



Como Criar uma STARTUP

**Uma jornada dinâmica e
desafiadora, para transformação de
ideias inovadoras em negócios de
alto impacto**

No cenário atual de inovação e empreendedorismo, a criação de startups se tornou uma estratégia essencial para o desenvolvimento de negócios escaláveis e disruptivos. A disciplina "Como Criar uma Startup", tem como objetivo capacitar os alunos a desenvolver e estruturar modelos de negócios inovadores, viáveis, escaláveis e sustentáveis. Para isso, busca fornecer o conhecimento teórico e prático para que os estudantes identifiquem oportunidades no mercado e estejam preparados para os desafios do ecossistema empreendedor.

Ao longo do curso, os estudantes serão auxiliados por metodologias ágeis, como Lean Startup, Business Model Canvas e Design Thinking, aprendendo a validar hipóteses, identificar oportunidades de mercado e estruturar um plano estratégico para o crescimento da empresa. Além disso, a disciplina abordará temas como captação de investimentos, modelagem financeira fundamentais para a sobrevivência e o sucesso de uma startup.

Com uma abordagem prática e interativa, os alunos terão a oportunidade de desenvolver projetos reais, participando de mentorias com especialistas do setor e simulando desafios enfrentados por empreendedores no mercado. Ao final do curso, espera-se que os participantes tenham adquirido as competências necessárias para idealizar, validar e estruturar sua própria startup, contribuindo para o ecossistema de inovação e impulsionando novas soluções para o mercado.

1

Caderno de Atividades

O caderno de atividades da disciplina "Como Criar uma Startup" foi estruturado para proporcionar uma experiência prática e imersiva no universo do empreendedorismo. Ao longo das atividades, os alunos serão conduzidos por um processo estruturado que os ajudará a gerar, validar e aprimorar ideias inovadoras, utilizando ferramentas essenciais para a construção de um negócio viável. Ao final, o aluno terá construído um plano de negócios.

O caderno inclui atividades voltadas para a comunicação e apresentação do negócio, preparando os alunos para elaborar um pitch convincente e desenvolver estratégias para a captação de investimentos. As entregas parciais contemplam as etapas do plano de negócio e atividades complementares propostas pelos professores. Com isso, ao final do curso, os estudantes terão não apenas o conhecimento teórico, mas também um modelo de startup validado, pronto para ser apresentado a investidores e incubadoras, aumentando suas chances de sucesso no mercado.

Atividades

ATIVIDADE 1 : Logo da Empresa, membros da equipe e geração de ideias	5
ATIVIDADE 2 : Levantamento de startups promissoras, lista de incubadoras e aceleradoras	9
ATIVIDADE 3 : Canvas e Caso Decoy	11
ATIVIDADE 4: Mercado, concorrentes, plano de comunicação	13
ATIVIDADE 5 : Entrevistas de empatia + Persona + Canvas da Proposta de valor	16
ATIVIDADE 6: Análise da concorrência	19
ATIVIDADE 7 : Elaboração do MVP simples. Protótipo e observações do protótipo	22
ATIVIDADE 8- Plano de trabalho	25
ATIVIDADE 9 : Taxa Mínima, Investimento Inicial e ROE	26
ATIVIDADE 10 : Plano de Internacionalização	27
ATIVIDADE 11 : Operações	28
ATIVIDADE 12 : Plano Financeiro	29
ATIVIDADE 13: Autoavaliação e Plano de Negócio completo	30

Atividade 1

Nesta etapa, os alunos serão desafiados a desenvolver um logotipo como parte da construção de uma identidade visual para uma marca. Esse processo envolverá a aplicação de princípios do design gráfico, como tipografia, teoria das cores, composição e significado simbólico, garantindo que o logotipo comunique de forma clara e eficaz os valores e a proposta da marca. Além disso, os estudantes deverão considerar aspectos técnicos, como escalabilidade e versatilidade, assegurando que o design seja funcional em diferentes formatos e mídias. Por meio dessa atividade prática, os alunos terão a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos em branding e design estratégico, consolidando habilidades essenciais para a criação de identidades visuais coerentes e impactantes.



Equipe



Aparecida Xavier

Analista de mercado
iamaparecida@usp.br

Laís Nuto Rossman

Tech Lead: responsável pela liderança técnica, desenvolvimento fullstack, gestão de produto
laisnuto@usp.br

João Pedro Santos Filho

Analista de riscos e segurança corporativa
joao.santos.filho@usp.br

Eduardo Figueredo Pacheco

Especialista técnico e Comercial
eduardofp@usp.br

Jorge Harrisonn Mantovanelli Thomes Vieira

Especialista técnico: analisar a viabilidade técnica do projeto
jorge.harrisonn@usp.br

Larissa Silvestre Santos de Bessa

Designer / Marketing / Suporte ao cliente
larissasilvestreb@usp.br

Jonathas Castilho

Full Stack Designer
jonathascastilho@usp.br

Geração de Ideias

Nesta etapa, ideias de modelos de negócios sejam desenvolvidas de maneira criativa e estruturada, é essencial adotar metodologias que estimulem o pensamento inovador e a visão estratégica. O primeiro passo nesse processo é a realização de sessões de brainstorming guiado entre a equipe, nas quais os estudantes são incentivados a identificar problemas reais do mercado e propor soluções inovadoras sem julgamentos iniciais. Essa abordagem permite a geração de um grande volume de ideias, que podem ser refinadas posteriormente.

