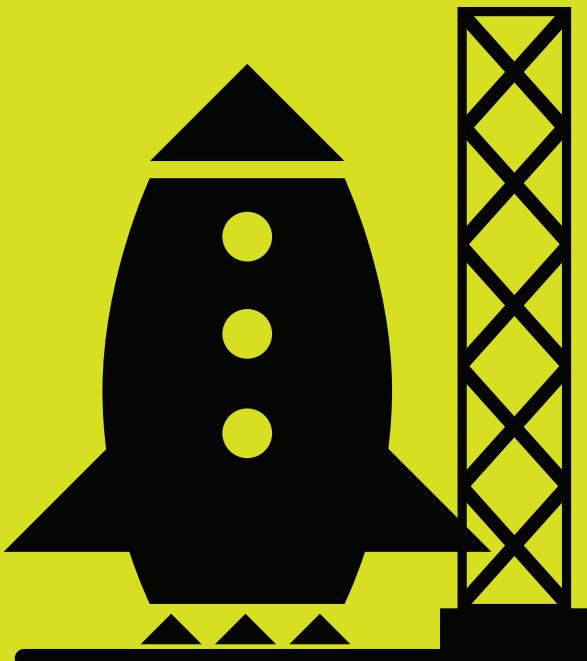
VAMOS LÁ: COMO SEI SE SOU EMPREENDEDOR MESMO?



É SÉRIO ESSE PAPO DE QUE EMPREENDEDOR NASCE SABENDO?

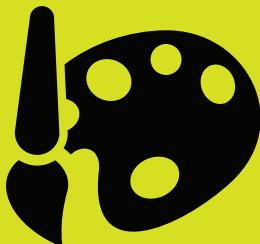
Um dos grandes mitos em torno do empreendedorismo é o de que o empreendedor nasce assim. Não, não nasce! Muitos dos traços comportamentais envolvem a criação da pessoa, bem como a cultura na qual ela está inserida. Esses traços se desenvolvem ao longo da vida - e isso envolve o desenvolvimento dentro da universidade.

Uma maneira de observar se você possui tais traços empreendedores é analisar seus interesses e iniciativas próprias ao longo da vida: atividades que envolviam bastante autonomia (ex.: jornal do colégio, clube de escotismo, etc), atividades envolvendo criação (ex.: LEGO, desenho, programação, etc) e imersão profunda em coisas que te interessavam (ex.: jogos, fã clubes, etc).



PARA SER EMPREENDEDOR, PRECISO SER UM CARA DE NEGÓCIOS?

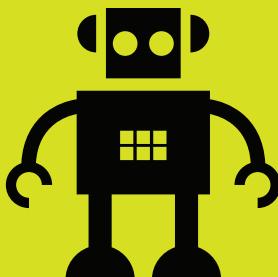
Não precisa, não! Você precisa apenas ser apaixonado por solucionar problemas na vida das pessoas, e em cima disso pensar em uma maneira de construir, de comunicar com o público e de gerenciar a operação. Geralmente, o perfil de um novo negócio - especialmente de startups - se sustenta em 3 áreas: design/criação, negócios e tecnologia.



DESIGN/CRIAÇÃO: é quem cuida de toda a identidade do negócio, garantindo que a comunicação com o cliente/usuário seja sempre a melhor possível. Através de apps e plataformas da web, essa área é a grande responsável pela experiência do usuário (UX), fundamental para interações virtuais.



NEGÓCIOS: é responsável pelas vendas e pelo gerenciamento da operação, não necessariamente sendo liderada por alguém de administração - o importante é existir alguém que faça a parte comercial muito bem e que consiga gerenciar o desenvolvimento do negócio.



TECNOLOGIA: é a parte na qual se concentra o desenvolvimento do produto. As empresas da USP carregam por natureza o foco no produto como DNA principal devido à ligação com o desenvolvimento de tecnologias. Lembrem-se, portanto, de oferecer sempre a melhor solução para o seu usuário - o resto é consequência.

E QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM EMPREENDEDOR?

