|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Curso: | Especialização Inovação e Tecnologia | Período Letivo: | 2025/2 |
| Professora: | Thaisa Rodrigues | Data: 22/10/2025 | |
| **Dupla:** | **Danilo Paes Ribeiro** | **Valor:** | **Peso:** |

**ATIVIDADE 3 / Aula 2 (17/10) – INOVAÇÃO DE PRODUTO – IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES**

Selecione um Tema:

( ) Tecnologia Vestível (Wearable Technology)

( ) Alimentação Saudável

( x ) Mobilidade Urbana Sustentável

( ) Educação a Distância (E-learning)

( ) Bem-Estar e Saúde Mental

***1.1 Estabelecer um charter (missão): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***

***1.2 Aplique um brainstorming e liste pelo menos 10 ideias de produtos.*** *Lembre-se das regras do brainstorming, brincar com as ideias, é proibido destruir ideias e ideias absurdas são muito bem vindas. A sugestão é aplicar um brainstorming, contudo, fiquem à vontade para aplicar outras ferramentas como SCAMPER ou design thinking, etc.*

1. Bicicleta elétrica dobrável com energia solar.

2. Aplicativo de carona solidária para bairros periféricos.

3. Estação pública de recarga solar para patinetes e bikes.

4. Sistema de aluguel de bicicletas comunitárias em áreas de difícil acesso.

5. Sensor inteligente de tráfego para reduzir congestionamentos.

6. Plataforma para monitorar emissão de carbono individual.

7. Mochila geradora de energia por movimento para ciclistas.

8. App gamificado que recompensa transporte sustentável.

9. Estacionamento inteligente para bicicletas e patinetes com segurança digital.

10. Ônibus elétrico modular (adaptável conforme demanda de passageiros).

***1.3 Faça uma pré-seleção das ideias com base em critérios.***

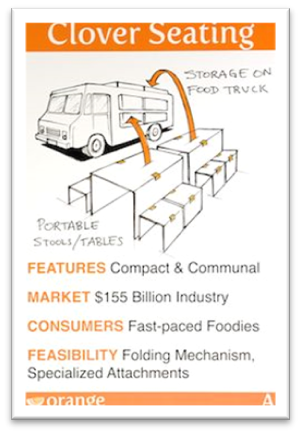
Defina os critérios (liste eles) e avalie cada uma das ideias (justifique), a partir disso, selecione 2 ideias potenciais.

* Inovação: A ideia apresenta uma abordagem original ou uma solução única para uma necessidade ou problema identificado.
* Viabilidade Técnica: A ideia é tecnicamente possível de ser implementada com os recursos disponíveis ou com modificações razoáveis.
* Potencial de Mercado: Existe uma demanda significativa ou um mercado potencial para o produto proposto, e o tamanho do mercado é suficiente para sustentar a produção e comercialização.
* Alinhamento com as Tendências Atuais: A ideia está alinhada com as tendências atuais do mercado ou com as preferências e necessidades emergentes dos consumidores.
* Impacto Social ou Ambiental: O produto proposto contribui para o bem-estar social, a sustentabilidade ambiental ou a melhoria da qualidade de vida de uma comunidade ou grupo específico.
* Viabilidade Econômica: A ideia tem potencial para gerar lucro e retorno financeiro dentro de um período de tempo razoável, considerando os custos de desenvolvimento, produção e comercialização.
* Facilidade de Implementação: A ideia é facilmente implementável e não requer mudanças ou investimentos significativos na infraestrutura existente da empresa.
* Diferenciação Competitiva: O produto proposto possui características únicas que o diferenciam da concorrência e o tornam atraente para os consumidores.
* Barreiras de Entrada: Existem barreiras significativas à entrada de novos concorrentes no mercado proposto pelo produto, como patentes, tecnologia proprietária ou economias de escala.
* Acessibilidade: O produto é acessível e inclusivo, atendendo às necessidades de diferentes grupos demográficos, incluindo pessoas com deficiência, idosos ou pessoas de baixa renda.

***1.4 Explore as 2 ideias potenciais aplicando a ferramenta: Apresentação 2 ideias.***

Sua dupla irá preparar dois painéis (cartazes) que ilustram as duas melhores ideias de projeto de produto. Cada cartaz deve incluir um esboço simples e as seguintes informações-chave: 1. clientes potenciais; 2. mercado; 3. viabilidade técnica e 4. características do produto.

Seu cartaz precisa ser informativo e envolvente, o truque é fazer com que a informação seja fácil de entender e atraente para o público. O cartaz deve primeiro capturar a atenção do público e, em seguida, despertar interesse em sua leitura. Você deve pensar no ponto focal do cartaz, e fazer essa informação saltar da página. Lembre-se que tudo no cartaz deve ser legível. Exemplos:

Que elementos podem fazer uma ideia saltar do cartaz?