Relevância do Projeto

A equipe deverá apresentar o problema ou necessidade que motivou sua criação, seguido da solução proposta e seus benefícios. Deve-se definir o público-alvo e reforçar a viabilidade da ideia com dados ou referências.



Validação de Mercado

A validação de mercado verifica se uma ideia ou produto tem demanda real antes do lançamento. Para isso, são analisados o público-alvo, concorrência e viabilidade, utilizando pesquisas, entrevistas e testes. Métricas como intenção de compra e engajamento ajudam a medir o potencial da solução. Esse processo reduz riscos, permitindo ajustes e garantindo que o produto atenda às necessidades do consumidor de forma estratégica.



Vivência observada: GERAÇÃO DE IDEIAS



Nesta atividade, a equipe deverá realizar um brainstorming para a geração de ideias.

Descreva como ocorreu o processo, as três ideias iniciais e qual a ideia escolhida para startup.

No início, pensamos em criar uma plataforma semelhante ao Duolingo, mas voltada para o ensino fundamental e médio, com uma abordagem gamificada e interativa para tornar o aprendizado mais envolvente.

Depois, consideramos focar na preparação para vestibulares, oferecendo um sistema que ajudasse os alunos a organizar os estudos e aprender de forma mais eficiente.

Por fim, identificamos a necessidade de maior inclusão educacional e percebemos que um grande diferencial seria desenvolver uma plataforma adaptativa para alunos neurodivergentes, garantindo acessibilidade e aprendizado personalizado.

Assim, nossa ideia final foi uma EdTech voltada para vestibulandos, com foco na adaptação do ensino para diferentes perfis de aprendizagem, promovendo inclusão e eficiência.

Vivência observada: GERAÇÃO DE IDEIAS



Nesta atividade, a equipe deverá realizar um brainstorming para a geração de ideias.

Disserte sobre a relevância do projeto.

Nosso projeto é relevante porque aborda dois desafios centrais da educação no Brasil: o acesso ao ensino superior e a inclusão de alunos neurodivergentes.

O foco em vestibulares é essencial, pois esses exames são a principal porta de entrada para o ensino superior, que, por sua vez, está diretamente ligado à redução da pobreza e à inclusão social. Estudos mostram que a democratização do acesso à educação superior impacta a qualificação profissional e o crescimento econômico, reforçando a importância de preparar mais alunos para essa etapa.

Além disso, a inclusão de alunos neurodivergentes é um aspecto muitas vezes negligenciado nos métodos de ensino tradicionais. Nossa plataforma propõe um aprendizado adaptativo, garantindo que esses estudantes tenham recursos acessíveis e personalizados para potencializar seu desempenho e ampliar suas oportunidades.

Dessa forma, nossa EdTech busca não apenas melhorar a preparação para vestibulares, mas também tornar a educação mais inclusiva e acessível para todos.

Vivência observada: GERAÇÃO DE IDEIAS



Nesta atividade, a equipe deverá realizar um brainstorming para a geração de ideias.

Comente sobre a validação do mercado (tamanho potencial do mercado, concorrentes, público-alvo etc).

1. Primeiras impressões

O mercado de EdTechs voltadas para estudos de vestibular tem crescido significativamente no Brasil, com a Descomplica e Plurall sendo grandes destaques no setor. No entanto, identificamos uma escassez de soluções específicas para a preparação de vestibulandos neurodivergentes.

2. Tamanho potencial do mercado:

Segundo o Censo Escolar do INEP e MEC, 1.771.430 matrículas de educação especial de ensino infantil, fundamental e médio foram realizadas em 2023. Desse número, 35,9% (636.202) são de estudantes com Transtorno do Espectro do Autismo (TEA)¹. Além disso, o Censo da Educação Superior de 2020 contabilizou que de 8.680.354 matrículas, 0,03% foram de estudantes com TEA e 0,07% de estudantes com deficiência intelectual², número consideravelmente maior do que os dados de 2015.

Com base nesses dados, e considerando que em 2024 mais de 4,3 milhões de pessoas se inscreveram para o ENEM, é possível notar que esse é um mercado em crescimento, com cada vez mais investimentos e EdTechs em expansão.

¹ o MEC e INEP, não têm uma categoria para neurodivergentes nas pesquisas, apenas o TEA é especificado.

² é importante destacar que nem todos que têm deficiência intelectual são neurodivergentes.