Alguns pesquisadores apontam 15 traços principais:

- 1** Compromisso;
- 2** Determinação e perseverança;
- 3** Voltar-se para conquistas e para o crescimento;
- 4** Orientar-se para metas e oportunidades;
- 5** Tomada de iniciativa e responsabilidade;
- 6** Consciência real e senso de humor;
- 7** Busca e fornecimento de feedback;
- 8** Autocontrole;
- 9** Tolerância perante ambiguidades, estresses e incertezas;
- 10** Assumir e partilhar riscos calculados;
- 11** Baixa necessidade de status e poder;
- 12** Integridade e confiança;
- 13** Determinação, prontidão e paciência;
- 14** Aprender a partir dos erros;
- 15** Construir equipes e formar heróis;



COMO POSSO ME DESENVOLVER COMO EMPREENDEDOR NA USP?



ACABEI DE CHEGAR. O QUE EU FAÇO AGORA?

Querendo ou não, as palavras “bixo” e “perdido” encaixam-se perfeitamente, em especial nos primeiros meses de aula na USP. Por isso, a seguir, vamos lhe dar uma mão, indicando onde encontrar pessoas, instituições e recursos na Cidade Universitária que contribuem para o seu desenvolvimento como empreendedor.



AGORA: UMA IMERSÃO NOS PROJETOS EXECUTADOS PELO NEU

INSPIRAÇÃO: bate papo com empreendedores, hackathons, workshops, competições, palestras, almoços com empreendedores, etc. Aqui é o momento no qual despertamos o interesse dos alunos e mostramos para eles, através de exemplos de alunos recém-formados que estão empreendendo de maneira bem sucedida, que é possível sim ter o empreendedorismo



CAPACITAÇÃO: o NEU dá toda a capacitação necessária para desenvolver um negócio do zero. Temos diversos casos de sucesso envolvendo capacitação, inclusive resultados como captação de investimentos, fusões com outras empresas e crescimento acelerado. Além disso, organizamos cursos e até mapeamos diversas disciplinas na USP envolvendo empreendedorismo.



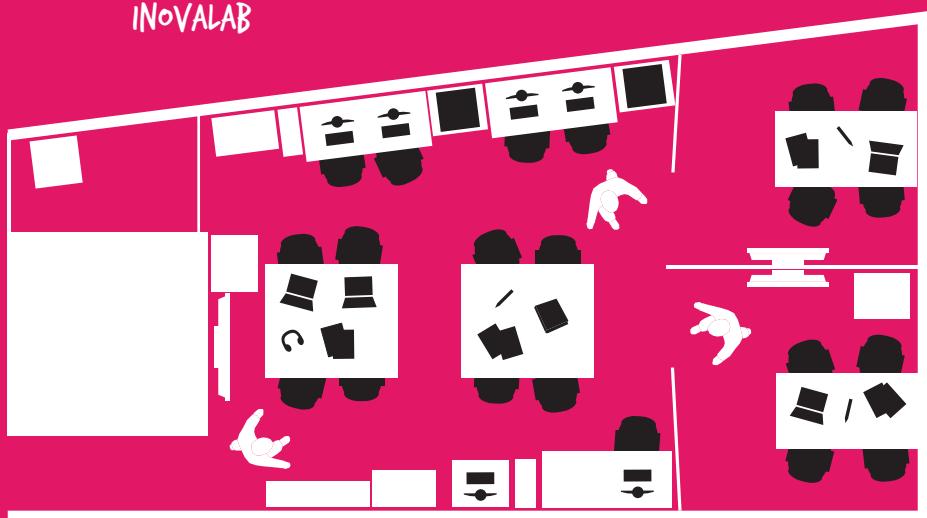
CONEXÃO: temos uma rede enorme, envolvendo investidores, empreendedores maduros, empresários, agentes de suporte, professores e muito mais! Tentamos sempre envolver essa rede nos nossos eventos e nas pontes para mentoria de empreendedores nascentes. Além disso, temos o STARTUSHIP, que conecta startups com alunos que querem estagiar - vai ficar de fora?



