

Cauã Borges Faria (834437), Vitor Rodrigues da Mata (831591), Felipe Toledo de Souza (832705)

Questão 4

Empresa de tecnologia esportiva focada em melhorar a experiência das transmissões de futebol. Seu principal produto é um mini-mapa dinâmico exibido no canto inferior da tela durante os jogos, que mostra em tempo real a posição dos jogadores em campo, utilizando tecnologia de rastreamento por sensores ou visão computacional. Permitindo o telespectador acompanhar melhor o que está acontecendo no campo, mesmo quando a câmera está focada em uma parte específica.

O público-alvo da empresa são emissoras de TV, plataformas de streaming e ligas esportivas.

A fonte de receita será baseada em licenciamento de tecnologia e planos de assinatura anuais, permitindo o acesso ao sistema de mini-mapa e aos dados de rastreamento. A empresa também poderá oferecer pacotes personalizados, com funcionalidades extras como estatísticas táticas, branding ou integração com sistemas internos dos clubes.

O modelo de negócios é B2B (Business to Business), já que oferece seu produto diretamente para empresas do setor esportivo. Porém, pode evoluir para um modelo SaaS (Software as a Service), com uma plataforma online para gerenciamento e personalização da ferramenta.

Questão 5

Negócios não tecnológicos geralmente envolvem produtos ou serviços tradicionais (como alimentação, comércio físico). Eles possuem barreiras de entrada mais baixas, e são mais aceitos pelo público geral. No entanto, podem ter crescimento mais lento, menos escalabilidade e estão mais vulneráveis a mudanças tecnológicas e concorrência inovadora.

Já os negócios tecnológicos se baseiam em soluções digitais, automação, software ou inovação em processos. Suas principais vantagens incluem alta escalabilidade, automatização de operações e potencial de crescimento exponencial. Porém, eles exigem maior investimento inicial, equipe especializada, e têm riscos mais altos.

Negócios tecnológicos com baixo grau de inovação geralmente aplicam tecnologias já consolidadas para oferecer soluções que já existem no mercado. As vantagens são a facilidade de implementação, menor risco de rejeição pelo mercado, e modelos de negócio já testados. A desvantagem é a alta concorrência, tornando mais difícil se destacar no mercado.

Negócios tecnológicos com alto grau de inovação propõem novas formas de resolver problemas ou criar novos comportamentos no mercado. As vantagens são o potencial de mudança, liderança de mercado e menor número de concorrentes. Porém, envolvem maior risco, pois o mercado pode não estar preparado, e exigem maior investimento em pesquisa e tempo.

Questão 7

O produto inovador proposto é um fone de ouvido com tradução simultânea em tempo real e funcionamento offline, utilizando técnicas avançadas de inteligência artificial para oferecer uma tradução precisa, fluida e natural. Nosso fone de ouvido tem como objetivo aumentar a praticidade e acessibilidade linguística das pessoas em diversas situações do dia a dia, podendo ser usado em reuniões com estrangeiros, funcionando como um tradutor mais ágil e eficiente, no consumo de mídias em outros idiomas sem depender de legendas ou dublagens, e em ambientes de aprendizado imersivo, permitindo que o usuário tenha contato constante com o idioma de interesse. O público-alvo inicial inclui pessoas interessadas em aprender novos idiomas, profissionais que participam de reuniões frequentes com estrangeiros, viajantes, estudantes de intercâmbio e empresas multinacionais, pois são os grupos que mais se beneficiariam dessa tecnologia. A estratégia de geração de receita será baseada na venda direta do produto, com possibilidade de expansão futura da linha através de modelos mais avançados, seguindo uma lógica semelhante ao mercado de celulares e garantindo a sustentabilidade do empreendimento ao longo do tempo.