Vivência observada: GERAÇÃO DE IDEIAS



Nesta atividade, a equipe deverá realizar um brainstorming para a geração de ideias.

3. Cenário atual

No Brasil, não existem dados oficiais sobre a população neurodivergente, mas algumas estimativas mundiais colaboram no entendimento dessa demanda. Segundo a Associação Brasileira de Dislexia (ABD), a dislexia atinge entre 5% e 17% da população mundial. O Ministério da Saúde informa que entre 5% e 8% da população mundial apresenta Transtorno de Déficit de Atenção com Hiperatividade e, segundo a CDC (Centers for Disease Control) 1 a cada 36 crianças possui autismo.

Dentro deste cenário, no Brasil, as ferramentas disponíveis para esse público estão focadas essencialmente no auxílio nas atividades pedagógicas de crianças.

Observamos uma carência de soluções que impactem diretamente a preparação para o vestibular e a continuidade dos estudos dessas crianças. Por isso, nosso foco é a inclusão e ensino individualizado de jovens neurodivergentes que pretendem ingressar no ensino superior.

4. Concorrência:

O setor de EdTechs com materiais voltados para o vestibular têm nomes já consolidados como Descomplica, Me Salva e Stoodi. Porém, nossa EdTech se diferencia e se destaca pela ideia de inclusão de um aprendizado adaptativo para alunos neurodivergentes, no qual poucas plataformas educacionais são focadas.

5. Público-alvo:

Estudantes do ensino médio e pré-vestibulandos, com foco nos que têm dificuldades de aprendizado, neurodivergências (TDAH, TEA, dislexia etc.) ou buscam soluções inclusivas e personalizadas.

Atividade 2

STARTUPS PROMISSORAS



Esta atividade consiste em realizar uma breve análise de startups promissoras e como é realizado o processo de incubação ou aceleração. Descreva de acordo com os enunciados:

Fazer um levantamento de 10 startups promissoras nos seguintes países no tema de interesse do grupo: EUA, Alemanha, Inglaterra, França e China. Qual problema elas resolvem? Quem é o cliente? Qual é a solução? Discutir esta lista com o seu grupo. Seleccionem três problemas promissores.

Algumas das startups promissoras ao redor do mundo estão listadas aqui: **Floreo** (EUA), **Cognoa** (EUA), **Teachy** (EUA), **Udacity** (EUA), **Learnable** (Alemanha), **Avaz** (Inglaterra), **FutureLearn** (Inglaterra), **EducaSens** (França), **Xiao Ai Edu** (China), **VIPKid** (China) e foram discutidas em grupo suas principais ideias e a conclusão foi a seguinte:

Discussão em Grupo e Seleção de Três Problemas Promissores

Ao discutir a lista, o grupo pode identificar que alguns desafios se destacam pela relevância social e pelo potencial de impacto:

Habilidades Sociais e Comunicação em Autismo:

– Problemas enfrentados por crianças com autismo, como na solução da Floreo.

Diagnóstico Precoce e Intervenção:

– A necessidade de ferramentas que possibilitem um diagnóstico rápido e preciso, como exemplificado pela Cognoa.

Personalização do Ensino para Alunos Neurodiversos:

– A lacuna de sistemas de aprendizagem adaptativos e inclusivos, onde a Teachy se destaca ao oferecer uma solução personalizada que pode beneficiar uma ampla gama de alunos, mas agora focado na personalização também incluindo aqueles com autismo/PCD. Porém o principal cliente dessa startuop são os professores, então o foco na aprendizagem personalizada é abordado na perspectiva do educador em preparar materiais mais específicos para seus alunos de acordo com cada necessidade

Atividade 2

STARTUPS PROMISSORAS



Esta atividade consiste em realizar uma breve análise de startups promissoras e como é realizado o processo de incubação ou aceleração. Descreva de acordo com os enunciados:

Listem as incubadoras e aceleradoras da USP. Pesquisa sobre o processo de inscrição, avaliem as vantagens e desvantagens, e benefícios de se participar de um programa de incubação ou aceleração.

Algumas das incubadoras que encontramos foram: EsalqTec e Cietec.

Os processos seletivos em geral seguem um padrão parecido:

1. Apresentar a ideia da startup e as pessoas envolvidas no projeto
2. Avaliação por parte das incubadoras
3. Validação fiscal (checagem de documentação)
4. Conclusão (assinatura de contratos, exploração de benefícios, etc)

As principais vantagens de se participar de incubadoras e aceleradoras estão relacionadas à formação de conexões. Tanto para conhecer pessoas com experiência para poder ajudar a guiar no processo de criação e entendimento de mercado, quanto para conhecer potenciais parcerias para impulsionamento mútuo de ideias.