CONHEÇAM NOSSA CASA, O INOVALAB!

O laboratório Inovalab, situado no prédio da Engenharia de Produção da Escola Politécnica da USP foi uma das melhores coisas que aconteceram para o NEU. O laboratório é utilizado em diversas disciplinas e atividades de inovação da Escola Politécnica, e é encabeçado pelos professores Roseli Lopes, André Fleury e Eduardo Zancul - que foram muito bacanas em nos deixarem utilizar o laboratório como nosso QG fixo. O ambiente conta com impressoras 3D, computadores e diversos empreendedores convivendo o dia inteiro em uma espécie de ambiente de coworking, podendo contar com suporte e mentoria do NEU diariamente.

INOVALAB



MAS SÓ NO NEU É POSSÍVEL SE DESENVOLVER COMO EMPREENDEDOR?

Longe disso! Historicamente, muitas organizações estudantis são capazes de oferecer autonomia e habilidades necessárias para fortalecer o perfil empreendedor. Dentro da USP, destacamos algumas organizações e atividades interessantes:

- 1** Empresas juniores e suas competições envolvendo empreendedorismo (por exemplo, o Ser Empreendedor, da Poli Júnior);
- 2** Participação ativa em organizações como Grêmios, Atlética, Centro Acadêmico e Empresa Júnior;
- 3** Atividades que fortaleçam seu perfil de tecnologia, como o ThundeRatz (equipe de robótica da Poli), Clube de Biologia Sintética e Iniciações Científicas;
- 4** Ambientes hands-on ligados à USP (LAME-FAU, InovaLab@Poli e Garoa Hacker Clube).



OK. TENDO UMA IDEIA,
COMO DEVO PROCEDER?

?

?



ANTES DE COMEÇAR, AS BASES PARA EMPREENDER

A ideia é o primeiro passo na jornada da criação de um negócio! Como principais fontes de aprendizagem dessa fase, utilizamos dois livros: *CHANGE BY DESIGN*, de Tim Brown, e *THE FOUR STEPS TO THE EPIPHANY*, de Steve Blank. O primeiro faz uma abordagem interessante e enriquecedora sobre a criatividade e o desenvolvimento de novas ideias através do Design Thinking. Já o segundo, especialmente em seus capítulos iniciais, apresenta o papel da iteração no processo de desenvolvimento de um novo negócio.



PASSO I: ANALISAR PROBLEMAS E SOLUÇÕES

Antes de tudo, é fundamental que a sua ideia resolva um problema real. Portanto, pergunte-se sinceramente: “qual problema minha ideia pretende solucionar?”.

Após identificado o problema, para melhor entendê-lo, entre em contato com as pessoas que vivenciam esse problema diariamente e, se possível, vivencie-o por conta própria. Durante e após essa imersão, busque entender melhor as soluções oferecidas atualmente pelo mercado, pois também são fortes estimuladores de criatividade. Isso também é fundamental para não acabar “reinventando a roda”.

A regra aqui é: ser obcecado pelo problema do usuário. E como fazer isso? Assista a:

<http://www.customerdevlabs.com/2013/11/05/how-i-interview-customers/>



PASSO 2: ORGANIZAR IDEIAS

Munido de bastante informação acerca dos problemas do cliente, os insights começam a surgir. Coloque no papel todas as ideias que vierem à cabeça sobre o que foi absorvido. Sintetize ao máximo e organize. Resuma tudo isso novamente em apenas uma ideia de solução principal. Essa organização de pensamentos refina a ideia e aumenta a sua qualidade.

Com a ideia pronta, interaja com conhecidos, colhendo feedbacks e novas ideias. Após essa interação, melhore a estrutura do que foi criado.



PASSO 3: VALIDAR O INTERESSE DO MERCADO (DE VERDADE!)

Algo que muitos empreendedores demoram para entender é que interação com feedbacks positivos não indica necessariamente que a empresa será um sucesso. Frequentemente empreendedores acreditam em um “eu compraria” e, no momento da venda, recebem menos compras do que o esperado.

