

Validação da Ideia

1. Problema e Público-Alvo

Os principais problemas identificados estão relacionados à falta de motivação para manter a corrida de forma regular, à dificuldade em acompanhar desempenho e progresso, à baixa sensação de diversão e engajamento durante a prática e à monotonia na rotina de treinos.

Para compreender melhor o público-alvo, foram desenvolvidas duas pessoas que representam perfis distintos de usuários potenciais:

Persona 1: Maria, tem 27 anos e atua como Analista de Marketing.

Contexto: Trabalha em escritório, passa muito tempo sentada, já tentou academia, mas abandonou depois de alguns meses. Gosta da ideia de correr ao ar livre, mas sente dificuldade em se manter motivada.

Problemas/Dores:

- Não consegue acompanhar o ritmo de outros corredores
- Falta de disciplina e consistência
- Tédio em treinos repetitivos
- Sensação de fracasso quando não consegue manter a rotina
- Não saber se está progredindo de verdade

Como busca resolver:

- Pesquisa dicas rápidas de treinos no YouTube ou Instagram
- Compra tênis ou roupas novas para se motivar
- Tenta criar objetivos próprios, como praticar atividades físicas X vezes por semana

Persona 2: João, tem 24 anos e atua como Desenvolvedor de Software.

Contexto: Trabalha em home office, passa muitas horas em frente ao computador e sente que seu estilo de vida sedentário está afetando sua saúde. Ele gosta de atividades físicas ao ar livre e já tentou correr sozinho, mas se sente desmotivado por não ter metas claras ou acompanhamento de progresso.

Problemas/Dores:

- Dificuldade em manter uma rotina regular de treinos por falta de disciplina
- Sentimento de frustração ao não perceber evolução ou resultados
- Não sabe como equilibrar treinos com trabalho intenso
- Sente falta de conexão com outros corredores ou motivação social

Como busca resolver:

- Usa aplicativos de corrida básicos para medir distância e tempo
- Procura desafios ou planos de treino online, mas nem sempre os segue
- Tenta se motivar com playlists ou podcasts enquanto corre

- Participa de grupos online de corrida para compartilhar conquistas e receber incentivo

Assim, tanto João quanto Maria se esforçam para se manter ativos, mas enfrentam barreiras emocionais, como a falta de motivação e a rotina cansativa, além de barreiras práticas, como a repetição dos trajetos e a ausência de novidades. Atualmente, eles tentam superar esses desafios utilizando aplicativos de corrida tradicionais, acompanhando influenciadores ou combinando treinos com amigos. No entanto, essas alternativas não oferecem o nível de personalização e a interação social, tanto competitiva quanto colaborativa, que eles realmente desejam.

2. Pesquisa de Mercado e Concorrência

O mercado de aplicativos de corrida e bem-estar está em crescimento, impulsionado pela busca por hábitos saudáveis e pelo interesse em atividades ao ar livre. Segundo pesquisas recentes, milhões de pessoas enfrentam o desafio de manter a motivação em treinos regulares, o que demonstra que há um público amplo e em constante expansão para soluções digitais que apoiam esse processo. Tendências como gamificação, personalização e socialização mostram-se favoráveis à adoção de novas soluções.

No campo da concorrência, aplicativos tradicionais como Strava, Nike Run Club e Adidas Running oferecem acompanhamento de métricas e integração social básica, mas ainda se mostram limitados quando se trata de criar experiências mais imersivas, como rotas personalizadas ou desafios colaborativos entre usuários. Enquanto seus pontos fortes estão na credibilidade da marca e no monitoramento de dados, seus pontos fracos são a falta de dinamismo, a repetição de funcionalidades e a pouca ênfase em engajamento lúdico.