Business Model Canvas

O Business Model Canvas é uma ferramenta visual que permite estruturar e analisar um modelo de negócio de forma clara e estratégica. Ele é composto por nove blocos fundamentais: proposta de valor, segmento de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos-chave, atividades-chave, parcerias principais e estrutura de custos.

Esses elementos ajudam a compreender como a empresa cria, entrega e captura valor no mercado. Sua aplicação facilita a identificação de oportunidades, ajustes e inovações no modelo de negócio, tornando a tomada de decisão mais ágil e eficiente.

- **Proposta de Valor:** Descreve o valor que a empresa oferece aos seus clientes, ou seja, o que torna o produto ou serviço único e relevante para o público-alvo.
- **Segmentos de Clientes:** Identifica os diferentes grupos de clientes ou mercados que a empresa atende, ajudando a entender suas necessidades e características.
- **Canais:** Refere-se aos meios e canais de comunicação e distribuição usados para alcançar os clientes e entregar a proposta de valor.
- **Relacionamento com Clientes:** Define como a empresa interage com seus clientes, seja por meio de atendimento personalizado, autoatendimento, comunidade ou serviços de suporte.
- **Fontes de Receita:** Descreve as formas pelas quais a empresa gera receita, como vendas diretas, assinaturas, licenciamento, entre outras.
- **Recursos-chave:** Refere-se aos principais ativos e recursos necessários para que o modelo de negócios funcione, como infraestrutura, tecnologia, pessoas e conhecimento.
- **Atividades-chave:** São as principais ações ou tarefas que a empresa deve realizar para entregar sua proposta de valor, como desenvolvimento de produto, marketing e operações.
- **Parcerias Principais:** Identifica os principais parceiros e fornecedores necessários para o sucesso do modelo de negócios, como alianças estratégicas, fornecedores de insumos ou distribuidores.
- **Estrutura de Custos:** Refere-se aos custos associados ao funcionamento do modelo de negócios, incluindo despesas com recursos, atividades e parcerias.

Atividade 3

Business Model Canvas

Cole notas adesivas identificando cada ação a ser realizada nesta atividade dentro do campo específico

Parcerias-Chave Clínicas e profissionais de saúde especializados em neurodivergência ONGs ou projetos sociais relacionados a educação inclusiva Influenciadores educacionais ou creators	Atividades Chave Pesquisar e conversar com especialistas para mapear os perfis de aprendizagem de neurodivergentes Definir módulos e conteúdos de ensino Definir a arquitetura da plataforma (design que contemple acessibilidade e inclusão) Testar protótipos das trilhas de aprendizagem com estudantes	Propostas de Valor Ensino adaptativo para vestibulares Plataforma acessível a diferentes perfis de aprendizagem Preparação personalizada com foco em eficiência e inclusão Feedback constante	Relacionamento Comunidade de alunos e tutores Atendimento humanizado e personalizado	Segmentos de Clientes Alunos do ensino médio Vestibulandos neurodivergentes (TDAH, TEA, dislexia etc.) Escolas e cursinhos pré-vestibulares
	Recursos Chave Plataforma de desenvolvimento Serviços de Inteligência Artificial Consultores especialistas: psicopedagogos e educadores		Canais Aplicativo mobile e Web Redes sociais	
Estrutura de Custos Custo de infraestrutura e tecnologia Equipe de Tecnologia Equipe de Marketing/Operações Equipe Psicopedagogica			Fontes de Receitas Assinatura mensal dos alunos Planos escolares -> venda B2B	

Atividade 3

PLANO DE MARKETING



De acordo com a leitura anexada na **Aula 8** “O caso Decoy” a equipe deverá responder as seguintes questões:

1) Na tomada de decisões diante dos obstáculos enfrentados, o que você faria de diferente dos jovens empreendedores?

Uma abordagem diferente dos jovens empreendedores da Decoy incluiria uma validação de mercado mais antecipada, garantindo que a solução atendesse a uma dor real antes de investir muitos recursos no desenvolvimento. Além disso, buscaria parcerias estratégicas desde o início com cooperativas e empresas do setor agropecuário para facilitar a entrada no mercado. Outro ponto seria a criação de um modelo de negócio mais escalável, explorando fontes de receita recorrentes, como assinaturas ou serviços complementares. Paralelamente, aceleraria os processos regulatórios para evitar atrasos na comercialização. Por fim, diversificaria as fontes de investimento, buscando além do financiamento público opções como investidores-anjo ou venture capital para expandir mais rapidamente.

2)

Recursos/Capacidades		Valiosos?	Raros?	Difíceis de Imitar?	Explorados pela Organização?	Implicações Competitivas
Recursos Humanos	(equipe qualificada, multidisciplinar)	Sim	Sim	Sim	Sim	Vantagem sustentável (dificuldade de replicação)
Recursos Financeiros	(investimentos FAPESP, SP Ventures)	Sim	Não	Parcialmente	Sim	Vantagem temporária (requer novos investimentos)
Recursos Mercadológicos	(parcerias, posicionamento)	Sim	Parcialmente	Sim	Sim	Vantagem competitiva (diferenciação)
Recursos Ecológicos	(solução sustentável)	Sim	Sim	Sim	Sim	Vantagem sustentável (alinhamento com tendências)
Recursos Biotecnológicos	(fungos, patentes)	Sim	Sim	Sim	Sim	Vantagem sustentável (barreiras à imitação)

3) Como garantir que a Decoy continue obtendo vantagens competitivas com a inovação tecnológica?

