

FIAP MBA⁺

© FUTURO NOS MOVE

Aula 1

Empreendedorismo

e Inovação

APROFUNDAMENTO DO PROBLEMA

Viviane Elias Moreira

MINI BIO

Mais de 15 anos de experiência em gerenciamento de riscos e crises corporativas, resiliência corporativa gestão de operações e controles internos;

Head de governança na Circular Brain;

Conselheira de empresas;

Coautora no livro ESG -Mulheres em ESG, O cisne verde e o capitalismo de stakeholders (1º e 2º edição);

Colunista para carreiras e negócios do Site Mundo Negro;

Atuação em grupos de afinidades de colaboradores e grupo de trabalho com foco em D&I de gênero e raça.

BOAS VINDAS



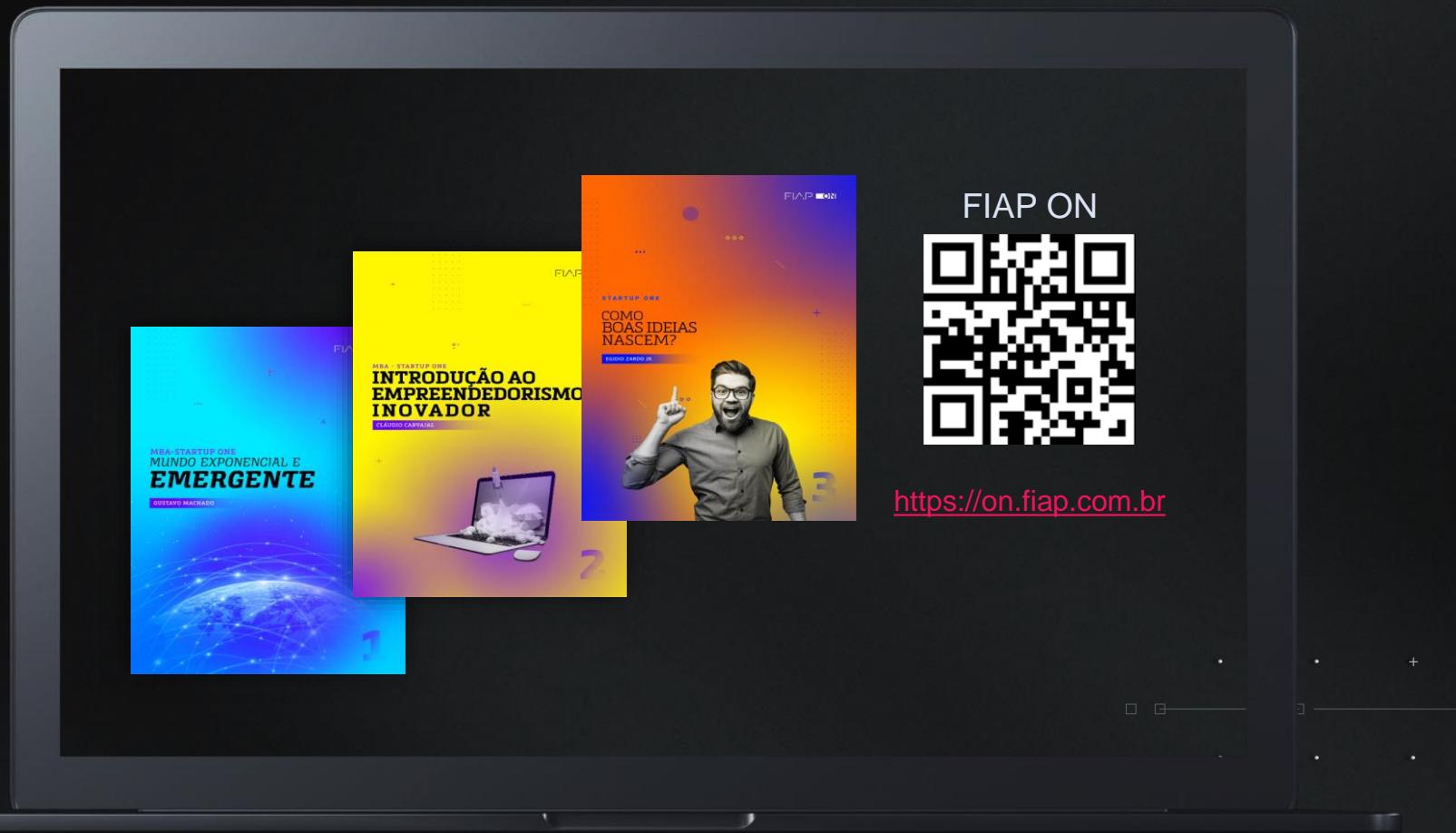
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO = DISCIPLINA
STARTUP ONE, DISCOVERY E CHANGEMAKERS = COMPETIÇÃO



STARTUP ONE

FIAP

CAMPUS
SÃO PAULO



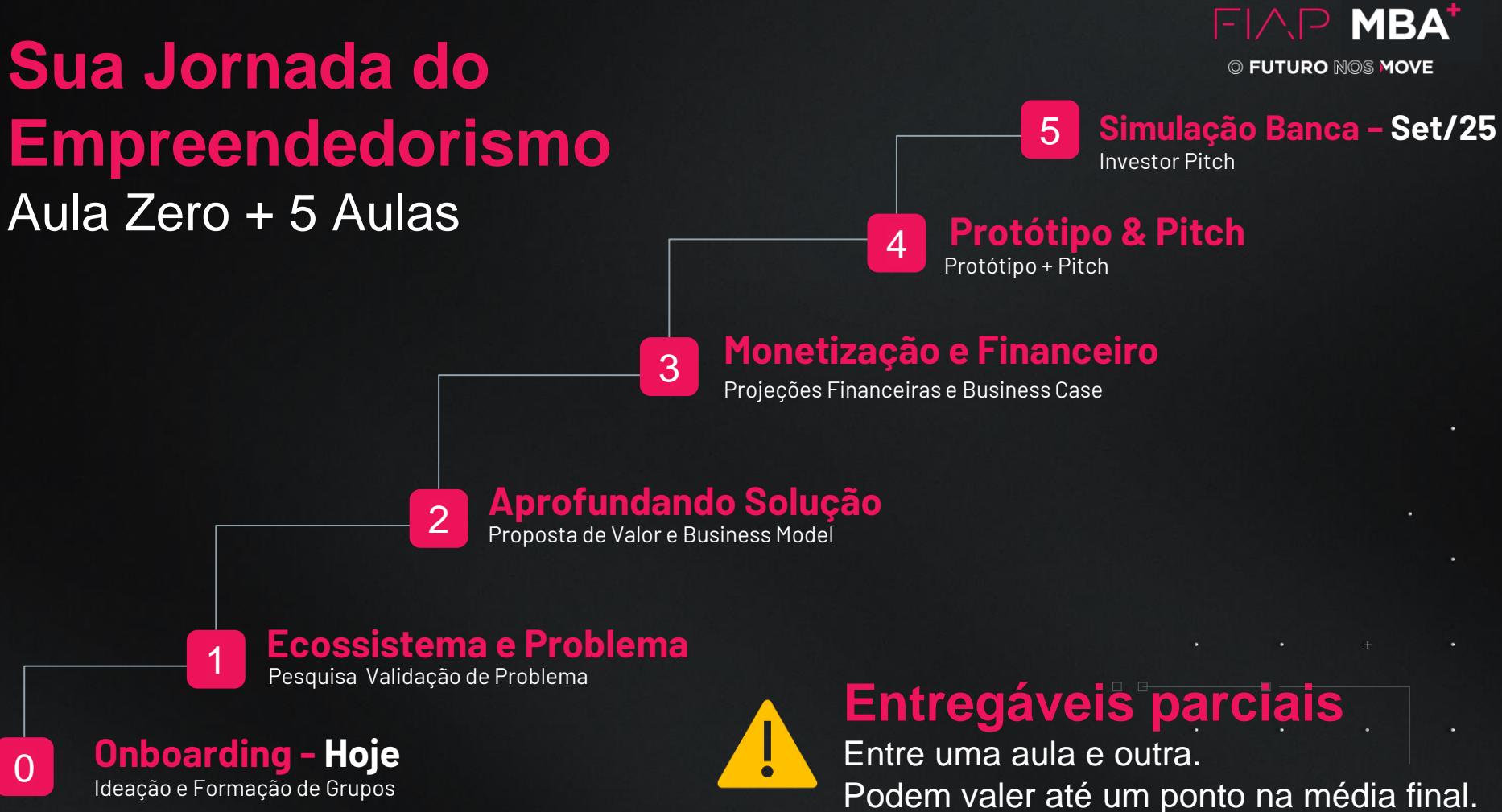
FIAP ON



<https://on.fiap.com.br>

Sua Jornada do Empreendedorismo

Aula Zero + 5 Aulas



Entregáveis parciais

Entre uma aula e outra.
Podem valer até um ponto na média final.

TRILHAS DO EMPREENDEDORISMO

Quer desenvolver um projeto para fazer a diferença na
empresa que trabalha?

Sua opção é o ChangeMakers!

Quer resolver um desafio de grandes empresas?

Então a sua praia é o Discovery!

Quer icriar uma startup para transformar o mundo?

Embarque no Startup One!

— QUAL TRILHA TEM MAIS A SUA CARA?

Suporte para cada trilha

- Cada trilha terá um professor-mentor exclusivo, que dará feedback ágil e suporte contínuo aos alunos via Teams e e-mail.
- Lives de 4h todo mês com mentorias para melhorar seu projeto.
- Os professores acompanharão vocês ao longo de toda a jornada.

Profa. Laura Gurgel
Startup One



NEGÓCIOS DE FUTURO

Laura Gurgel  1º
Open Innovation | Educação Empreendedora | Comunidades | Problemas Complexos | Startup Hunter
São Paulo, São Paulo, Brasil - [Informações de contato](#)
18.331 seguidores - + de 500 conexões

Investidores.vc

FIAP

Prof. Marco Ferelli
Discovery



Sai do vermelho e
Vem pro rosa!

Marco da  Ally  1º
Founder at Allya | RH | Benefícios Corporativos | Bem-estar financeiro | Mentor | Prof. MBA Empreendedorismo e Inovação
São Paulo, São Paulo, Brasil - [Informações de contato](#)
14.121 seguidores - + de 500 conexões

allya Allya

Prof. Egídio
Coordenação Geral



Egídio Zardo  Energy Solutions Director na MIT Technology Review | Diretor do Energy Summit Awards | Coordenador do Startup One no MBA FIAP
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil - [Informações de contato](#)

Energy Summit Global

FIAP

Profa. Nai Correa
ChangeMakers



be.
unstoppable.