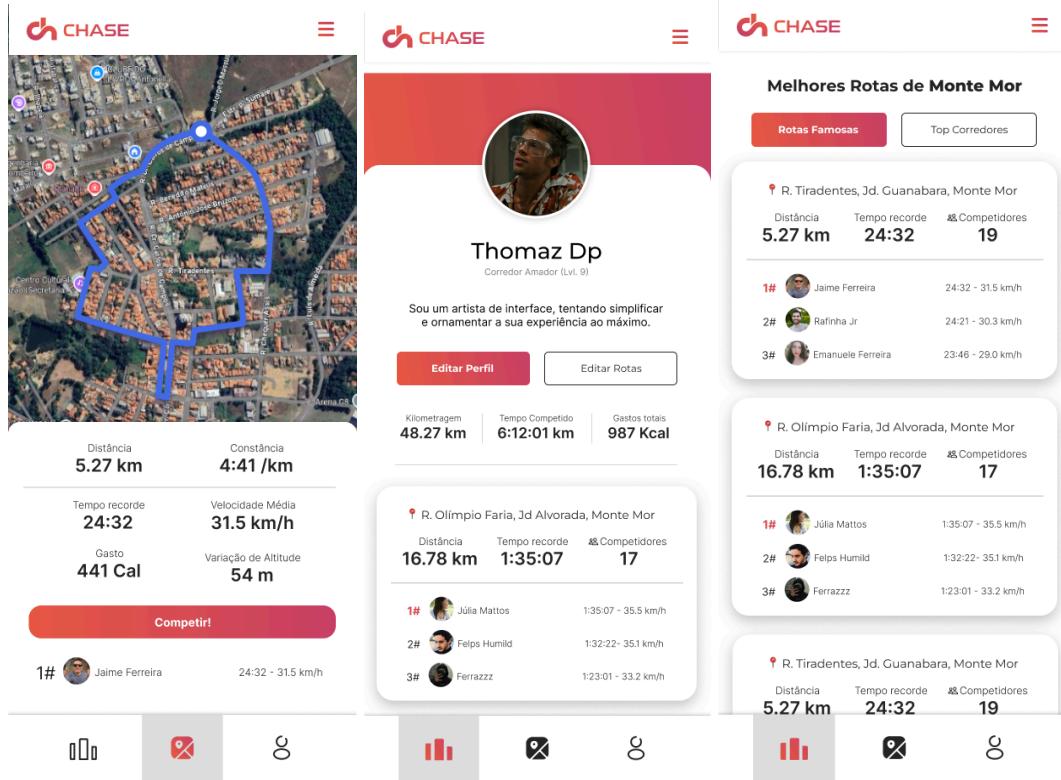
O diferencial da solução proposta está justamente na combinação entre personalização, gamificação e socialização ativa, permitindo que os usuários não apenas acompanhem seu progresso, mas também criem e conquistem rotas, participem de rankings e se sintam motivados por recompensas e desafios. Dessa forma, a proposta se posiciona como uma alternativa mais envolvente e inovadora em relação às soluções existentes.

3. Entrevistas e Pesquisas com Usuários

Formulário utilizado para coleta de respostas:

<https://docs.google.com/forms/d/1ENKCn8xWt7vLVDxvois5s23fIUpFZDa5ZtHDb5QcRAo/edit>

4. MVP/Protótipo



<https://www.figma.com/design/4Uc89tPYKJmkGYDoHKal4c/CHASE?node-id=0-1&t=BC3uXkFq7YMRoN3o-1>

5. Teste do MVP/Protótipo e Coleta de Feedback

O teste mostrou boa aderência à proposta. As pessoas se motivam principalmente por metas pessoais e saúde, mas quando precisam escolher o que realmente as faz continuar, o apoio social aparece como o fator mais decisivo à frente de métricas e recompensas.

Ao apresentar a ideia do app (conquista de rotas, rankings e recompensas), a maioria disse que isso aumentaria sua motivação e todos aceitariam usar.

Na usabilidade, a tela de detalhes da rota foi entendida sem dificuldades e a tela de perfil foi considerada clara, com pedidos pontuais de organização. O ponto que mais gerou dúvidas foi a tela do mapa: precisa de orientação inicial e rótulos mais explícitos nas rotas. Em pedidos extras, surgiram: treinos personalizados por nível/tempo, notificações motivacionais, integração com smartwatch, metrônomo e opção de compartilhar conquistas. A maior parte dos respondentes também se dispôs a continuar nos próximos testes.

Leitura rápida: existe uma grande aderência com a proposta social + recompensas por competitividade, essas são alavancas fortes; e a primeira tela (mapa) é onde devemos reduzir fricção e trazer mais clareza.

6. Iteração e Refinamento da Ideia

O teste mostrou que a ideia agrada, mas a tela do mapa ainda gera dúvida. Por isso, na próxima versão vamos facilitar o começo: quando o usuário abrir o app, ele verá um passo a passo curto explicando o mapa e um botão único para “Escolher rota de X minutos”. As rotas virão com rótulos claros (ex.: rápida, percurso novo, menos semáforos), para que a pessoa entenda de cara qual é a melhor opção.

Também vamos reforçar o que mais motiva: contato com amigos e sensação de conquista. Entrarão duelos simples (você x um amigo, quem completa a rota primeiro) e grupos que somam minutos na semana. Cada ação gera medalhas básicas (manter sequência de treinos, completar uma rota nova, vencer o primeiro duelo). As notificações serão poucas e úteis, do tipo “seu amigo te convidou” ou “você está a um treino de manter sua sequência”.

Para reduzir a indecisão do dia a dia, as missões vão se adaptar ao tempo disponível. A pessoa escolhe 15, 20 ou 30 minutos e já recebe uma rota e uma missão compatíveis. No perfil, vamos organizar tudo em três blocos fáceis de ler: Semana, Melhorias e Conquistas e mostrar um único insight após cada corrida (por exemplo: “você correu mais 3 minutos que ontem”).

Itens pedidos por parte menor dos usuários (integração com smartwatch, metrônomo e compartilhamento em outras redes sociais) ficam no próximo passo, depois que confirmarmos que as mudanças acima realmente melhoraram o uso.

Como vamos saber que deu certo? Queremos ver mais gente começando a primeira corrida, mais convites e menos comentários de confusão sobre o mapa nas próximas entrevistas. Se isso acontecer, seguiremos para o próximo passo.