Para garantir que a Decoy continue obtendo vantagens competitivas com a inovação tecnológica, é essencial proteger sua propriedade intelectual, mantendo patentes ativas e monitorando possíveis violações. Além disso, investir continuamente em pesquisa e desenvolvimento permitirá aprimorar a eficácia do produto e expandir a linha para novas pragas e espécies, garantindo também melhor produto e aderência dos clientes. A empresa também deve buscar parcerias estratégicas e expandir sua atuação internacionalmente, aproveitando mercados com desafios semelhantes. Outra estratégia fundamental é fortalecer sua posição como referência em sustentabilidade, explorando o crescente interesse por soluções eco-friendly.

Atividade 4

PLANO DE MARKETING



De acordo com o mercado, a equipe vem observando e analisando alguns contextos.

Descreva previamente o tipo de mercado, concorrentes e o plano de comunicação que a equipe pensou.

Tipo de mercado:

O tipo de mercado da ConnectARE corresponde ao da tecnologia educacional (EdTech) e seu principal nicho é o da preparação para vestibulares e inclusão educacional. Dentro desse mercado é possível identificar uma grande demanda, já que milhões de estudantes se preparam para os exames todo ano, tornando a área sempre relevante.

Além disso, o Brasil se destaca no mercado de EdTechs e desenvolve ferramentas promissoras e inovadoras, acumulando grandes investimentos¹ e proporcionando experiências personalizadas para os estudantes.

Concorrentes:

Os principais concorrentes seriam as plataformas de aprendizado digitais já estabelecidas no mercado brasileiro, como Descomplica, Me Salva!, Stoodi ou Khan Academy. Porém, apesar de oferecerem planos de estudos, videoaulas etc., não focam em inclusão para pessoas neurodivergentes, o que seria o diferencial da ConnectAre.

Outros concorrentes são os professores particulares e cursinhos presenciais, que ainda são muito procurados por estudantes, mas possuem fatores limitantes como os preços mais elevados e exigem deslocamento, além de não serem acessíveis em questão de localização para todas as cidades do Brasil ou flexível em horário, um fator determinante para continuidade dos estudos.²

Plano de Comunicação:

O plano consiste em soluções inclusivas e adaptativas que utilizam canais digitais (site, aplicativo, etc.) e estratégias direcionadas para pessoas neurodivergentes. A partir disso é possível destacar:

- identidade e público-alvo: para destacar suas características diferenciais, a ConnectARE mostraria sua missão de democratizar o acesso à educação e ensino superior, com inclusão, inovação, personalização e acessibilidade, comprometendo-se com a eficiência no ensino e sucesso dos alunos. Além disso, assim como seus estudantes, buscaria cres-

¹ HAIKAL, Amanda. Brasil é o principal mercado de startups educacionais na América Latina. Ribeirão Preto, SP, 11 out. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/brasil-e-o-principal-mercado-de-startups-educacionais-na-america-latina/>. Acesso em: 27 mar. 2025.

² Segundo a pesquisa “Juventudes Fora da Escola” (2024), para jovens que precisam estudar e trabalhar a flexibilidade de horários é importante e 34% afirmaram que onde eles moram não têm escola com vaga disponível em horários compatíveis com sua disponibilidade. Disponível em: <http://www.frm.org.br/conteudo/educacao-basica/publicacao/pesquisa-juventudes-fora-da-escola>

Atividade 4

PLANO DE MARKETING



De acordo com o mercado, a equipe vem observando e analisando alguns contextos.

Descreva previamente o tipo de mercado, concorrentes e o plano de comunicação que a equipe pensou.

cimento e proporcionar um ambiente em que cada vez mais estudantes se sintam compreendidos e valorizados em suas habilidades e jornadas;

- canais de comunicação: A partir de aplicativo para dispositivos móveis e site na internet seria possível acessar a plataforma, assistir vídeos, realizar atividades. Também, através de redes sociais como TikTok, Instagram, Youtube etc., seria possível fazer divulgação, criar conteúdos educativos, dicas de estudos. Outras ferramentas como email e aplicativo de mensagens seriam úteis para lembretes, materiais exclusivos e suporte para alunos e pais.
- estratégias de engajamento: as principais seriam a gamificação, criando recompensas de interação com a plataforma, para incentivar o aprendizado contínuo, e conteúdos interativos, personalizados de acordo com os desafios apresentados pelos estudantes, realizando enquetes para engajamento e feedback. Outra forma de receber feedback e incentivar outros alunos, seria coletar depoimentos reais de estudantes e suas experiências com a ConnectARE.