Nai Corrêa  (She/Her) - 1º
Gerente de Inovação | Head Projetos Digitais | Diretora de Desenvolvimento de Negócios | Franquias | Empreendedorismo
São Paulo, São Paulo, Brasil - [Informações de contato](#)
Podcast Trends News 
16.758 seguidores - + de 500 conexões

LEMON & CO

Fundação Getulio Vargas

ENTREGÁVEIS FINAIS

1

Business Deck - modelo em word padrão detalhando todo o projeto

2

Business Plan- planilha do modelo financeiro do Startup One ou business case para projetos do Changemakers e Discovery.

3

Pitch Investor e Video Pitch - apresentação do pitch + vídeo gravado do pitch (5 minutos).

AGENDA

PRIMEIRA PARTE

- 1 Mundo em Transformação
- 2 Ecossistema de Inovação e Intraempreendedorismo

SEGUNDA PARTE

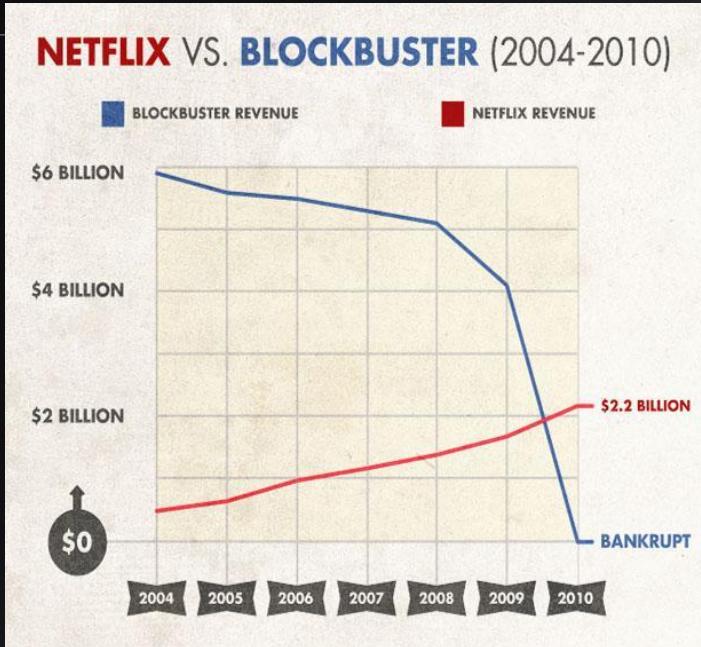
- 3 Aprofundamento e Pesquisa do Problema
- 4 Simulação de Entrevistas para Identificar Problemas
- 5 O papel do Empreendedor



1. Mundo em Transformação: Impactos nos Negócios

INOVAR É IMPORTANTE PARA SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS QUE EXISTEM HOJE

FIAP

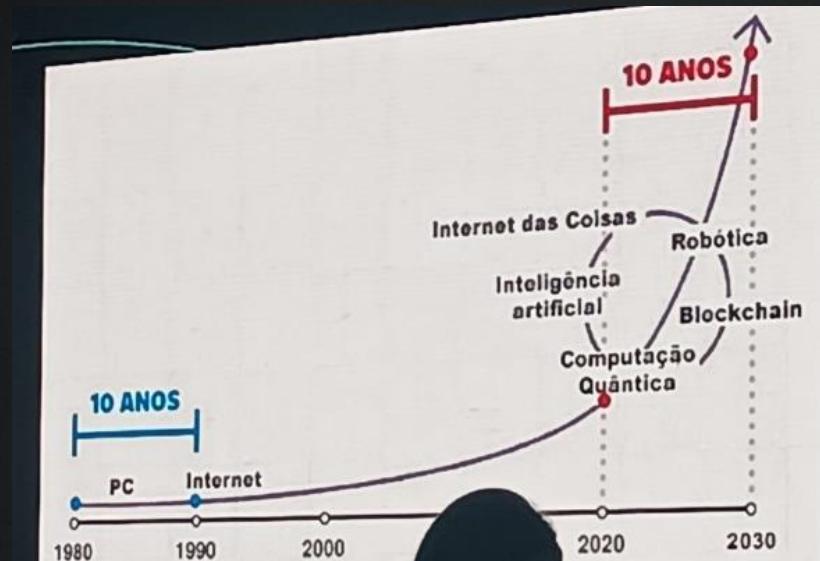


Nos anos 2000, a Netflix se ofereceu à Blockbuster pelo valor de US\$ 50 milhões, que recusou a compra

Fonte: [Digit](#)

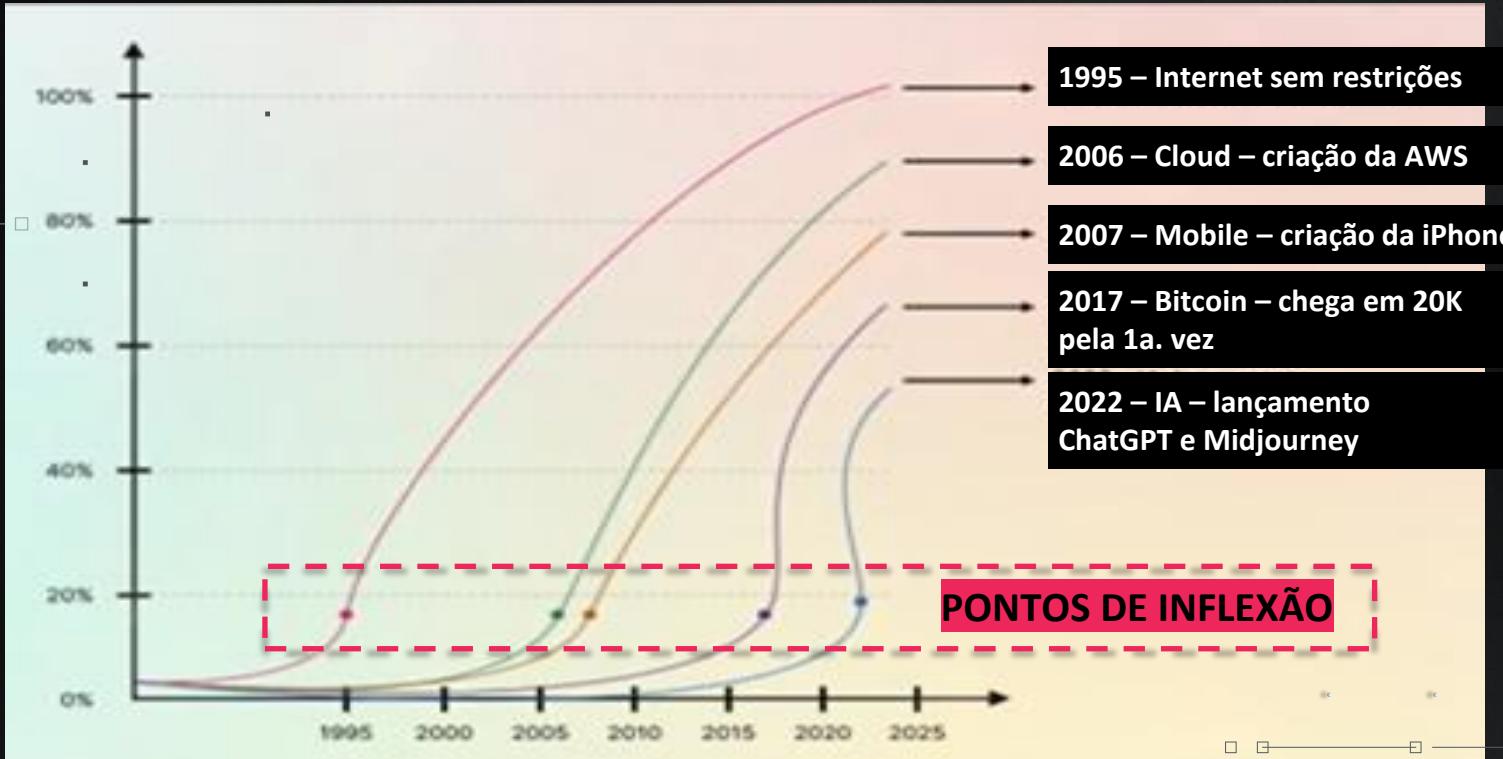


Martha Gabriel
RD Summit – 2024



“Fatos específicos que **sinalizam mudanças** são sinais de futuro”
“Precisamos ser mais “**letrados em futuros**” para conseguir
prever e traçar cenários plausíveis”

Pontos de Inflexão ou Tipping Points



Momento onde a tecnologia alcança massa crítica suficiente para se disseminar pela sociedade e causar impactos.



Inteligência Artificial e Automação

Revolução ou extinção?

A IA é uma força transformadora que ameaça transformar e até eliminar milhões de empregos tradicionais.

