

Equipe:

Eduarda Luiza Pinheiro Nepomuceno - 24002529
Jhenifer Laís Barbosa - 24014979
Jean Yuki Kimura - 24008214
João Pedro Duarte Giatti - 24019083
Thiago Volponi Cosmo - 24020763

Matriz SWOT

| INTERNO | | FORÇAS | | | FRAQUEZAS | |
|---|--|--|--|--|-----------|--|
| EXTERNO | | OPORTUNIDADES | | | AMEAÇAS | |
| Diferencial frente a concorrentes: a maioria dos apps não tem rotas totalmente criadas e compartilhadas de forma gamificada | Sensação de progressão e personalização: cada corredor pode explorar rotas únicas na sua cidade ou viajar e descobrir outras | Solução nichada: foca em pessoas que precisam de motivação extra, diferindo de apps só de performance | Qualidade das rotas: pode haver rotas mal planejadas ou pouco seguras | Curadoria necessária: risco de excesso de rotas repetidas ou irrelevantes sem algum sistema de validação/ranking | | |
| Potencial de comunidade forte: compartilhamento de rotas e desafios aumenta a interação entre usuários | Rotas criadas pelos usuários: torna o app colaborativo e infinito em possibilidades, gerando engajamento contínuo. | Gamificação motivadora: conquistas e desbloqueio de rotas incentivam constância | Recursos limitados: monitorar segurança, moderar rotas e manter servidores pode ser custoso | Escalabilidade inicial: precisa de usuários ativos para criar um acervo interessante de rotas | | |
| Sistema de avaliação de rotas: notas, reviews, fotos e feedback para dar credibilidade | Ranking de criadores: destacar os usuários que criam rotas mais populares, gamificando também esse lado | Turismo ativo: explorar cidades correndo, usando rotas criadas por locais ou turistas | Concorrência consolidada: apps como Strava permitem rotas, mas não com o mesmo foco de gamificação | Privacidade e segurança: perigo de expor locais sensíveis (ex: rotas próximas de casa) | | |
| Expansão para outros esportes outdoor: ciclismo, caminhada, trilhas | Parcerias com cidades/ eventos: maratonas, prefeituras e até guias de turismo esportivo podem usar o app para divulgar rotas | Baixa adesão inicial: sem comunidade ativa, a ideia de "rotas criadas por usuários" pode não ter impacto no começo | Dependência de tecnologia externa: GPS impreciso ou Integração ruim pode prejudicar a experiência | | | |

Matriz SWOT Cruzada

| | | FATORES INTERNOS | FORÇAS (S) | FRAQUEZAS (W) |
|---|--|--|---|---|
| FATORES EXTERNOS | | | | |
| | | OPORTUNIDADES (O) | ESTRATÉGIAS (SO) | ESTRATÉGIAS (WO) |
| Diferencial frente a concorrentes: a maioria dos apps não tem rotas totalmente criadas e compartilhadas de forma gamificada | Sensação de progressão e personalização: cada corredor pode explorar rotas únicas na sua cidade ou viajar e descobrir outras | Solução nichada: foca em pessoas que precisam de motivação extra, diferindo de apps só de performance | Qualidade das rotas: pode haver rotas mal planejadas ou pouco seguras | Curadoria necessária: risco de excesso de rotas repetidas ou irrelevantes sem algum sistema de validação/ranking |
| Potencial de comunidade forte: compartilhamento de rotas e desafios aumenta a interação entre usuários | Rotas criadas pelos usuários: torna o app colaborativo e infinito em possibilidades, gerando engajamento contínuo. | Gamificação motivadora: conquistas e desbloqueio de rotas incentivam constância | Recursos limitados: monitorar segurança, moderar rotas e manter servidores pode ser custoso | Escalabilidade inicial: precisa de usuários ativos para criar um acento interessante de rotas |
| AMEAÇAS (T) | | ESTRATÉGIAS (ST) | ESTRATÉGIAS (WT) | |
| Concorrência consolidada: apps como Strava permitem rotas, mas não com o mesmo foco de gamificação | Privacidade e segurança: perigo de expor locais sensíveis (ex: rotas próximas de casa) | Reforçar o caráter único da gamificação e rotas criadas pelos usuários para diferenciar de concorrentes já consolidados como Strava | Usar a comunidade forte como barreira contra a ameaça da baixa adesão inicial, estimulando usuários a convidarem amigos para criar rotas juntos | Reduzir o risco de rotas inseguras ou mal planejadas criando um sistema de verificação automática (ex: checar distância mínima, evitar duplicação) e combinando com reviews da comunidade |
| Baixa adesão inicial: sem comunidade ativa, a ideia de "rotas criadas por usuários" pode não ter impacto no começo | Dependência de tecnologia externa: GPS impreciso ou interrupção ruim pode prejudicar a experiência | Destacar a personalização das rotas como forma de reduzir riscos de insatisfação com problemas técnicos de GPS - o usuário pode ajustar/corrigir rotas | Explorar o compartilhamento social para mitigar o risco de privacidade, dando ao usuário controle sobre quais rotas tornam públicas ou privadas | Evitar sobrecarga de custos priorizando recursos mais críticos (gamificação, rotas, segurança) e deixando expansões para fases posteriores |
| | | | Para combater a baixa adesão inicial, lançar em mercados menores (pilotos locais) antes de expandir globalmente, reduzindo a fraqueza da escalabilidade inicial | Proteger a privacidade dos usuários com opções claras (rotas privadas, cavar ponto de partida) para evitar que a frequência da curadoria de rotas vire uma ameaça à segurança |