Plano de Marketin

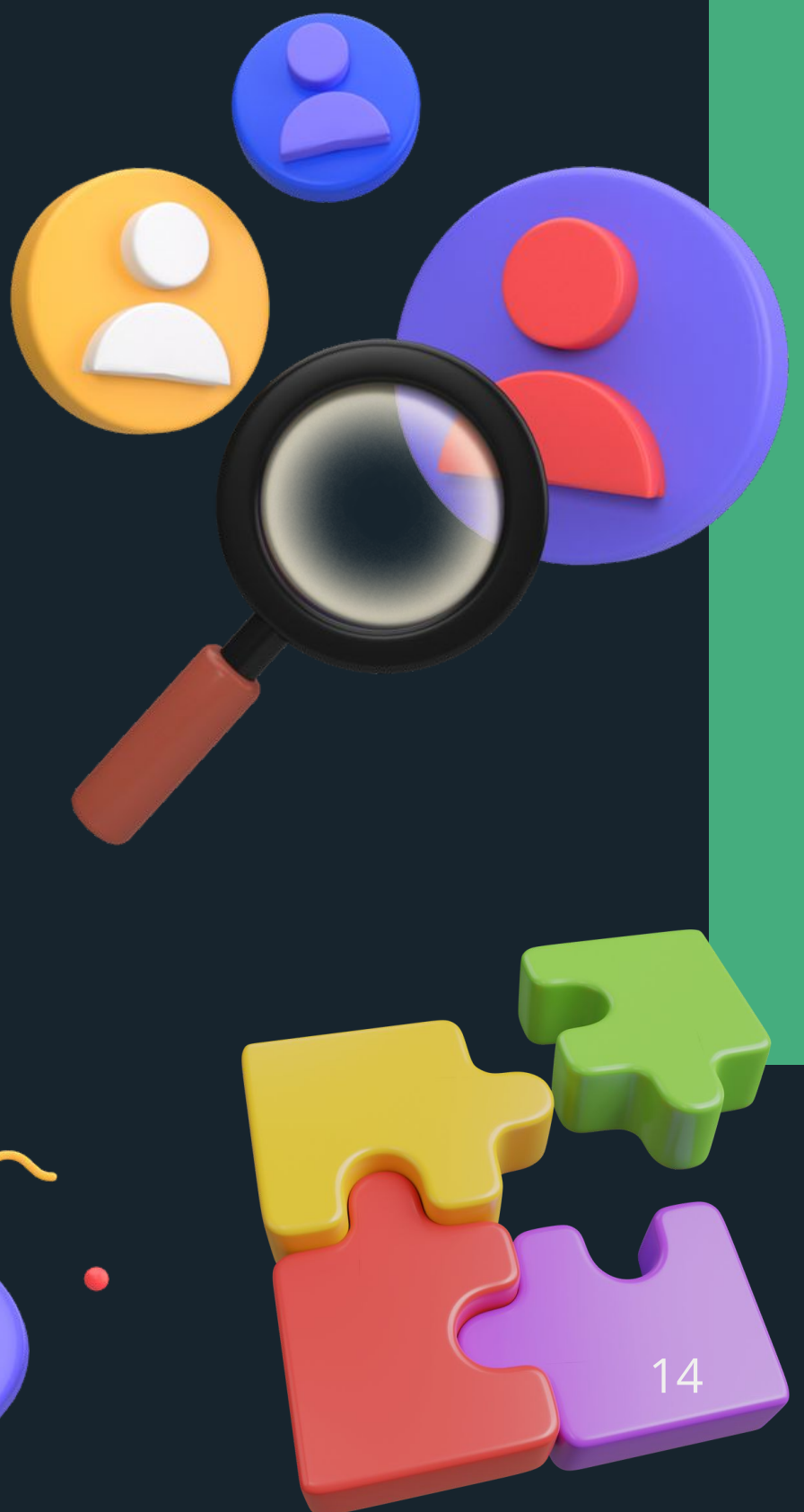
Entrevistas de Empatia

A entrevista de empatia é uma técnica utilizada para compreender profundamente as necessidades, desejos, desafios e comportamentos do público-alvo dentro de um modelo de negócios. Diferente de uma pesquisa tradicional, esse tipo de entrevista busca capturar insights qualitativos por meio de perguntas abertas, incentivando os entrevistados a compartilharem suas experiências e emoções.

No contexto do desenvolvimento de um modelo de negócios, a entrevista de empatia permite validar hipóteses sobre o problema identificado, ajudando a equipe a criar soluções mais alinhadas com as reais dores dos clientes. Esse processo auxilia na definição da proposta de valor, garantindo que o produto ou serviço oferecido tenha relevância e impacto no mercado

Quais são os objetivos das entrevistas de empatia?