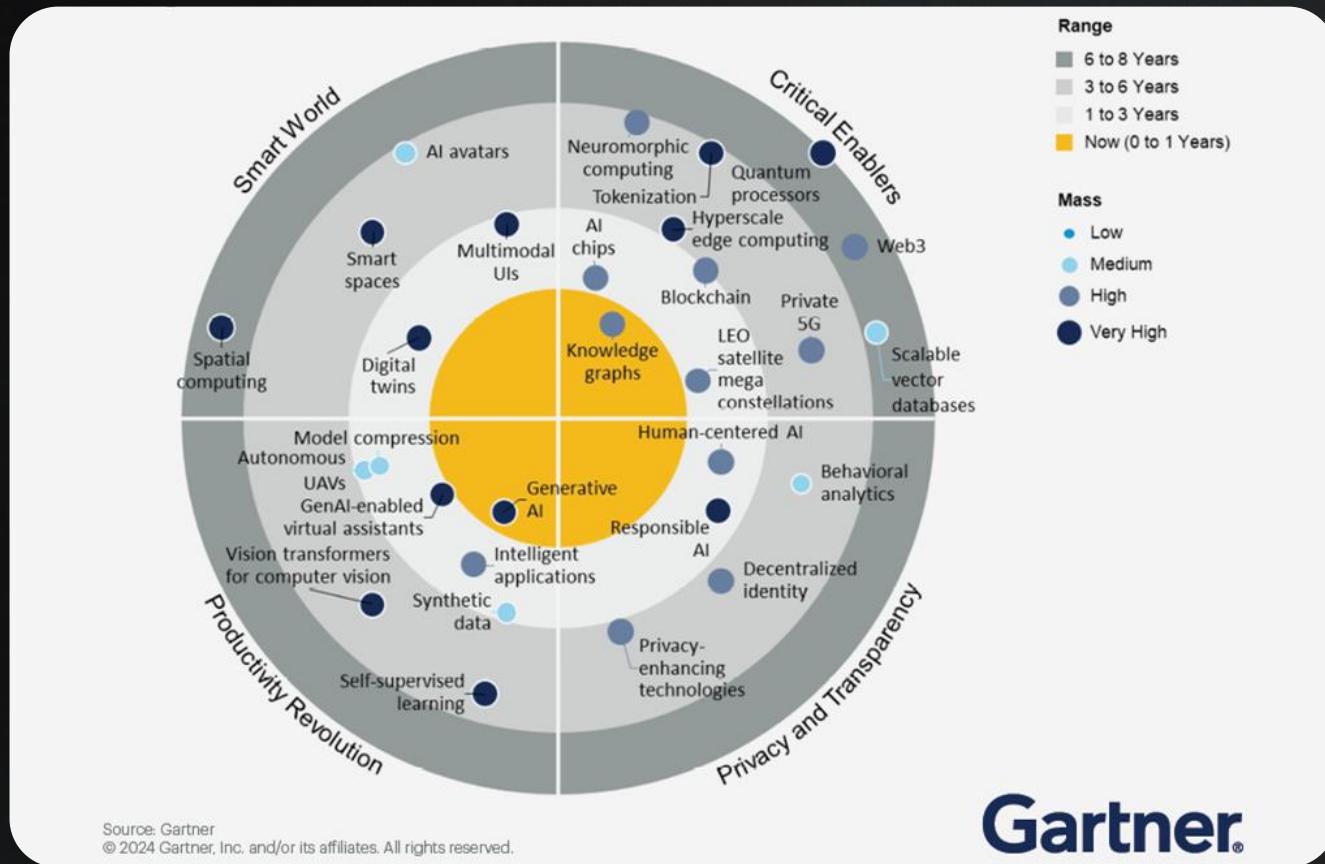
Adaptação

Empresas que não adotarem a automação podem se tornar obsoletas.

Impacto

Exemplo, na saúde, a IA revoluciona diagnósticos com precisão impressionante.

Impact Radar for 2024





Internet das Coisas (IoT)

Eficiência

A IoT promete eficiência operacional em fábricas e empresas.

Inovação

Novos modelos de negócios, como a Amazon Go, transformam o varejo.

1

2

3

Privacidade

Surgem questões sobre segurança de dados e privacidade.

Economia Circular, moda ou necessidade?

Necessidade

A economia circular é essencial para a sobrevivência das empresas.

Exemplos

Ikea investe em móveis recicláveis. Patagonia incentiva a reparação de roupas.

Benefícios

Unilever reduziu desperdício, economizando milhões e fortalecendo sua posição no mercado.

Energia Renovável

1 Urgência

Empresas que não migram para energias renováveis enfrentam críticas e regulamentações severas.

2 Liderança

Google opera com energia 100% renovável.

3 Transição

Gigantes como BP investem pesadamente em energia solar e eólica.





Mercados Emergentes

Oportunidade

Expandir para mercados emergentes pode ser lucrativo.

Desafio

Uber enfrentou problemas regulatórios e culturais na China.

Adaptação

Starbucks ajustou seu modelo na Índia, oferecendo chás locais.

1

2

3



Cadeias de Suprimento Globais

Desafio

Complexidade

Riscos

Dependência

Solução

Simplificação de processos

Diversificação de fornecedores

Produção local



Regulamentações e Ética nos Negócios

1

Privacidade

Leis como GDPR impactam o uso de dados pelas empresas.

2

Sustentabilidade

Regulamentações ambientais mais rigorosas afetam operações globais.

3

Transparência

Demandas crescentes por práticas éticas e transparência corporativa.



Case Netflix

1

Origem

Começou como locadora de DVDs.

2

Transição

Adaptou-se à era digital, tornando-se líder em streaming.

3

Resultado

Prosperou enquanto concorrentes como Blockbuster faliram.



Case Tesla



Inovação

Redefine transporte e energia com veículos elétricos.



Sustentabilidade

Promove soluções de energia solar.



Disrupção

Desafia a indústria automotiva tradicional.

Case Unilever

Estratégia

Integrou sustentabilidade em seu modelo de negócios.

Iniciativa

"Plano de Vida Sustentável" fortaleceu sua marca.

Resultado

Aumentou a lealdade do consumidor e o crescimento.



Unilever®

HANDS-ON



Mão na Massa - 20 min

1. Juntem-se no **grupo** que pretendem trabalhar para o projeto final

2. Acessem :

<https://ai.boardofinnovation.com/future-scenario-maker>

3. Analisem o **cenário futuro** do **segmento de mercado** do problema escolhido

4. Definam **3 elementos** que poderão se tornar **questões a serem pesquisadas e validadas** com seus clientes potenciais

 Criador de cenários futuros

Insira seu principal produto ou serviço, sua indústria e um ano futuro para gerar um cenário. Use-o para brainstorming, desenvolvimento de estratégia ou storytelling.

Produto/Serviço:
Qual é o principal produto ou serviço que sua empresa oferece?

E-COMMERCE DE ROUPAS USADAS

Indústria:
Em que indústria sua empresa atua? Isso dá o contexto da IA.

MODA

Ano
Para qual ano futuro você quer criar um cenário futuro?

2089

Crie meus cenários

Cenário futuro 1: País das maravilhas do guarda-roupa virtual

Bem-vindo ao ano de 2089, onde E-COMMERCE DE ROUPAS USADAS evoluiu para Virtual Wardrobe Wonderland. Neste mundo futuro, você não compra mais roupas físicas. Em vez disso, você compra roupas digitais que são adaptadas às suas medidas exatas e preferências de estilo. Usando tecnologia avançada de realidade virtual, você pode experimentar essas roupas digitais e ver como elas ficam no seu avatar antes de fazer uma compra.

Com o Virtual Wardrobe Wonderland, você pode mudar seu estilo instantaneamente, misturando e combinando diferentes peças digitais sem encher seu espaço físico com roupas. O conceito de fast fashion se transformou em fast digital fashion, onde as tendências vêm e vão em um piscar de olhos. Você pode seguir as últimas tendências da moda sem prejudicar o meio ambiente, reduzindo o desperdício têxtil.

Cenário Futuro 2: Troca de Moda Ecológica

Bem-vindo ao Eco-Friendly Fashion Exchange, a nova era do E-COMMERCE DE ROUPAS USADAS em 2089. Neste mundo futuro, a sustentabilidade está no centro de cada transação de moda. Quando você não precisa mais de uma peça de roupa, basta carregá-la na plataforma de troca, onde ela fica disponível para outros comprarem ou trocarem.

A plataforma de troca usa algoritmos avançados de IA para combinar usuários com itens de vestuário que se adequam ao seu estilo e preferências de tamanho. Você também pode ganhar pontos participando de práticas ecologicamente corretas, como reciclar roupas velhas ou usar embalagens sustentáveis. Esses pontos podem ser trocados por descontos em compras futuras ou doados para causas ambientais.

Cenário futuro 3: Comunidade de alta costura consciente

Bem-vindo à Conscious Couture Community, onde a E-COMMERCE DE ROUPAS USADAS se transformou em um ecossistema de moda vibrante e inclusivo em 2089. Neste mundo futuro, a moda não é apenas sobre ter uma boa aparência; é sobre causar um impacto positivo na sociedade e no planeta. A comunidade é composta por indivíduos com ideias semelhantes e apaixonados por moda sustentável.

Ao comprar na Conscious Couture Community, você pode se conectar com os criadores por trás das roupas, sejam eles designers independentes ou artesãos do mundo todo. Cada peça de roupa vem com uma história única e uma cadeia de suprimentos transparente, para que você saiba exatamente onde e como ela foi feita. A comunidade também organiza eventos e workshops para educar os membros sobre práticas de moda ética e promover uma maneira mais consciente de consumir roupas.

Exemplo:



Criador de cenários futuros

Insira seu principal produto ou serviço, sua indústria e um ano futuro para gerar um cenário. Use-o para brainstorming, desenvolvimento de estratégia ou storytelling.

Produto/Serviço:

Qual é o principal produto ou serviço que sua empresa oferece?

E-COMMERCE DE ROUPAS USADAS

Crie meus cenários

Indústria:

Em que indústria sua empresa atua? Isso dá o contexto da IA.

MODA

Ano

Para qual ano futuro você quer criar um cenário futuro?

2089

Exemplo

Cenário futuro 1: País das maravilhas do guarda-roupa virtual

Bem-vindo ao ano de 2089, onde ECOMMERCE DE ROUPAS USADAS evoluiu para Virtual Wardrobe Wonderland. Neste mundo futuro, você não compra mais roupas físicas. Em vez disso, você compra roupas digitais que são adaptadas às suas medidas exatas e preferências de estilo. Usando tecnologia avançada de realidade virtual, você pode experimentar essas roupas digitais e ver como elas ficam no seu avatar antes de fazer uma compra.

Com o Virtual Wardrobe Wonderland, você pode mudar seu estilo instantaneamente, misturando e combinando diferentes peças digitais sem encher seu espaço físico com roupas. O conceito de fast fashion se transformou em fast digital fashion, onde as tendências vêm e vão em um piscar de olhos. Você pode seguir as últimas tendências da moda sem prejudicar o meio ambiente, reduzindo o desperdício têxtil.

Cenário Futuro 2: Troca de Moda Ecológica

Bem-vindo ao Eco-Friendly Fashion Exchange, a nova era do ECOMMERCE DE ROUPAS USADAS em 2089. Neste mundo futuro, a sustentabilidade está no centro de cada transação de moda. Quando você não precisa mais de uma peça de roupa, basta carregá-la na plataforma de troca, onde ela fica disponível para outros comprarem ou trocarem.

A plataforma de troca usa algoritmos avançados de IA para combinar usuários com itens de vestuário que se adequam ao seu estilo e preferências de tamanho. Você também pode ganhar pontos participando de práticas ecologicamente corretas, como reciclar roupas velhas ou usar embalagens sustentáveis. Esses pontos podem ser trocados por descontos em compras futuras ou doados para causas ambientais.

Cenário futuro 3: Comunidade de alta costura consciente

Bem-vindo à Conscious Couture Community, onde a ECOMMERCE DE ROUPAS USADAS se transformou em um ecossistema de moda vibrante e inclusivo em 2089. Neste mundo futuro, a moda não é apenas sobre ter uma boa aparência; é sobre causar um impacto positivo na sociedade e no planeta. A comunidade é composta por indivíduos com ideias semelhantes e apaixonados por moda sustentável.