Para evitar esse erro, é importante validar o interesse do mercado com maior precisão desde o começo. Como a ideia ainda se encontra em fase embrionária, uma estratégia bastante comum é a criação de uma landing page pela qual se coletam dados (como nome, email, cidade, entre outras informações) de reais interessados na proposta do negócio. A ideia fundamental é medir o quanto interessado o cliente está no que está sendo oferecido.



PASSO 4: MODELAGEM DO NEGÓCIO

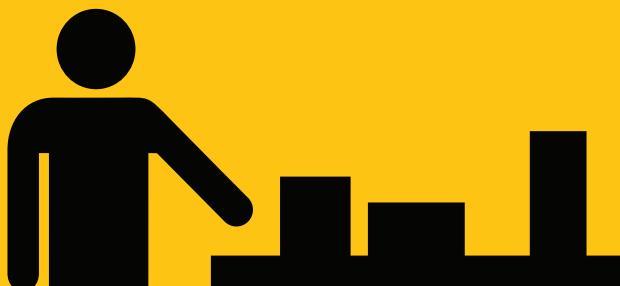
Uma ideia é algo ainda em estágio muito cru. Uma maneira de evitar muitas incoerências é transformá-la, mesmo que no papel, em um modelo de negócios. Isso faz com que o empreendedor se atente para questões como parceiros, fornecedores, funcionários, recursos, custos - que muitas vezes são esquecidos no êxtase da idealização.

Durante essa etapa, recomenda-se que sejam feitas análises de modelos atuais, para servir de base para o desenho do seu modelo e verificar sua viabilidade. Esse processo pode usar como base o BUSINESS MODEL CANVAS, proposto no livro Business Model Generation, de Alexander Osterwalder. O canvas estrutura um quadro com os principais pontos aos quais um empreendedor deve se atentar na formatação de um modelo de negócios.

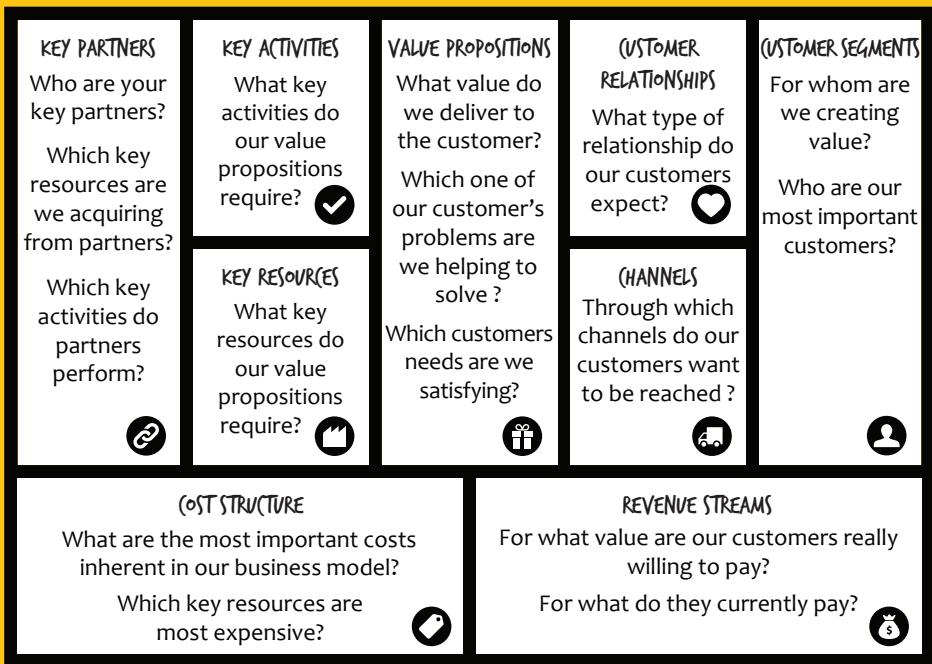
Após estudar outros modelos e entender o funcionamento de alguns negócios, desenhe o seu, inspirado no melhor de cada um e nas ideias que já carrega com você para inovar as propostas.