Os objetivos das entrevistas de empatia são compreender profundamente as necessidades, dores, expectativas e comportamentos do público-alvo, permitindo a criação de soluções mais alinhadas à sua realidade.



Como realizar uma entrevista de empatia?

Participantes

A escolha adequada dos participantes permite obter insights mais precisos sobre suas necessidades, desejos e comportamentos, assegurando que as soluções propostas sejam eficazes e atendam a problemas reais. Além disso, ao selecionar indivíduos com diferentes perfis ou experiências dentro do público-alvo, é possível obter uma visão mais ampla e diversificada, o que enriquece a análise e ajuda a criar um modelo de negócios mais robusto e alinhado com as expectativas do mercado.



A escolha das perguntas adequadas em uma entrevista de empatia é fundamental porque elas direcionam a conversa e influenciam diretamente a qualidade das informações coletadas. Perguntas bem formuladas ajudam a explorar profundamente as necessidades, desejos, frustrações e comportamentos dos participantes, revelando insights valiosos para a criação de soluções eficazes.

Conclusões

As conclusões são importantes porque sintetizam os dados coletados durante a entrevista de empatia, permitindo uma análise clara e objetiva dos insights obtidos.

As conclusões oferecem uma visão estratégica para a tomada de decisões, facilitando a identificação de padrões, desafios e oportunidades que podem ser explorados no desenvolvimento de um modelo de negócios



Atividade 5



Com base nas entrevistas de empatia, gostaríamos que nos contasse como foram analisadas as respostas em relação ao modelo de negócios apresentado. Compartilhe as informações de maneira sintetizada, clara e objetiva.

Qual era a realidade em que a maioria dos entrevistados se encontravam frente ao contexto em que a equipe está propondo uma solução?

Nos conte quais foram as principais falas que impactaram a equipe?

De quê forma que os participantes conseguiam enxergar uma solução para o problema que vivem?

Durante a entrevista, quais emoções foram expressadas pelos participantes ao relatar o problema?

Após a avaliação do protótipo, a equipe teve outras ideias para a adequação do protótipo?

Qual foi a conclusão da equipe diante dos resultados das entrevistas de empatia? O problema que a equipe pretende solucionar é o mesmo que foi evidenciado nos resultados? Houve alguma alteração realizada na ideia inicial?

Atividade 5

Neste tópico gostaríamos que nos contasse como a equipe estruturou os canais de venda, segmentos de clientes e como será o relacionamento com os consumidores.



Aponte os pontos que os canais de vendas definidos pela equipe.

Aponte quais o grupos que a equipe definiu em conjunto que serão os consumidores principais do modelo de negócio proposto. Justifique.

Quais foram as estratégias definidas para que a STARTUP mantenha um relacionamento efetivo e satisfatório com os clientes? Justifique.

Quais serão as formas de abordagens para que o relacionamento com o cliente seja eficaz? Justifique.

Atividade 5



De acordo com os templates “Canvas Proposta de Valor” e “Elaboração da Persona” disponibilizado na aula 12 do e-disciplinas, preencha os modelos e anexem aqui.

Elaboração da Persona.

Canvas de Proposta de Valor.

Atividade 6

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA



Neste tópico gostaríamos que nos contasse como a equipe estruturou os canais de venda, segmentos de clientes e como será o relacionamento com os consumidores.

Quais serão as mensagens principais?

Escreva quais as vantagens da sua STARTUP em relação às suas concorrentes.

Atividade 6



Vamos falar sobre a diferenciação do seu projeto em relação aos que já existem no mercado.

Apresente um gráfico de modelo de negócios correlacionando a principal atividade oferecida da sua STARTUP com as empresas existentes no mercado.

Escreva quais as vantagens da sua STARTUP em relação às suas concorrentes.

Protótipo

PROTOTIPAGEM

A prototipagem é o processo de criar uma versão inicial ou simplificada de um produto, serviço ou solução para testar e validar suas funcionalidades, design e usabilidade. O objetivo é transformar ideias em representações tangíveis que possam ser avaliadas por usuários ou stakeholders antes de um lançamento completo. Essa versão preliminar, chamada de protótipo, permite identificar melhorias, ajustar características e verificar se o produto atende às expectativas do público-alvo. A prototipagem pode variar de simples esboços ou modelos em papel a protótipos digitais interativos ou funcionais, dependendo da complexidade do projeto. O processo é essencial para reduzir riscos, economizar tempo e recursos, e aprimorar a solução com base no feedback real.



Para um feedback adequado, teste o protótipo com pessoas que farão parte do seu público alvo. Nesta etapa será importante a equipe analisar as sugestões dos participantes para que melhorias possam ser implementadas, adequando as necessidades reais do cliente

PASSOS

- Definir o problema
- Pesquisa e referência
- Esboço inicial
- Identificar funcionalidades
- Escolher o tipo de protótipo
- Construção do protótipo
- Testar e obter feedback
- Iterar e refinar o protótipo

Atividade 7



Neste tópico gostaríamos que nos contasse como foram analisadas as experiências da equipe. Compartilhem as informações de maneira sintetizada, clara e objetiva.