Ao comprar na Conscious Couture Community, você pode se conectar com os criadores por trás das roupas, sejam eles designers independentes ou artesãos do mundo todo. Cada peça de roupa vem com uma história única e uma cadeia de suprimentos transparente, para que você saiba exatamente onde e como ela foi feita. A comunidade também organiza eventos e workshops para educar os membros sobre práticas de moda ética e promover uma maneira mais consciente de consumir roupas.

2. Ecossistema de Inovação e Intraempreendedorismo





O ecossistema de inovação é composto por diversos **atores** que interagem para fomentar o desenvolvimento de **novas ideias e tecnologias**.

Cada um desempenha um papel crucial na **facilitação e aceleração da inovação**.

Startups

Mas o que são?

UMA STARTUP NÃO É UMA
EMPRESA PEQUENA

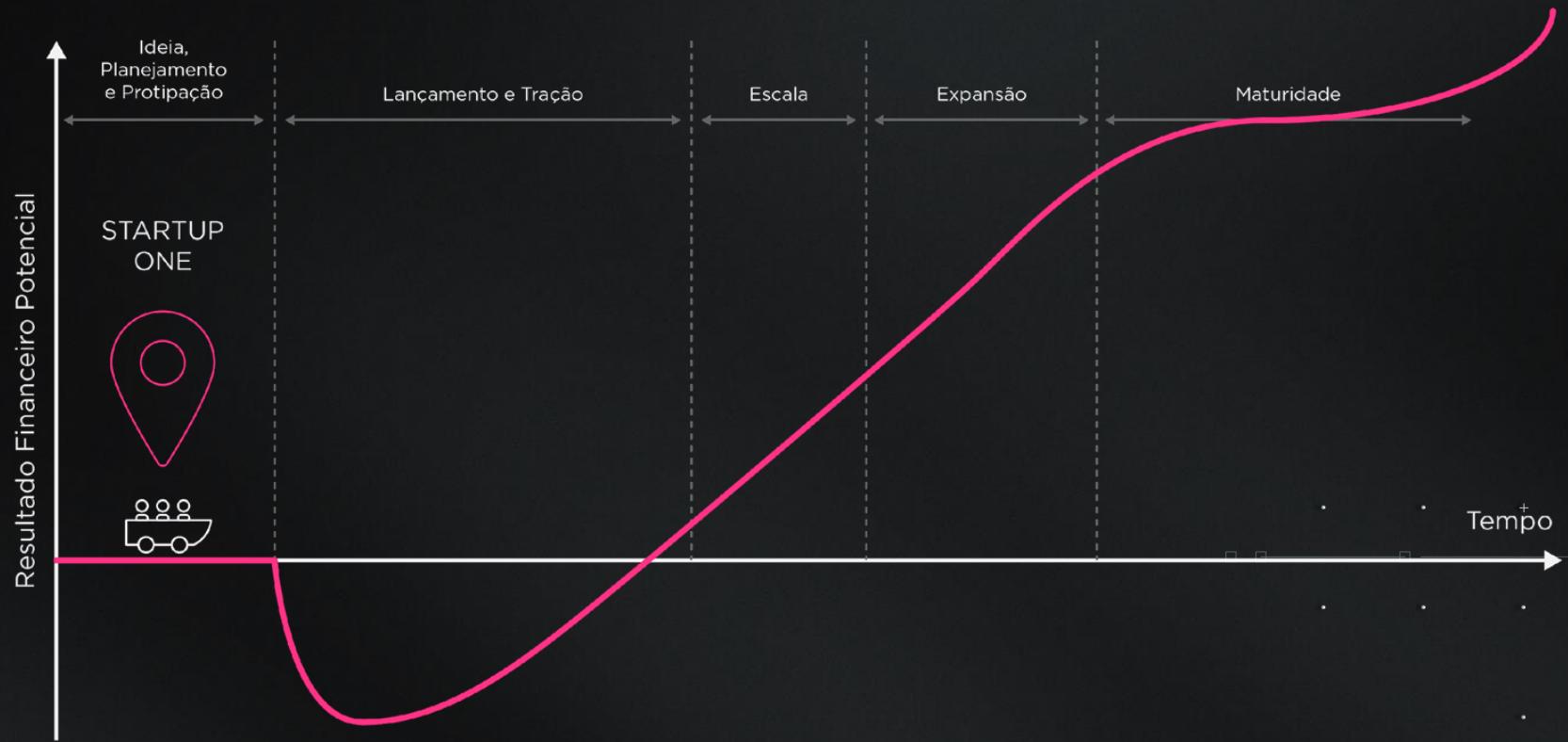
UMA STARTUP NÃO É UMA
EMPRESA NASCENTE

UMA STARTUP NÃO É UMA
EMPRESA DE TECNOLOGIA

“ STARTUP É UMA ORGANIZAÇÃO TEMPORÁRIA
PROJETADA PARA BUSCAR POR UM MODELO DE
NEGÓCIOS ESCALÁVEL E REPETÍVEL QUE ATUA NUM
AMBIENTE DE EXTREMA INCERTEZA. ”

STEVE BLANK, MANUAL DA STARTUP

AS FASES DE UMA STARTUP



O ECOSSISTEMA BRASILEIRO DE STARTUPS É HOJE MUITO ROBUSTO



UNICÓRNIO VALUATION \$1B+

FIAP

GLOBAL UNICORN CLUB: 260 PRIVATE COMPANIES VALUED AT \$1B+ MARKET MAP (as of 8/13/2018)

AUTOTECH



CYBERSECURITY



DATA & ANALYTICS



E-COMMERCE



TRAVELTECH



MEDIA



ON-DEMAND



HEALTHCARE



HARDWARE



FINTECH

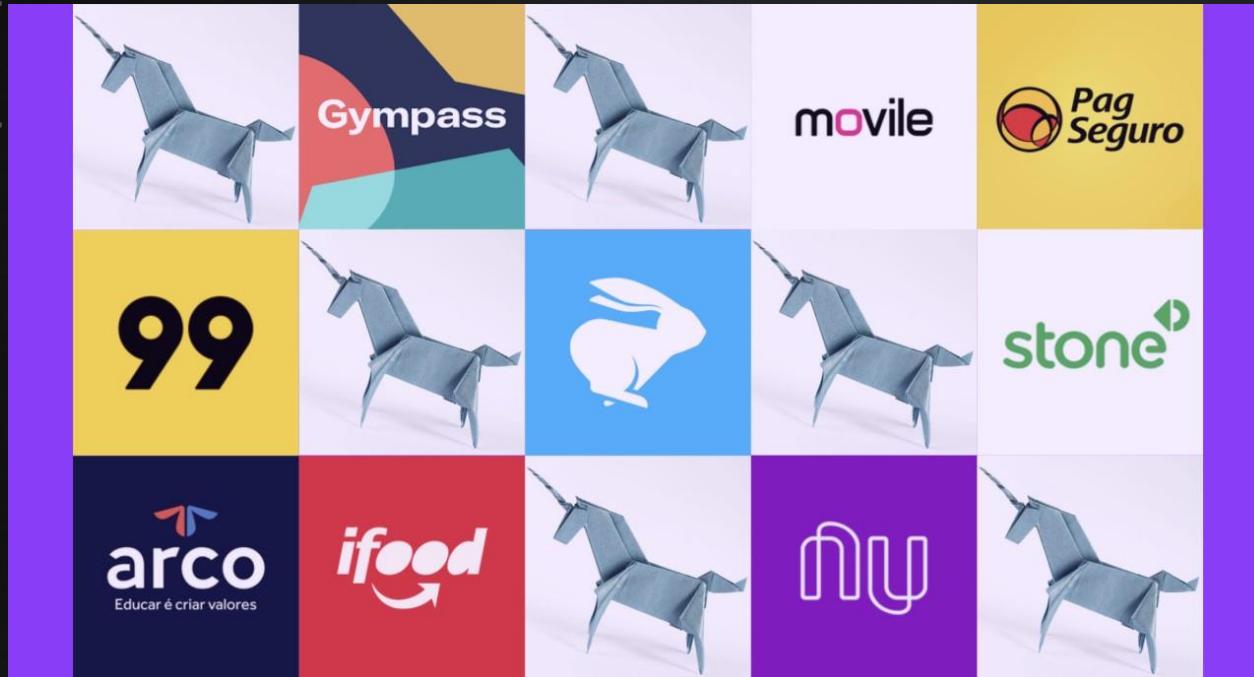


OTHER



CB INSIGHTS

O NÚMERO DE UNICÓRNIOS BRASILEIROS TEM
CRESCIDO NOS ÚLTIMOS ANOS. ATUALMENTE
TEMOS 25 UNICÓRNIOS



Grande Corporações

Inovação Aberta e Intraempreendedorismo

Inovação Aberta: Expandindo Horizontes

Conceito

Modelo de inovação que envolve colaboração com parceiros externos, como startups e universidades.

Vantagens

Acelera a inovação, reduz custos e riscos, permite acesso a uma gama mais ampla de conhecimentos.

Aplicação

Grandes empresas buscam ideias frescas e tecnologias disruptivas fora de suas fronteiras organizacionais.



Grandes Corporações

Papel

Fornecer recursos, infraestrutura e acesso ao mercado. Integrar inovações externas em suas operações.

Exemplo

IBM investe em inovação aberta através de colaborações com startups e centros de pesquisa.