• Esboço bem feito (não necessariamente super detalhado!);

• Uso notável da cor;

• Excelente nome;

• Logotipo surpreendente ou slogan atrativo;

• Informações importantes visualmente destacadas;

• Um elemento que sugere contexto (por exemplo, uma mão humana se seu produto é um dispositivo usado no pulso);

O que não funciona? Sobrecarga/desordem, não ser simples; esboçar linhas muito claras; Ausência de ponto focal; Sobrecarga de cores ou sem esquema de cores; Texto pequeno demais ou extravagante (mantenha-o limpo e nítido).

Depois de esboçar um projeto de cartaz, certifique-se de sua informação de apoio é compreensível, e fácil de ler. Mantenha o mínimo de texto em seu pôster, mas não corte demais (Abreviaturas frequentemente caem nessa armadilha).

Além de cada cartaz, faça uma apresentação escrita, comentando /descrevendo a ideia de projeto de produto. Sua apresentação deve ser clara e informativa, e deve convencer a audiência fictícia que há uma necessidade genuína para o produto. O público deve entender tanto o problema que o produto resolve ou necessidade que atende, quanto a abordagem técnica utilizada para resolvê-lo.

***1.5 Selecione uma das duas ideias aplicando o check list RWW.***

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RWW** | **Ideia 1** | **Ideia 2** |
| **1.Existe um mercado real e um produto real?** |  |  |
| Existe a necessidade? (Qual é a necessidade? Como é a necessidade atualmente satisfeita? |  |  |
| O cliente pode comprar? (Tamanho do mercado, processo de tomada de decisão do cliente). |  |  |
| O cliente vai comprar? (Riscos e benefícios, as expectativas sobre preço e disponibilidade percebida). |  |  |
| Existe um conceito viável para um produto? É provável que a equipe seja capaz de desenvolver um conceito viável? |  |  |
|
| O produto é aceitável dentro das normas sociais, legais e ambientais? |  |  |
| O produto é viável? Ele pode ser feito? A tecnologia está disponível? Satisfará as necessidades? |  |  |
| O nosso produto satisfará o mercado? Existe uma vantagem em relação a outros produtos? |  |  |
| Pode ser produzido a baixo custo? |  |  |
| Os riscos percebidos pelo cliente são aceitáveis? Quais são as barreiras para a adoção? |  |  |
| **2. Podemos ganhar? Nosso produto ou serviço é competitivo? Podemos ter sucesso como uma empresa?** |  |  |
|
| Temos uma vantagem competitiva? É sustentável? (Desempenho, patentes, barreiras à entrada, substituição, preço). |  |  |
|
| É o momento certo? |  |  |
| Ela se encaixa na nossa marca? |  |  |
| Vamos vencer nossa concorrência? (O quanto eles vão melhorar? Trajetórias de preços, os participantes). |  |  |
|
| Temos recursos superiores? (Engenharia, finanças, marketing, produção, se encaixam com as competências essenciais). |  |  |
|
| Temos uma gestão que pode ganhar? (Experiência? Encaixam com a cultura? Empenho nesta oportunidade?). |  |  |
|
| Conhecemos o mercado tão bem, ou melhor, do que os nossos concorrentes? (Comportamento do cliente? Canais). |  |  |
|
| **3. Vale a pena fazer? É o retorno adequado e o risco aceitável?** |  |  |
| Vai fazer dinheiro? |  |  |
| Temos os recursos e o dinheiro para fazer isso? |  |  |
| Os riscos são aceitáveis para nós? (O que poderia dar errado? Risco técnico vs. risco de mercado). |  |  |
|
| Ela se encaixa na nossa estratégia? (Encaixa com a nossa expectativa de crescimento e impacto na marca). |  |  |
|
| **Resposta** |  |  |

***1.6 Construa a Minuta do Projeto de Produto aprovado. A minuta do projeto deve conter o título do projeto***

**1. Título do Projeto**

*[ descreva o título do projeto. No caso de aplicação deste padrão em uma empresa, sugere-se que além do título sejam incluídos na lista de verificação o apelido do projeto e código de identificação. O código é fundamental para se criar uma base de dados histórica de propostas de projeto. Assim, mesmo que a Minuta não seja aprovada, fica o registro que pode ser aproveitado em uma situação futura. Antecipar a definição de um “apelido” oficial evita a proliferação futura de abreviações e outros apelidos que podem gerar dificuldade na identificação e documentação do projeto. ]*

**2. Mercado-Alvo**

*[ Descreva as necessidades de negócio que deverão ser atendidas pelo produto. O item principal é a descrição do mercado potencial do produto, isto é, quais os consumidores, de preferência estratificando-os por segmentos com características específicas. Eventualmente, poderá incluir também resultados esperados por outros interessados, tais como áreas da empresa (Assistência Técnica), diretoria ou mesmo componentes que serão desenvolvidos junto com o projeto]*

**3. Descrição do Produto**

*[ Neste item deve-se descrever os produtos do projeto. Em projetos de produto físico deve incluir uma primeira lista de funções a serem atendidas pelo produto. Esta lista deve ser tão detalhada quanto possível. Além da definição de metas para desempenho do produto, deve-se incluir na descrição outros resultados complementares: como serviços associados ao produto ou materiais de apoio para a sua entrega como manuais ou instalações.]*