Qual é o objetivo do seu protótipo?

De uma forma detalhada explique a funcionalidade e os possíveis benefícios e soluções que o protótipo pretende alcançar.

Atividade 7



Neste tópico gostaríamos que nos contasse como foram analisadas as respostas em relação ao protótipo apresentado. Compartilhe as informações de maneira sintetizada, clara e objetiva.

Aponte os pontos que os avaliadores mais gostaram.

Aponte as principais perguntas realizada à equipe, referente ao protótipo.

Quais foram os principais pontos negativos que os avaliadores apontaram?

Qual foi a conclusão que a equipe chegou? Explique.

Após a avaliação do protótipo, a equipe teve outras ideias para a adequação do protótipo?

Atividade 7



Vamos realizar um modelo MVP simples no campo abaixo.

Descreva qual modelo de MVP a equipe definiu utilizar e o que motivou a decisão?

Anexe o MVP desenvolvido pela equipe.

Atividade 8

PLANO DE TRABALHO

Para organizar cada etapa da STARTUP, a equipe precisa realizar um cronograma. Apresente em um gráfico de colunas a atividade e o tempo em que será organizado. Use como exemplo o Business Model Canvas e demais atividades que a equipe julgarem necessárias.



Atividade 9



De acordo com os exercícios executados na aula 15, responda as questões abaixo:

Qual a taxa mínima de atratividade para investir no Negócio?

Qual o investimento necessário para operacionalizar a empresa?

Qual a projeção do ROE do primeiro ano das atividades?

Atividade 10

PLANO DE INTERNACIONALIZAÇÃO



O esforço para internacionalizar uma startup não é pequeno, o empreendedor tem que fazer uma escolha consciente de que haverá um envolvimento grande com o país destino, portanto é importante que ele/ela tenha interesse e vontade que esse envolvimento ocorra.

Para esta atividade a equipe deverá assistir o **VÍDEO AULA 1** anexado na Aula 22 do e-disciplinas.

Faça um exercício em equipe, pensem em um país em que gostaria de trabalhar e desenvolver o negócio a partir da lista de links anexados na **Aula 22 do e-disciplinas**, entre em na respectiva agência governamental de atração de investimento e procure por oportunidades para seu projeto de negócio. Acreditem, os países lutam pelos investimentos diretos, então o esforço de colocar o negócio no estrangeiro costuma ser muito bem vindo mundo afora! Descreva de forma detalhada e criativa como a equipe fez a escolha.

Atividade 11

OPERAÇÕES



Em um quadro organize as informações abaixo:

- Quem serão seus principais parceiros? Liste o nome e o que cada um irá proporcionar.
- Quais recursos-chave para as operações da sua empresa? (softwares, pessoas, etc).
- Quais são as atividades principais da sua empresa?

Atividade 12

PLANO FINANCEIRO



Considerando a complexidade das etapas financeiras, a STARTUP deverá apresentar os seguintes itens em tabelas anexando os resultados:

- Receitas
- Custos Variáveis
- Custos Fixos
- Custos Totais
- Impostos
- Resultados Líquidos
- Resultados Brutos
- Ativos
- Passivos
- Fluxo de Caixa
- Fluxo Acumulado
- Investimento
- Financiamento Necessário
- Ponto de Equilíbrio
- Gasto Médio Mensal
- Total de Investimento

Atividade 13

AUTOAVALIAÇÃO



Estamos chegando na etapa final. Gostaríamos de saber como foi a sua experiência durante essa jornada. De acordo com os tópicos abaixo, classifique de 0 a 10 como a equipe considera o desenvolvimento de cada competência durante a disciplina. Apresente em um gráfico de pizza.

- Capacidade de analisar oportunidades.
- Capacidade de distinguir diferentes áreas para criar valor.
- Capacidade de elaborar e comunicar uma visão estratégica clara.
- Capacidade de identificar práticas sustentáveis para promover ações responsáveis.
- Capacidade de acreditar nos próprios sonhos e alcançá-los.
- Capacidade de identificar a própria fraqueza, em relação a criação de valores.
- Capacidade e persistência e manter-se focado.
- Capacidade assumir e delegar responsabilidades, motivando a equipe.
- Capacidade de enfrentar incertezas e mudanças para o alcance do objetivo.
- Valorização e respeito a diversidade.
- Capacidade de estabelecer redes de apoio.

De forma dissertativa nos conte como foi a experiência da equipe ao cursar a disciplina.

Atividade 13

PITCH

Estamos na fase final!

**Parabéns por ter chegado
nesta etapa tão importante.**

**Agora vamos focar na
construção de um Pitch para
apresentar a START UP.**