Com o diagrama desenhado, apresente-o para algumas pessoas, interaja e busque alguns feedbacks sobre o que pode ser melhorado. Descubra também outros negócios que atuam com propostas semelhantes. Feito isso, melhore os pontos apresentados e redefina o seu modelo.

Existem algumas barreiras que podem impedir um empreendedor de executar o seu negócio, como impedimentos legais, limitações tecnológicas, parcerias inatingíveis e escassez de recursos financeiros. Para aumentar as chances de sucesso do seu empreendimento, procure essas limitações o mais cedo possível e tente estudar a fundo o processo de viabilização.



THE BUSINESS MODEL CANVAS



OS PRIMEIROS PASSOS DA OPERAÇÃO

Vale lembrar que o Canvas é um modelo que sempre muda, pois nem sempre as premissas adotadas são válidas. Isso está fortemente relacionado com a definição do termo “startup”: uma estrutura de empresa em estágio inicial que tem como objetivo validar hipóteses e encontrar um novo modelo de negócios escalável por meio de interações reais com o mercado.

Dois livros fundamentam essa etapa: THE LEAN STARTUP, de Eric Ries, e ART OF THE START, de Guy Kawasaki. O primeiro apresenta uma ótima metodologia voltada para a aprendizagem por meio da validação de hipóteses sem grandes desperdícios (especialmente de tempo e dinheiro), e o segundo apresenta uma excelente abordagem de muitos pontos a considerar na criação de um negócio.

Alguns pontos são de importante consideração no momento em que se iniciam interações comerciais reais. É preciso focar em um público específico, com uma entrega específica e com um grande foco em aprendizado. Essa é uma etapa de crescimento geralmente sustentada por investimentos de pessoas mais próximas ou por meio de bootstrapping (capital próprio).

Essa fase pode ser dividida em três tópicos: “alcançar primeiros usuários”; “definição de hipóteses”; “análise por métricas em funil”.

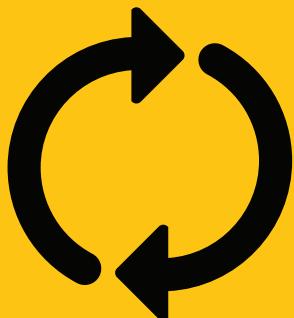


OS PRIMEIROS PASSOS DA OPERAÇÃO

ALCANÇAR PRIMEIROS USUÁRIOS: esse público é composto por entusiastas e visionários dispostos a testar e a comprar produtos em estágios mais rudimentares, e é dele que nascem muitos feedbacks, parcerias e até mesmo financiamentos.



DEFINIÇÃO DE HIPÓTESES: Eric Ries é um forte defensor da metodologia científica aplicada ao processo de aprendizagem de uma startup. Para isso, ele apresenta em seu livro o ciclo BUILD-MEASURE-LEARN. No entanto, como o próprio autor ressalta, é importante que esse ciclo seja executado de maneira inversa. Por exemplo: em primeiro lugar, defina a premissa que você quer validar, “as pessoas usariam mesmo calça roxa?”, em segundo lugar, defina as métricas, “número de calças roxas vendidas pela nossa empresa em um mês”; por último, construa algo para gerar essa métrica.



MÉTRICAS PARA PIRATAS: no ramo de gestão e marketing de produto, as “metrics for pirates” (nome dado devido à junção das iniciais de cada métrica: AARRR) são frequentemente utilizadas. São elas: ACQUISITION, ACTIVATION, RETENTION, REFERRAL e REVENUE.

