

**18  
19  
20** DE OUTUBRO



Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**INOVACIT**

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



**18  
19  
20** DE OUTUBRO

**BOAS VINDAS**

**Pig Data**  
*Edição*  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:

**inovACIT**

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# AGENDA DE ATIVIDADES



**SEXTA – 18/10**

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

**18h30 – COFFEE E RECEPÇÃO**

**19H - ABERTURA OFICIAL**

**20h30 – APRESENTAÇÃO DOS PROBLEMAS/DESAFIOS**

**21h30 – ESCOLHA DOS DESAFIOS**

**22h – ENVIO DO DESAFIO E NOME DO TIME (1ª ENTREGA)**

HACKATHON

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# AGENDA DE ATIVIDADES

18  
19  
20



**SÁBADO – 19/10**

**8h – ABERTURA OFICIAL 2º DIA**

**8h30 – 12H - ETAPA 2 – PROBLEMÁTICA/PÚBLICO ALVO E VALIDAÇÃO COM CLIENTE (2º ENTREGA);**

**9H - COFFE**

**12h – 13H - ALMOÇO**

**13H – 15H – ETAPA 3 E 4 – IDEAÇÃO E VALIDAÇÃO FINAL COM CLIENTE (3ª ENTREGA)**

**15 H – COFFE**

**18H30 - PIZZA**

**15H – 19H – ETAPA 5 – PROTOTIPAÇÃO (4ª ENTREGA)**

**19H – ETAPA 6 – PREPARAÇÃO PARA O PITCH**

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**





# AGENDA DE ATIVIDADES

18  
19  
20  
DE OUTUBRO



**DOMINGO – 20/10**

**8h00 – ABERTURA OFICIAL E ENVIO DOS PITCHES (5ª ENTREGA)**

**9h00 – APRESENTAÇÃO DA BANCA**

**9h30 – 11h30 – APRESENTAÇÃO DOS PITCHES**

**11h30 – 12h – PREMIAÇÃO E ENCERRAMENTO**



LOCAL:

inovACIT

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# MENTORES

**Os participantes não ficam sozinhos nesta JORNADA!**

**18  
19  
20** DE OUTUBRO

**Teremos diversos mentores durante a Jornada, com habilidades nas áreas de:**

**Programação  
Design  
Negócios**

**Aproveite essa ajuda! Procure/Chame os Mentores!**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**LOCAL:**

**INOVACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

 **SEBRAE**

 **ACITO**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# CHECK POINTS

**18  
19  
20** DE OUTUBRO



**PRESENÇA OBRIGATÓRIA DO LÍDER DO TIME**

**SEXTA-FEIRA(21H30)  
SÁBADO (11H E 19H)  
DOMINGO (8H30)**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# Entregas

18  
19  
20

DE OUTUBRO

- **ENTREGA 1 (SEXTA – ATÉ 22H):** Definição de equipe – Nome da equipe e desafio escolhido;
- **ENTREGA 2 (SÁBADO – ATÉ 12H):** Mapeamento do Problema e público alvo;
- **ENTREGA 3 (SÁBADO – ATÉ 15H):** Proposta de Solução – Descritivo da solução a ser criada e da abordagem do problema;
- **ENTREGA 4 (SÁBADO – ATÉ 19H):** MVP – Apresentação de qualquer imagem do MVP;
- **ENTREGA Final (DOMINGO – ATÉ 8H):** PDF da apresentação final

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO





# LISTA DE PRESENÇA

18  
19  
20

DE OUTUBRO

**ASSINAR A LISTA DOS 3 DIAS PARA CERTIFICAÇÃO E CONTROLE**



LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# IDENTIFICAÇÃO

18  
19  
20 DE OUTUBRO

**APÓS ESCOLHER O NOME DO TIME E DESAFIO, IDENTIFICAR COM OS RESPECTIVOS NOMES EM SUA MESA DE TRABALHO**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

inovACIT

**PATROCÍNIO**

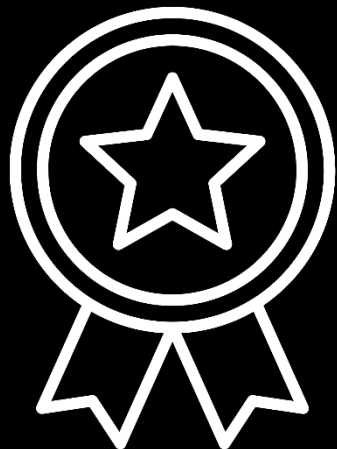


**REALIZAÇÃO**



# PREMIAÇÃO

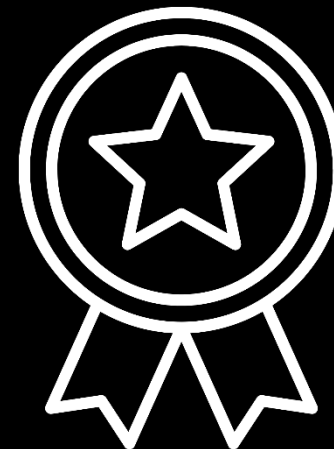
O QUE O PESSOAL GANHA COM TUDO ISSO?