Como Grandes Corporações estão Adotando Práticas de Startups para Inovar

1 Estruturas Ágeis

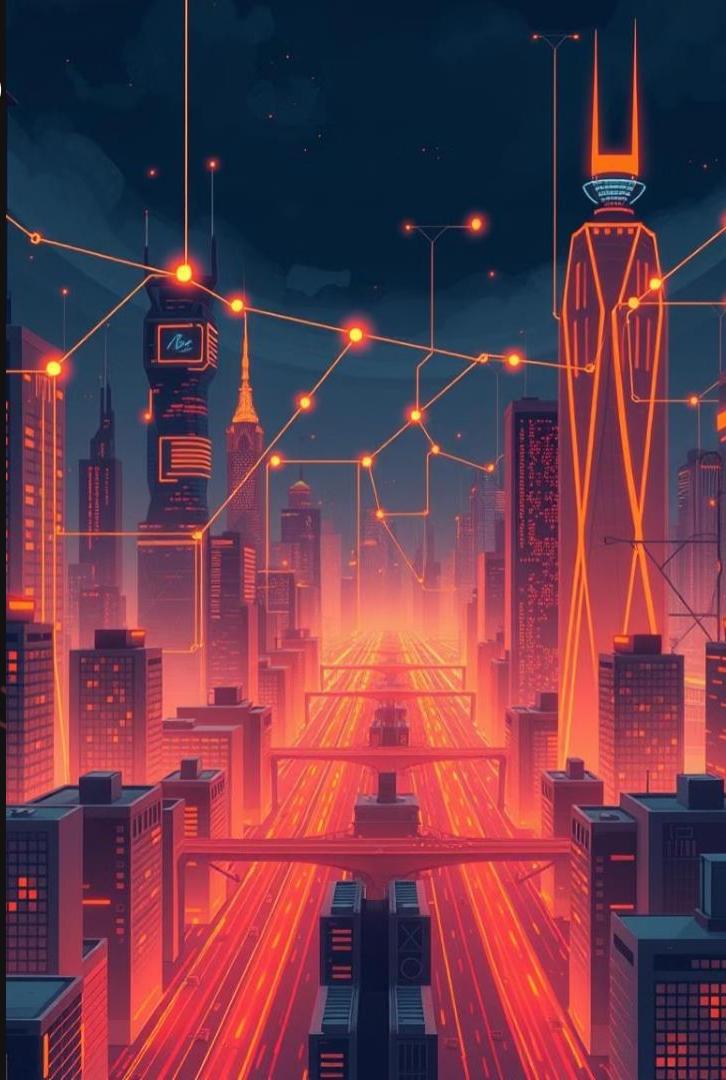
Equipes pequenas e multifuncionais que trabalham de forma ágil, similar às startups.

2 Cultura de Experimentação

Incentivo à experimentação e aceitação do fracasso como parte do processo de aprendizado.

3 Conexão com Startups

Desenvolvimento soluções mais rapidamente através da colaboração.





Conexões com o Ecossistema de Startups

1

Programas de Aceleração

Corporações criam programas para apoiar e acelerar startups promissoras em seus setores.

2

Investimento Corporativo

Empresas estabelecem fundos de venture capital para investir em startups inovadoras.

3

Parcerias Estratégicas

Colaborações para desenvolver novas tecnologias ou entrar em novos mercados.

Case Google e Waze



Aquisição

1 Google adquire o Waze, startup de navegação social, por US\$ 1,3 bilhão em 2013.



Integração

2 Waze mantém operações independentes, mas integra recursos ao Google Maps.



Inovação Continua

3 Combinação de forças resulta em melhorias significativas para usuários de ambas as plataformas.



Parceria BMW e ParkMobile

1

Início da Parceria

BMW investe na ParkMobile para desenvolver soluções de estacionamento digital.

2

Desenvolvimento

Integração da tecnologia ParkMobile nos sistemas de infotainment dos veículos BMW.

3

Expansão

Lançamento de novas funcionalidades e expansão para mais cidades e países.



INTRAEMPREENDEDORISMO

Como colabora na
inovação das empresas?



O Poder do Intraempreendedorismo

Definição

Processo de fomentar a inovação dentro da organização, incentivando funcionários a agir como empreendedores.

Importância

Permite adaptação rápida às mudanças de mercado, promovendo inovação contínua e retenção de talentos criativos.

Benefícios

Aumenta a competitividade, melhora a cultura organizacional e impulsiona o desenvolvimento de novos produtos e serviços.



Case Google: O nascimento do Gmail

1

Visão Inovadora

Paul Buchheit identificou limitações nos serviços de e-mail existentes. Ele vislumbra uma solução mais rápida e com maior capacidade de armazenamento.

2

Desenvolvimento Ágil

Utilizando a política "20% do tempo", Buchheit desenvolve um protótipo funcional, com foco em velocidade, capacidade e busca eficiente.

3

Lançamento Revolucionário

Em 2004, o Gmail estreia com 1GB de armazenamento gratuito. Sua interface intuitiva e busca poderosa redefinem os padrões de e-mail.



3M: A Jornada do Post-it

<https://www.youtube.com/watch?v=7QZoxRI2Rmk>

1

2

3

Descoberta Acidental

Spencer Silver cria um adesivo fraco e reutilizável em 1968, sem aplicação prática para sua invenção.

Inspiração Criativa

Art Fry imagina usar o adesivo como marcador de páginas e começa a testar e distribuir amostras entre colegas.

Sucesso Comercial

Em 1980, os Post-it Notes são lançados oficialmente. Tornaram-se um sucesso instantâneo e um produto icônico da 3M.



Lições de Inovação Interna

Cultura de experimentação

Incentiva os funcionários a explorar novas ideias, em ambiente onde falhas são vistas como oportunidades de aprendizado.

Tempo para criatividade

Empresas podem proporcionar tempo para projetos pessoais. Políticas como "20% do tempo" podem gerar inovações surpreendentes.

Colaboração interdepartamental

Promove troca de ideias entre diferentes equipes. Insights valiosos podem surgir de perspectivas diversas.

Persistência e visão

Nem toda ideia tem sucesso imediato, mas encoraje a persistência e a visão de longo prazo.

Conheça demais

ATORES DE INOVAÇÃO



Universidades e Instituições de Pesquisa

Papel

Gerar conhecimento e pesquisa de ponta. Formar talentos que alimentam o ecossistema de inovação.

Exemplo

MIT é conhecido por suas colaborações com empresas para transferir tecnologia e fomentar startups.



Governos e Agências Reguladoras

Papel

Criar políticas e regulamentos que incentivem a inovação. Fornecer financiamento e suporte para P&D.

Exemplo

Startup India promove o crescimento de startups através de incentivos fiscais e suporte regulatório.



Investidores e capital de risco

Papel

Fornecer o capital necessário para startups e projetos inovadores crescerem e se desenvolverem.

Exemplo

Sequoia Capital é conhecido por financiar empresas como Google e Apple em estágios iniciais.

Incubadoras e aceleradoras

Papel

Oferecer suporte, mentoria e recursos para startups em estágio inicial, ajudando-as a crescer rapidamente.

Importância

Startups refinam seus modelos de negócios e se preparam para investimento.

Relevância

Startups bem-sucedidas são lançadas no mercado, prontas para crescer.

Exemplo

Combinator ajudou a lançar empresas como Dropbox e Airbnb.



Comunidades de inovação e hubs tecnológicos

Papel

Facilitar a interação e colaboração entre diferentes atores do ecossistema, criando um ambiente propício para a inovação.

Exemplo

Silicon Valley reúne empresas de tecnologia, investidores e talentos em um único local.



Benefícios Mútuos da Colaboração

Benefícios para Corporações

Acesso a inovações disruptivas

Agilidade e flexibilidade

Renovação da cultura organizacional

Diversificação de portfólio

Benefícios para Startups

Recursos e infraestrutura

Acesso a mercados e clientes

Credibilidade e visibilidade

Mentoria e conhecimento de mercado



Impactos no mercado

1

Aceleração da Inovação

Lançamento mais rápido de produtos e serviços inovadores no mercado.

2

Disrupção de Setores

Tecnologias emergentes transformam indústrias tradicionais.

3

Novos Modelos de Negócio

Surgimento de abordagens híbridas, combinando força corporativa com agilidade de startups.

4

Competição Intensificada

Aumento da pressão competitiva, forçando todas as empresas a inovar constantemente.

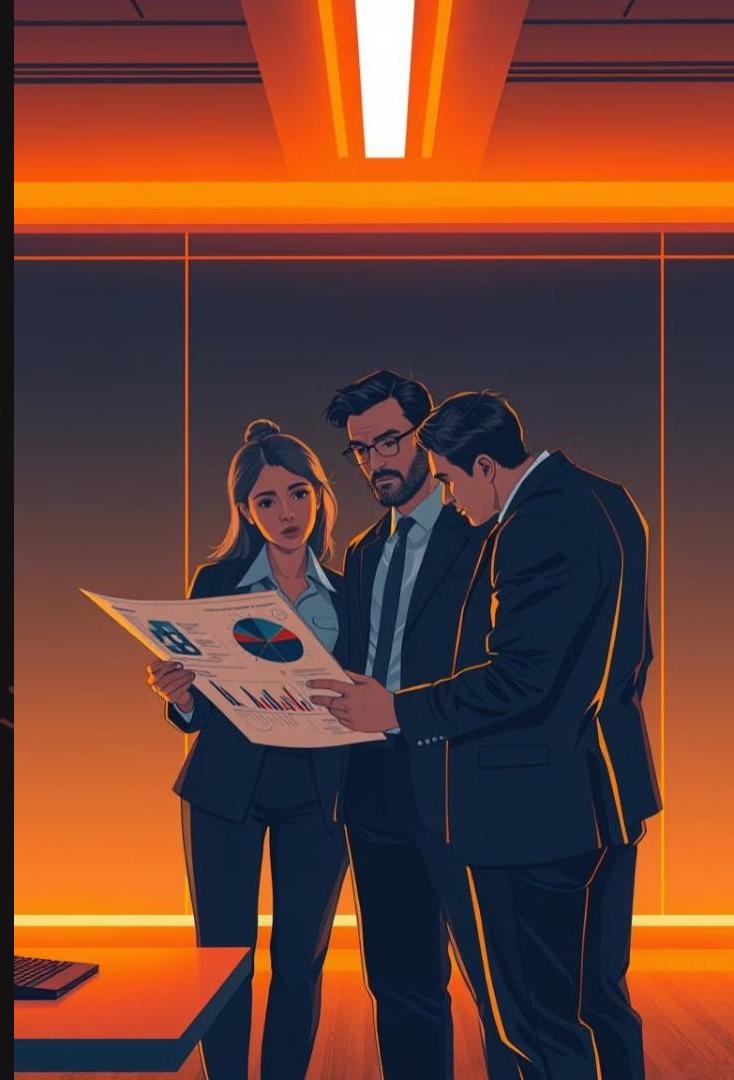


INTERVALO

VOLTAMOS EM
30 MINUTOS

3. Aprofundamento e Pesquisa do Problema

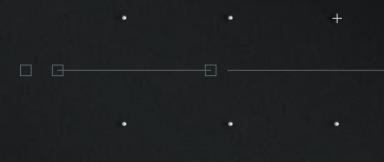
Vamos aprender como aprofundar o entendimento de problemas e conhecer técnicas para investigar problemas e ampliar visões



Se **apaixone** pelo
problema

...não pela solução

Para isso o que você
precisa **mapear**
primeiro?



Persona do Problema

1

Identificação

Liste as partes interessadas relevantes, incluindo funcionários, clientes e fornecedores.