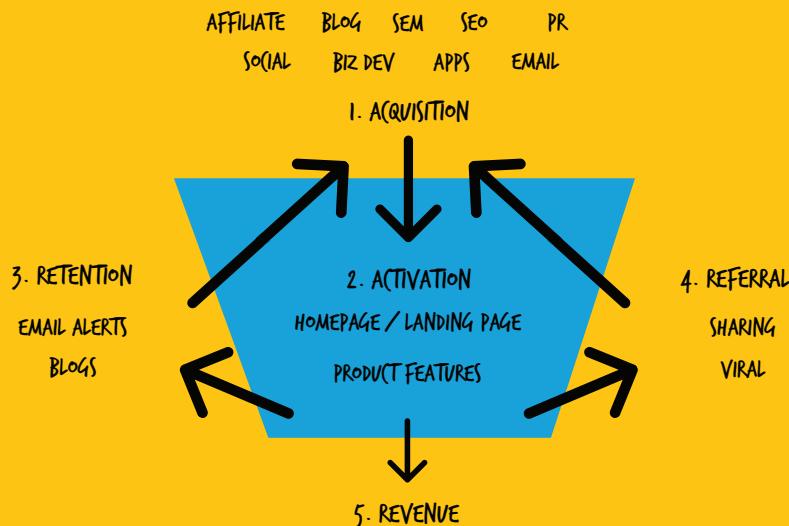


AS MÉTRICAS PARA PIRATAS EM DETALHE

Em suma, as métricas para piratas funcionam, na prática, do seguinte modo:

- 1 ACQUISITION: usuários de vários canais vêm ao site;
- 2 ACTIVATION: usuários apreciam a primeira visita e têm boa experiência de uso;
- 3 RETENTION: voltar-se para conquistas e para o crescimento;
- 4 REFERRAL: orientar-se para metas e oportunidades;
- 5 REVENUE: tomada de iniciativa e responsabilidade;

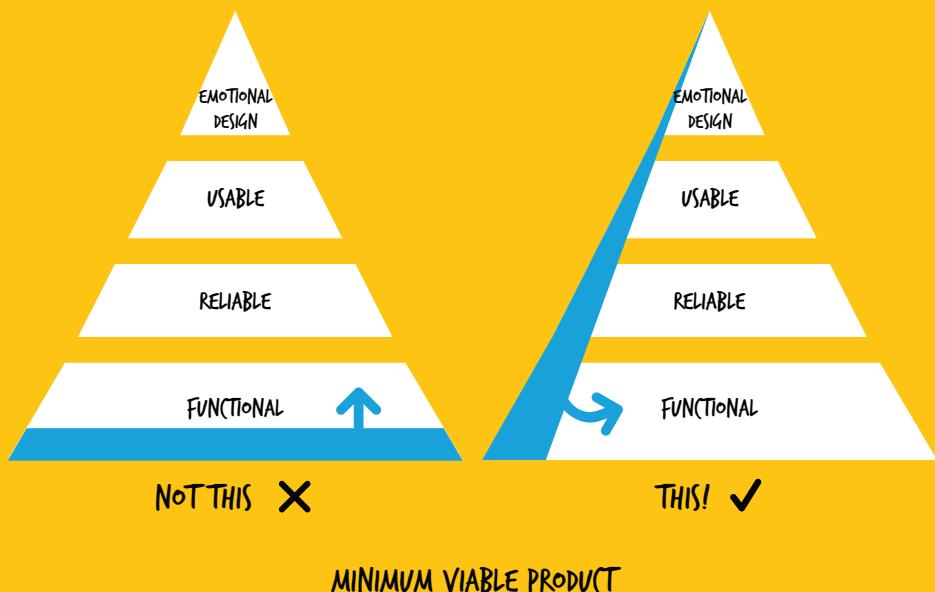
CUSTOMER LIFECYCLE / CONVERSION BEHAVIOR



O PROCESSO DE VALIDAÇÃO E O MVP

Em vez de produzir algo complexo e trabalhoso, pode-se testar uma premissa sem grandes dispêndio financeiro e de tempo através de um MVP (minimum viable product). A ideia é completar uma iteração (geração de ideia, prototipagem, apresentação, coleta de dados, análise e aprendizado) o mais rápido possível. Nas palavras de Steve Blank: “você está vendendo a visão e entregando o pacote mínimo de características para visionários, e não para todos”.