2

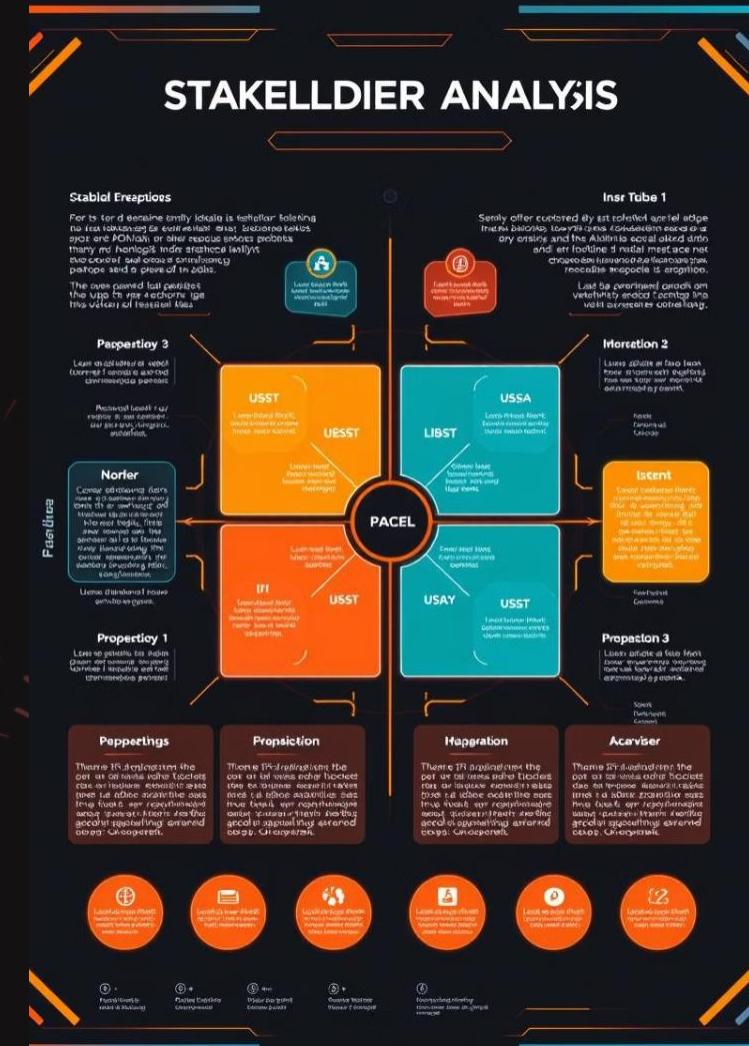
Mapeamento

Crie uma matriz de stakeholders baseada no nível de interesse e influência.

3

Entendimento

Conduza entrevistas para entender as preocupações e expectativas de cada stakeholder.



HANDS-ON



Mão na Massa - 20 min

1. Juntem-se no **grupo** formado na **Aula Zero**
2. Acessem :
<https://ai.boardofinnovation.com/personas-maker>
3. Criem o **briefing** para o **planejamento da pesquisa** que irão validar
4. Apresentem a sugestão e recebam insights



The screenshot shows the 'Pessoas' (Persons) section of the tool. It has two main input fields: 'Público-alvo' (Target Audience) and 'Pergunta principal' (Main Question). The 'Público-alvo' field contains the text 'pessoas que se preocupam com moda sustentável e não importam de trocar rou'. The 'Pergunta principal' field contains the text 'o que e que não sabemos e queremos respostas?' and 'o que estimularia as pessoas comprarem mais em um e-commerce de moda sustentável (usadas) x outro de roupas novas?'. Below these fields is a button labeled 'Crie minhas pessoas'.



The screenshot displays two user archetype cards. The first card is titled 'Arquétipo do usuário 1: Fashionista ecologicamente consciente' (Archetype User 1: Ecologically conscious fashionista). It describes a user who is highly interested in sustainable fashion and is willing to trade or buy second-hand clothes. The second card is titled 'Arquétipo do usuário 2: Ambientalista econômico' (Archetype User 2: Economic environmentalist). It describes a user who values sustainability but also considers price and availability. Both cards provide detailed descriptions of user behaviors and preferences.

Exemplo



Pessoas

Para começar, insira sua pergunta de pesquisa, público-alvo e usuários extremos. Nossa ferramenta com tecnologia de IA gerará personas que representam seu público-alvo, fornecendo a você insights valiosos para impulsionar sua pesquisa.

Público-alvo

Em quem as personas devem ser baseadas?

pessoas que se preocupam com moda sustentável e não se importam de trocar rou

Crie minhas personas

Pergunta principal

O que é que não sabemos e queremos respostas?

o que estimularia as pessoas comprarem mais em um e-commerce de moda sustentável (usadas) x outro de roupas novas?



Exemplo

Arquétipo do usuário 1: Fashionista ecologicamente consciente

Este usuário é altamente interessado em moda sustentável e não se importa em trocar roupas usadas ou recondicionadas. Ele é ambientalmente consciente e prioriza práticas éticas na indústria da moda. É provável que ele enfrente problemas como opções limitadas de roupas sustentáveis, altos preços para itens ecologicamente corretos e falta de conscientização sobre marcas de moda sustentáveis.

Eles estariam mais inclinados a comprar de uma plataforma de e-commerce que vende itens de moda sustentáveis usados se tivessem uma grande variedade de escolhas, preços razoáveis e informações transparentes sobre a origem e o processo de produção das roupas. Eles valorizam a exclusividade e a história por trás de cada peça de roupa.

Arquétipo do usuário 2: Ambientalista econômico

Este usuário se importa com moda sustentável, mas também está atento ao seu orçamento. Ele está aberto a trocar ou comprar roupas de segunda mão, desde que isso se encaixe em suas restrições financeiras. Ele pode enfrentar desafios como disponibilidade limitada de opções de moda sustentável acessíveis, dificuldade em encontrar os tamanhos certos em itens de segunda mão e preocupações sobre a qualidade das roupas usadas.

Para incentivar esse usuário a comprar mais em uma plataforma de e-commerce que vende itens de moda sustentáveis usados, fornecer preços acessíveis, oferecer incentivos como descontos ou recompensas para compras repetidas e garantir a qualidade e a condição das roupas são essenciais. Eles valorizam a relação custo-benefício sem comprometer suas crenças ecologicamente corretas.

O QUE TAMBÉM IMPORTA?

Mapeamento de Processos

1

Definição

Determine qual processo específico será mapeado.

2

Coleta

Reúna informações detalhadas sobre cada etapa do processo.

3

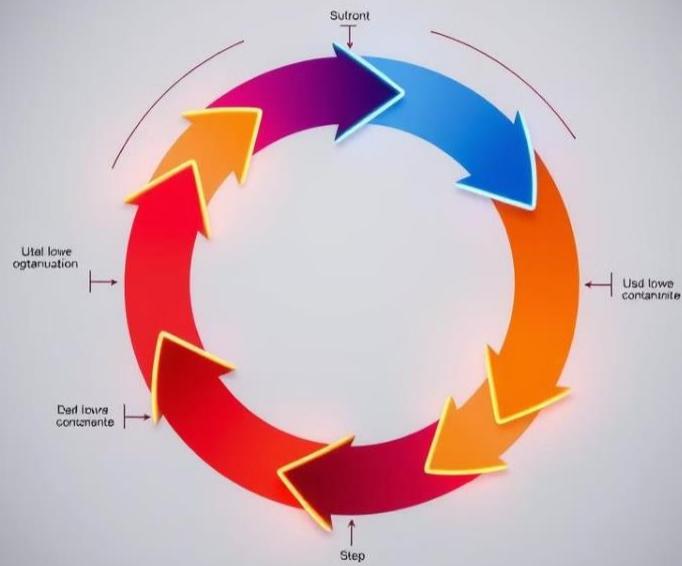
Criação

Desenhe um diagrama de fluxo representando visualmente o processo.

4

Análise

Revise o diagrama para identificar ineficiências ou gargalos.



Benchmarking e Dados de Mercado

O benchmarking e pesquisa de dados de mercado ajudará a identificar o que empresas de mercado já fazem e pontos de melhoria e inovação.

Comparativos

Identifique empresas de referência (startups ou outras) que atuem no segmento do seu problema

Dados de Mercado

Colete dados internos e de mercado para entender o tamanho do problema ou oportunidade que vocês irão atacar

Análise

Analise oportunidades de melhorias que o problema que resolveram tratar pode ajudar a resolver

Coleta de Dados

A coleta de dados é fundamental para entender o problema em profundidade. Use diversas fontes e métodos para obter informações abrangentes.

Entrevistas

Realize entrevistas individuais com stakeholders-chave para obter insights detalhados.

Pesquisas

Conduza pesquisas para coletar dados quantitativos de um grupo maior.

Observação

Observe diretamente os processos e comportamentos relacionados ao problema.

4. Simulação de Entrevistas para Validar Problemas

A simulação de entrevistas é uma técnica poderosa para identificar e validar problemas reais dos usuários. Exploraremos como conduzir entrevistas eficazes usando o "Teste da Mãe" para uma startup de gerenciamento financeiro pessoal.



"Na relação custo-benefício, não há maneira melhor de descobrir o que os clientes querem do que lendo este maravilhoso e pequeno livro. Se você quer que seu novo produto ou negócio seja bem sucedido, comece por aqui."

John Mullins
Autor, *The New Business Road Test*

Rob Fitzpatrick

O TESTE DA MÃE



Como conversar com clientes e descobrir se sua ideia é boa, mesmo com todos mentindo para você

O Teste da Mãe

O Teste da Mãe é uma técnica de entrevista para obter respostas honestas e úteis. Evita respostas tendenciosas ou agradáveis.

Prática de Entrevistas

Aprimorar habilidades de condução de entrevistas eficazes.

Uso do "Teste da Mãe"

Aplicar técnicas específicas para extrair informações valiosas.

Identificação de Problemas

Descobrir desafios reais enfrentados por usuários ou clientes.



"Na relação custo-benefício, não há maneira melhor de descobrir o que os clientes querem do que lendo este maravilhoso e pequeno livro. Se você quer que seu novo produto ou negócio seja bem sucedido, comece por aqui."

John Mullins
Autor, *The New Business Road Test*

Rob Fitzpatrick

O TESTE DA MÃE

Como conversar com clientes e descobrir se sua ideia é boa, mesmo com todos mentindo para você

O Teste da Mãe

1

Evitar Perguntas Genéricas

Foque em experiências específicas em vez de opiniões gerais.

Em vez de: "Você usaria este produto?", **Pergunte:** "Como você resolveu este problema no passado?"

Em vez de: "Você acha que essa funcionalidade é útil?"

Pergunte: "Quais ferramentas ou métodos você usou quando enfrentou esse problema pela última vez?"

Em vez de: "Você pagaria por este serviço?"

Pergunte: "Como você gerencia atualmente este aspecto do seu trabalho/vida?"



"Na relação custo-benefício, não há maneira melhor de descobrir o que os clientes querem do que lendo este maravilhoso e pequeno livro. Se você quer que seu novo produto ou negócio seja bem sucedido, comece por aqui."

John Mullins
Autor, *The New Business Road Test*

Rob Fitzpatrick

O TESTE DA MÃE

Como conversar com clientes e descobrir se sua ideia é boa, mesmo com todos mentindo para você

O Teste da Mãe

2

Focar em Experiências Passadas

Peça exemplos concretos de situações reais enfrentadas.

Pergunte: "Conte-me sobre a última vez que você enfrentou esse problema. O que aconteceu?"

Pergunte: "Qual foi a situação mais desafiadora que você encontrou relacionada a isso no último mês?"

Pergunte: "Como você lidou com esse problema na última vez que ele surgiu?"



"Na relação custo-benefício, não há maneira melhor de descobrir o que os clientes querem do que lendo este maravilhoso e pequeno livro. Se você quer que seu novo produto ou negócio seja bem sucedido, comece por aqui."

John Mullins
Autor, *The New Business Road Test*

Rob Fitzpatrick

O TESTE DA MÃE

Como conversar com clientes e descobrir se sua ideia é boa, mesmo com todos mentindo para você

O Teste da Mãe

3

Procurar Detalhes Específicos

Busque informações detalhadas sobre o contexto e as ações tomadas.

Pergunte: "Quantas vezes isso aconteceu no último mês?"

Pergunte: "Pode me dar um exemplo específico de quando isso foi um problema?"

Pergunte: "Quais foram os passos que você seguiu para tentar resolver isso?"



O Teste da MÃE

4

Evitar Validações Falsas:

Não busque aprovação ou validação, mas sim insights reais que possam guiar o desenvolvimento do produto ou solução.

Em vez de: "Você acha que essa ideia é boa?"

Pergunte: "Qual foi a última solução que você tentou e como ela funcionou para você?"

Em vez de: "Você recomendaria este produto?"

Pergunte: "O que você fez quando encontrou esse problema pela última vez e o que funcionou ou não funcionou?"

Em vez de: "Você gosta dessa nova funcionalidade?"

Pergunte: "Que problemas você encontrou com as soluções atuais e como você gostaria que fossem resolvidos?"



~~Design~~

~~User Experience~~

Current product
based on assumptions

Insights from user testing



Vamos entender uma Simulação



Startup de Fintech

- 1 Uma empresa iniciante está desenvolvendo um aplicativo inovador.



Gerenciamento Financeiro Pessoal

- 2 O app visa ajudar usuários a controlar suas finanças diárias.



Foco no Usuário

- 3 A startup busca entender profundamente as necessidades dos clientes.

Preparação: Definindo o Objetivo

1

Analisar Comportamento Atual

Entender como os usuários gerenciam suas finanças atualmente.

2

Identificar Problemas Comuns

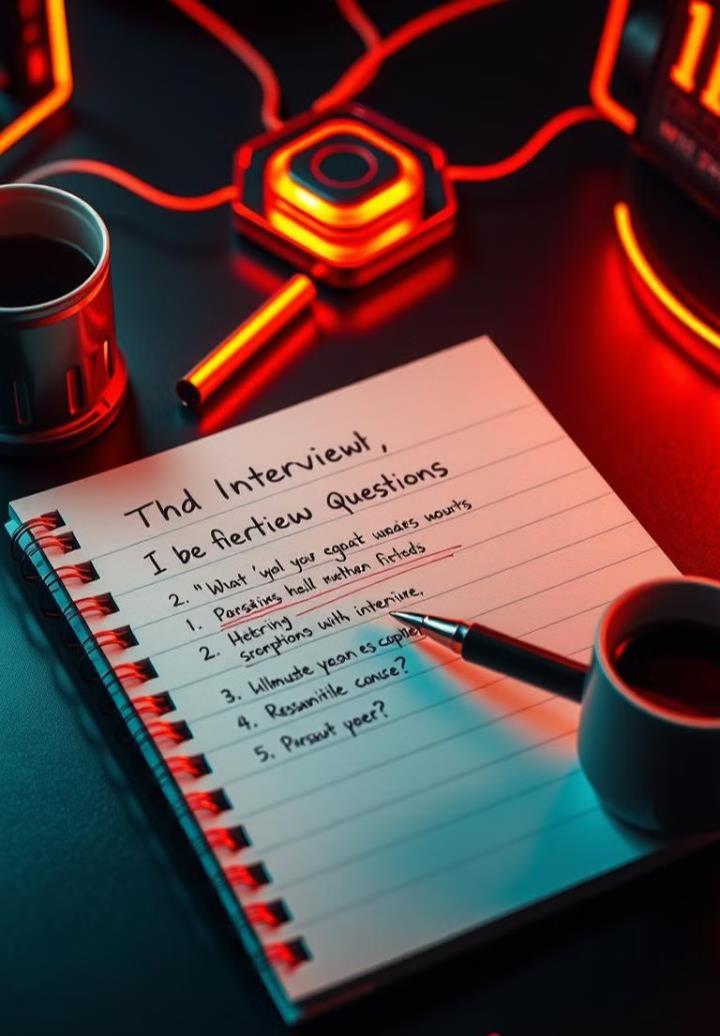
Descobrir desafios recorrentes no gerenciamento financeiro pessoal.

3

Coletar Insights Valiosos

Obter informações que possam guiar o desenvolvimento do aplicativo.





Criando um Roteiro de Perguntas

1

Experiências Passadas

"Conte-me sobre a última vez que você teve dificuldade em controlar seus gastos."

2

Soluções Tentadas

"Quais ferramentas você usou para tentar resolver isso?"

3

Pontos de Frustração

"O que foi mais frustrante sobre essa experiência?"

HANDS-ON



Mão na Massa - 40 min

1. Juntem-se no **grupo** formado na **Aula Zero**

2. Discutam 4 perguntas baseadas no conteúdo
"Teste da Mãe"

3. Acessem e preeencham o board :
<https://ai.boardofinnovation.com/interview-script>

4. Criem o roteiro com todas as opções de pesquisa. Podem utilizar o Google Forms ou outras ferramentas, além de incrementar as perguntas usando IA Generativa

5. **Apresentem** algumas questões em aula e **recebam insights**

Roteiro de entrevista

Insira sua pergunta de pesquisa, público-alvo, usuários extremos e algumas informações básicas sobre o motivo pelo qual você está conduzindo a pesquisa para gerar um roteiro de entrevista personalizado

Antecedentes e contexto

Forneca informações básicas sobre o que sua empresa faz, o que você quer aprender com esta entrevista e por que isso é importante. Use a ferramenta "Research Brief" se precisar de ajuda com isso.

desastres naturais, pensamossem como poderíamos ter um comportamento mais sustentável para evitar mais desperdício de recursos, especialmente os relacionados à moda. Como podemos transformar o consumo mais sustentável para o futuro.

Pergunta de pesquisa

Qual é a questão de pesquisa que você está tentando responder? Use a ferramenta "Research Brief" se precisar de ajuda com isso.

Você como consumidor ve alternativas para o uso de moda mais sustentável? Você mudaria para uma loja que vendesse roupas sustentáveis ou recicladas ou reproveitadas?Você já consome em sites sustentáveis? Você compra roupas usadas ou remodeladas?

Crie meu script

Público-alvo

Quem você vai entrevistar?

Consumidores de Moda Sustentável

Exemplo



Roteiro de entrevista

Insira sua pergunta de pesquisa, público-alvo, usuários extremos e algumas informações básicas sobre o motivo pelo qual você está conduzindo a pesquisa para gerar um roteiro de entrevista personalizado

Antecedentes e contexto

Forneça informações básicas sobre: o que sua empresa faz, o que você quer aprender com esta entrevista e por que isso é importante. Use a ferramenta "Research Brief" se precisar de ajuda com isso.

desastres naturais. pensamossem como poderíamos ter um comportamento mais sustentável para evitar mais despedicido de recursos, especialemten os relacionados a moda. Como odemos transformar o consumo mais sustentavel para o futuro.



Pergunta de pesquisa

Qual é a questão de pesquisa que você está tentando responder? Use a ferramenta "Research Brief" se precisar de ajuda com isso.

Você como consumidor ve alternativas para o uso de moda mais sustentável? Você mudaria para uma loja que vendesse roupas sustentáveis ou recicladas ou reaproveitadas?Você já consome em sites sustentaveis. Você compra roupas usadas ou remodeladas?



Público-alvo

Quem você vai entrevistar?

Consumidores de Moda Sustentavel

Crie meu script

A vibrant illustration of a team of six people in a modern office setting. They are gathered around a whiteboard covered in numerous colorful sticky notes, engaged in a collaborative discussion. The office has a high ceiling with exposed pipes and ductwork, and large windows in the background. In the foreground, two people are seated at a desk, facing the whiteboard.

5.0 papel do empreendedor e intraempreendedor

“Empreendedorismo é a habilidade e a competência de transformar ideias em realidade.”

ENDEAVOR

Empreendedorismo no Brasil

De cada **100** brasileiros

42 estão realizando alguma atividade empreendedora.

Apenas **27,8%** delas inovam em seus mercados.