Alguns exemplos interessantes de MVP: experiência em pequena escala do serviço que se pretende oferecer; vídeo explicando o produto; landing page explicando funcionalidades; uso de Whatsapp para prestar serviços, etc. Todas essas são maneiras simples, porém efetivas, para fins de validação, e que os visionários aceitariam sem gerar problemas para o negócio em fase de desenvolvimento. Nesta fase, o objetivo final não seria necessariamente a construção de um produto, mas o esforço em realizar interações com usuários e aprender ao máximo.



NOW, THE IMPORTANT ONE: GROWTH

Após validar a maioria das hipóteses principais, tem-se um modelo de negócios que passou por uma aprovação do mercado e amadureceu a partir da interação com a realidade por meio de protótipos. Chega a hora de começar a dar passos mais largos. O novo foco do empreendimento é começar a gerar lucros maiores e ganhar escala, podendo receber investimentos polpidos.

Mas, calma. Será que você não está escalando muito cedo?

É importante aguardar o momento ideal para escalar. Vale mais a pena completar alguma iterações de aperfeiçoamento com uma pequena quantidade de usuários e escalar um produto de alta qualidade do que escalar um produto pouco desenvolvido para um grande público.

O aumento do número de clientes traz consigo não só um aumento no faturamento, mas também um aumento de problemas. Esses problemas forçam o empreendedor a estruturar melhor os processos da empresa, que no começo eram mais flexíveis pois permitiam que ela fosse mais responsiva e ágil. A ausência de processos eficientes pode gerar grandes problemas em um estágio mais avançado. Por isso, é importante que a equipe consiga desenhar uma estrutura organizada para as entregas, de modo que, a ampliação de escala seja sustentada por esses processos.



E COMO CRESCER COM CONSISTÊNCIA?

Alguns livros possuem uma rica abordagem sobre o amadurecimento do empreendedor e de sua empresa. Utiliza-se nesta parte: WINNING, de Jack Welch, e GOOD TO GREAT, de Jim Collins. Ambos são livros centrados em questões objetivas acerca da administração de um negócio, sendo o primeiro mais voltado para a gestão eficaz de uma maneira geral e o outro mais voltado para aspectos humanos, como liderança e cultura organizacional.

Mesmo com uma glamourização de grandes aportes de capital de risco, é interessante vivenciar o crescimento orgânico do negócio, pois se trata de um momento de grande desenvolvimento das pessoas envolvidas na operação. Quer saber mais sobre investimento e crescimento no Brasil? Confira o ótimo canal do empreendedor Marco Gomes: <https://www.youtube.com/user/140mba>.

O desenvolvimento de pessoas é um tema bastante complexo e seria impossível resumi-lo em apenas uma página. Um ponto de suma importância é o modelo de contratação e desenvolvimento de funcionários, a geração da cultura organizacional para a estruturação da empresa e a alocação ótima de talento no negócio.

Com o crescimento da empresa, algumas habilidades e conhecimentos se tornam mais importantes que outros, e isso é muito particular de cada empreendimento. Existem tópicos importantes a todos os setores, como a formação de líderes e o conhecimento das especificidades e problemas do ramo, porém a partir desse ponto a forma de crescimento varia muito de setor para setor.