Empreendedorismo no Brasil

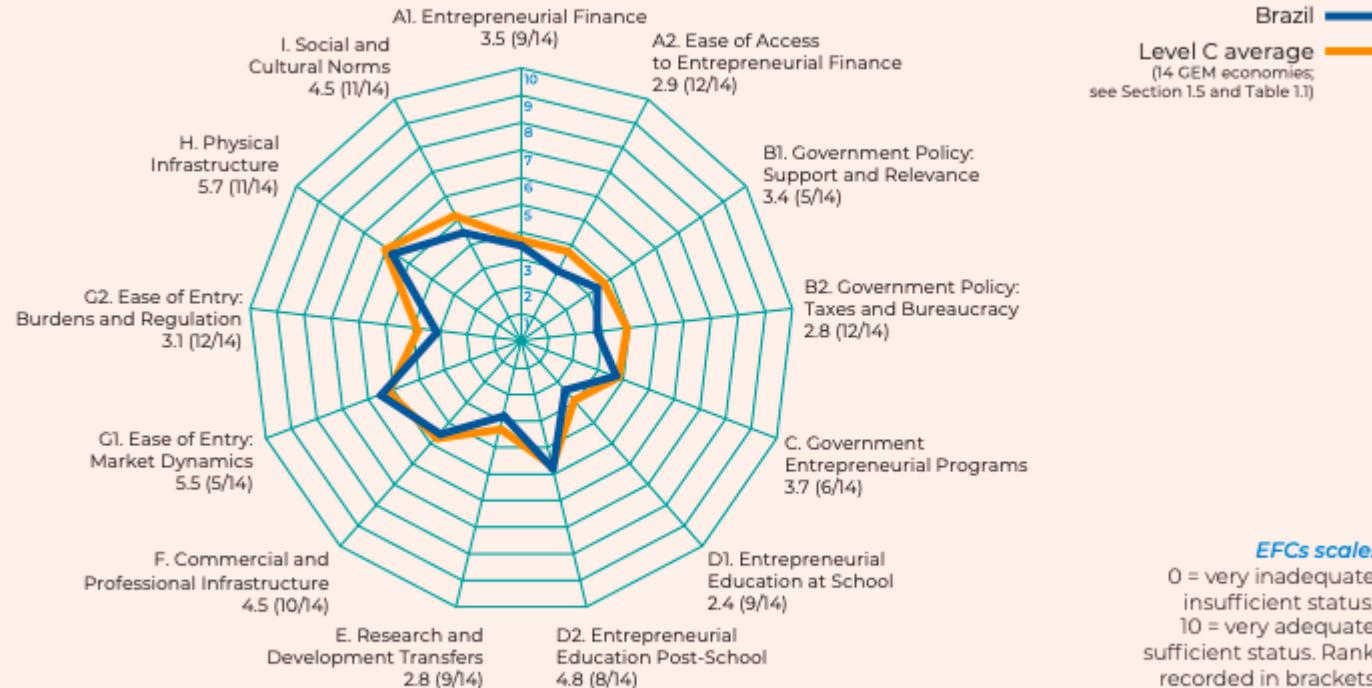


90,4% usa mais tecnologia digital

89,2% considera o impacto social

90,4% considera o impacto ambiental

EXPERT RATINGS OF THE ENTREPRENEURIAL FRAMEWORK CONDITIONS



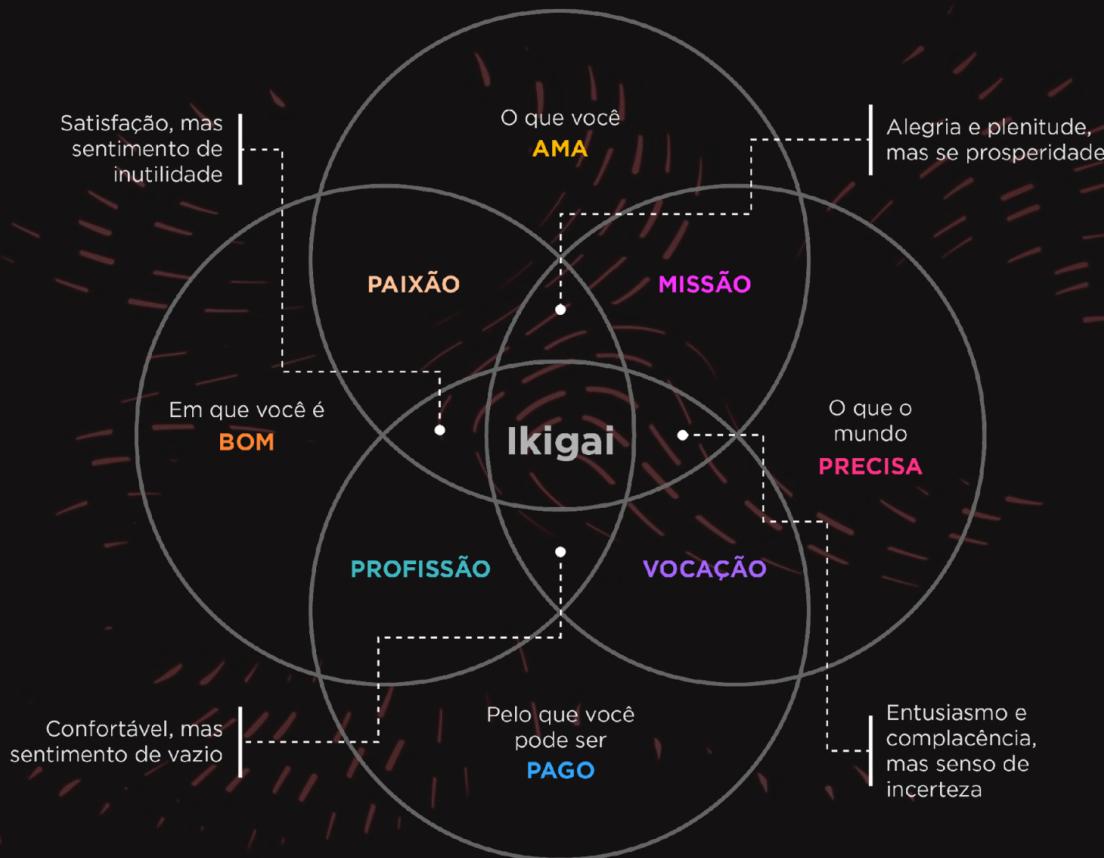
108

Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report

VOCÊ EMPREENDEDOR

Ikigai

UM CONCEITO JAPONÊS QUE SIGNIFICA “UMA RAZÃO PARA SER”



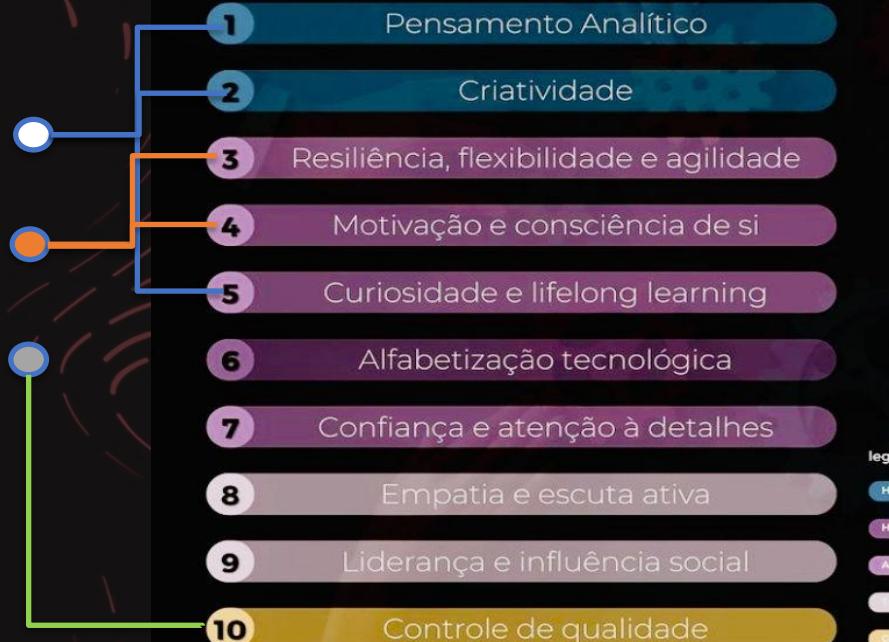
SER INTRAEMPREENDEDOR

Metodologias

Design Thinking
Lean Startup

Canvas Business Model

Soft Skills do Profissional do Futuro



PORQUE AS
STARTUPS OU
PROJETOS FALHAM

 BASED ON ANALYSIS OF 101 STARTUP POSTMORTEM
Top 20 Reasons Startups Fail

NO MARKET NEED



42%

RAN OUT OF CASH



29%

NOT THE RIGHT TEAM



23%

GET OUTCOMPETED



19%

PRICING / COST ISSUES



18%

USER UN-FRIENDLY PRODUCT



17%

PRODUCT WITHOUT A BUSINESS MODEL



17%

POOR MARKETING



14%

IGNORE CUSTOMERS



14%

PRODUCT MISTIMED



13%

LOSE FOCUS



13%

DISHARMONY AMONG TEAM / INVESTORS



13%

PIVOT GONE BAD



10%

LACK PASSION



9%

FAILED GEOGRAPHICAL EXPANSION



9%

NO FINANCING / INVESTOR INTEREST



8%

LEGAL CHALLENGES



8%

DIDN'T USE NETWORK



8%

BURN OUT



8%

FAILURE TO PIVOT



7%

Vocês lembram
de algum projeto ou empresa que
fracassou?

Walt Disney

Criatividade x Gestão

Reconhecido por sua criatividade ímpar, Disney não apresentava as mesmas habilidades para gerir negócios.

Sonho do Empreendedorismo

Começou em agências de publicidade e companhias cinematográficas, mas não durava nos trabalhos e resolveu, aos **20 anos**, fundar a própria companhia cinematográfica, a **Laugh-O-grams**

A dura realidade

Não conseguia cumprir os prazos com os distribuidores, e suas produções davam prejuízo, empresa **faliu** e ele estava **devendo 15 mil dólares a 43 credores**.

A virada de chave

Sozinho em seu escritório, o desenhista só recebia a visita de alguns ratos. Mas do total fracasso e das companhias inesperadas surgiu seu grande personagem: o simpático **Mickey Mouse**.

O resto da história

Da falência, Walt Disney se reergueu e **chegou a acumular uma fortuna de 1,1 bilhão de dólares**.



“

Só há um tipo de
empreendedor que
fracassa...

...aquele que não consegue
aprender com seus próprios
erros.”

O que vimos
até aqui?

Empreendedorismo & Inovação

1

2

3

4

Definição de Grupos

Grupos de 4 pessoas no máximo

Definição de Trilha

Changemakers,
Discovery ou
StartupOne

Ideação

Escolha de tema/problemática a ser resolvida

Problema

Aprofundamento e validação do problema

PARA A PRÓXIMA
AULA



ENTREGÁVEL PARCIAL

- 1
- 2
- 3

FRAME BOARD INNOVATION AI

Utilizem a ferramenta
<https://ai.boardofinnovation.com/> para aprofundar
sobre o problema e validações

PESQUISA DE VALIDAÇÃO

Com base nas técnicas da aula, preparem e apliquem
o questionário de validação do problema

PITCH DE APRESENTAÇÃO

Preparem uma apresentação de 5 minutos para
apresentação na próxima aula CONTENDO:

- Resultados do Board Innovation AI
- Resultados da pesquisa de validação

DÚVIDAS

O QUE VOCÊ ACHOU DESSA AULA?

Nos ajude a melhorar!
Entre no app da FIAP e avlie!



FIAP MBA⁺

© FUTURO NOS MOVE