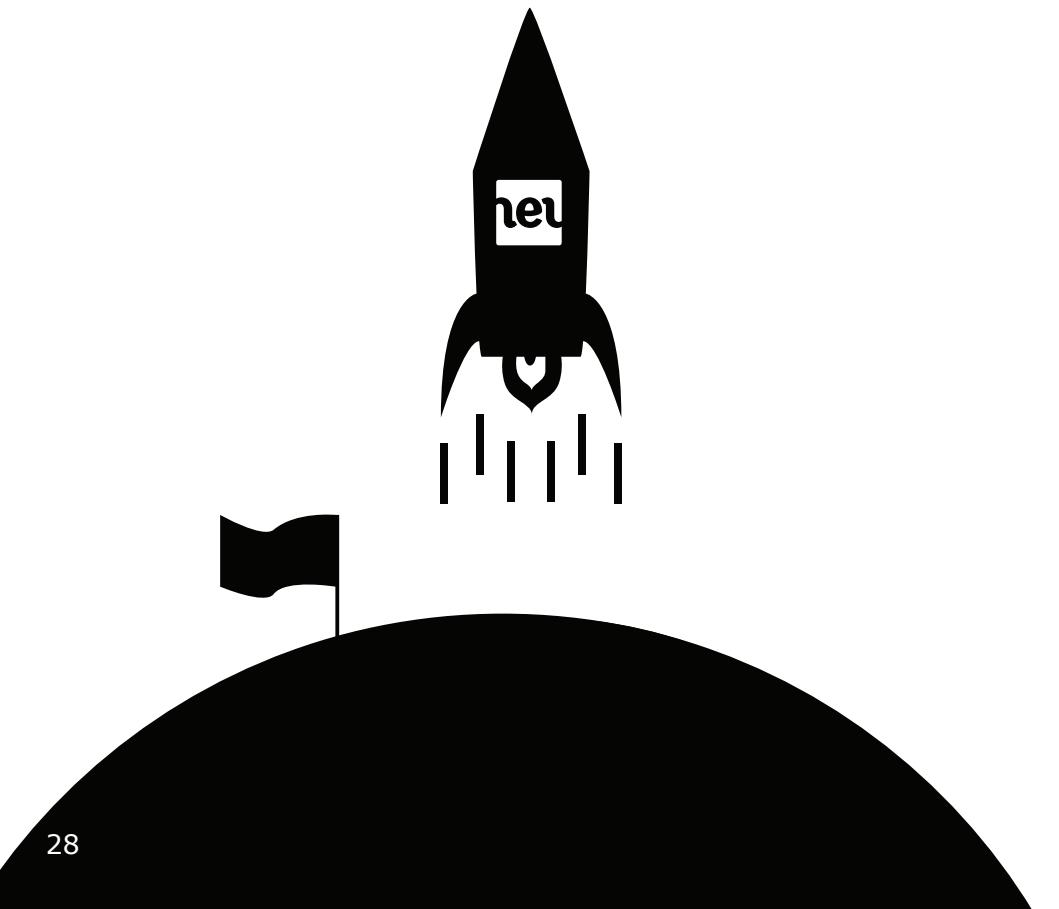
TENHO UM NEGÓCIO NASCENTE.
QUAL O PRÓXIMO PASSO?



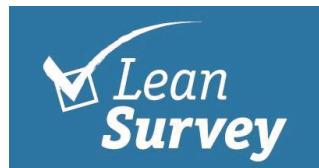
PRÓXIMOS PASSOS, COM O NEU!

Até mesmo empreendedores mais maduros podem se beneficiar do NEU, visto que a organização se encontra muito bem relacionada no mercado. Temos na nossa rede diversos fundos de investimentos, veículos midiáticos, aceleradoras, outras empresas, universidades, investidores e parceiros nacionais e internacionais que podem ajudar na alavancagem do negócio.

Muitas startups nos procuram com o objetivo de captar estagiários para expandir operações, então podemos ajudar você também!



E QUais AS STARTUPS USP DA REDE NEU?



CAOS FOCADO.

Agrid

taqtile.



Cuide.me

genera
INovação em SAÚDE

 **ITATIJUCA**
Biotech

APOIADORES E MÍDIA



ABjICA **InovaLab@Poli**



GOSTOU? ESTAMOS AQUI
PARA AJUDAR :)

WWW.USPEMPREENDE.ORG

WWW.FACEBOOK.COM/USPEMPREENDE

CONTATO PARA APOIO A STARTUPS USP:
STARTUPLAB.NEU@GMAIL.COM

LOCALIZAÇÃO: INOVALAB@POLI
AV. PROFESSOR LUCIANO GUALBERTO, 1289, SP
(É SÓ ENTRAR E COMEÇAR A EMPREENDER!)