**R\$8mil**



**R\$5mil**



**R\$3mil**

Além de certificações/Cursos/Consultorias e Pré Incubação no espaço Inovacit

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

18  
19  
20 DE OUTUBRO

- **Criatividade da solução frente ao problema;**
- **Utilidade prática da solução (Usabilidade);**
- **Compleitude do produto (quanto do produto exposto funciona corretamente);**
- **Aplicabilidade no mercado (o quanto o produto realmente pode gerar renda no mercado).**
- **Capacidade técnica e entrega do time;**

LOCAL:

INOVACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO



**Vai postar nas Redes Sociais?**

**Marque nossos parceiros nas postagens!!!**

**@sebraepr**

**@acit.toledo**

**@evertongarboca**

**@xxxxx**

**LOCAL:**

**inovACIT**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACIT**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





# Etapa #01

18  
19  
20

DE OUTUBRO

## PROBLEMAS/DESAFIOS



LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO



# **DESAFIOS HACKATHON**

## **PIG DATA 2024**

### **Temática dos desafios:**

- **Marketing e Vendas: 3 desafios**
- **Produtização: 3 desafios**
- **Processos: 7 desafios**
- **Mão de Obra: 3 desafios**



# **DESAFIOS**

## **MARKETING E VENDAS**

**1.1 Como aumentar a adesão ao cooperativismo de crédito da população em geral?**

**1.2 Como captar leads de pessoas que ainda não são cooperados ou não tem experiência com cooperativas de créditos?**

**1.3 Como aumentar o número de clientes e vendas de modo digital para negócios físicos?**



# **Desafio 1.1: Como aumentar a adesão ao cooperativismo de crédito da população em geral?**

**Temática: Marketing e Vendas**

**Segmento: Cooperativa de Crédito**

**Contexto do Desafio:** O cooperativismo é um modelo bastante popular no Paraná, contudo outros estados do país e mesmo alguns paranaenses não conhecem como funciona sistemas cooperativistas e os benefícios. Há uma grande população de potenciais clientes ainda não alcançados pelas ações de educação de mercado realizadas atualmente.

**Pessoas impactadas:** Potenciais leads para a cooperativa de crédito e time de marketing e expansão da cooperativa.

**Processos atuais:** São utilizadas estratégias de marketing digital e marketing offline.

**Resultados impactados:** Taxas de crescimento da cooperativa.

**Resultados esperados:** Soluções que facilitem a educação do mercado para a adesão ao cooperativismo.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# **Desafio 1.2: Como captar leads de pessoas e empresas que ainda não são cooperados ou não tem experiência com cooperativas de créditos?**

**Temática: Marketing e Vendas**

**Segmento: Cooperativa de Crédito**

**Contexto do Desafio:** As cooperativas de crédito tem estruturado planos de expansão arrojados para crescimento há nível nacional. E como há um grande público alvo para crescer, não é necessário que concorram entre si, mas sim que haja uma forma de captar leads de pessoas e empresas que ainda não são cooperadas ou não tem experiência com cooperativas de créditos.

**Pessoas impactadas:** Potenciais leads para a cooperativa de crédito e time de marketing e expansão da cooperativa.

**Processos atuais:** São utilizadas estratégias de marketing digital e marketing offline.

**Resultados impactados:** Taxas de crescimento da cooperativa.

**Resultados esperados:** Soluções que facilitem a captura de leads de pessoas e empresas que ainda não são cooperadas ou não tem experiência com cooperativas de crédito.





# **Desafio 1.3: Como aumentar o número de clientes e vendas de modo digital para negócios físicos?**

**Temática: Marketing e Vendas**

**Segmento: Materiais de Construção**

**Contexto do Desafio:** Atualmente as lojas de materiais de construção tem processos de vendas bastante dependentes do ponto físico, tendo alguns clientes já fidelizados que fazem compras por whatsapp. Além disso, há um aumento de concorrência no mercado.

**Pessoas impactadas:** Potenciais leads e time de vendas.

**Processos atuais:** As vendas em sua maioria são receptivas, com divulgação por redes sociais e marketing offline em alguns casos.

**Resultados impactados:** Vendas das empresas.

**Resultados esperados:** Soluções que facilitem o aumento de número de clientes e vendas digitais para lojas de materiais de construção.



# DESAFIOS PRODUTIZAÇÃO

**2.1 Quais são as soluções digitais financeiras potenciais para pessoas nativas digitais?**

**2.2 Como criar roteiros gastronômicos digitais que gerem maior demanda para todos os restaurantes do núcleo?**

**2.3 Como realizar a roteirização em zona rural?**



# **Desafio 2.1: Quais são as soluções digitais financeiras potenciais para pessoas nativas digitais?**

**Temática: Produtização**

**Segmento: Cooperativa de Crédito**

**Contexto do Desafio:** As gerações Z e Alpha são gerações nativas digitais e gostam de se relacionar com marcas e empresas que entendam essas características e entreguem soluções para as necessidades deles. O comportamento digital e análogo de diferentes gerações trazem um desafio para Cooperativas de Crédito, quando tange o quesito entrega de valor.

**Pessoas impactadas:** Clientes das gerações Z e Alpha, times de marketing e digital da Cooperativa de Crédito.

**Processos atuais:** Atualmente a Cooperativa tem agência digital para clientes com esse perfil.

**Resultados impactados:** Taxas de crescimento da cooperativa.

**Resultados esperados:** Soluções financeiras que entreguem valor para a gerações Z e Alpha.

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



## **Desafio 2.2: Como criar roteiros gastronômicos digitais que gerem maior demanda para todos os restaurantes do núcleo?**

**Temática: Produtização**

**Segmento: Gastronomia**

**Contexto do Desafio:** O núcleo de Gastronomia da ACIT tem várias empresas do setor participantes, com restaurantes de buffet, a la carte, pizzarias, hamburguerias, entre outros. Já tem programas consagrados como o Selo de Gastronomia que preza pela qualidade. E tem agora o desafio de criar roteiro gastronômico digital que gere engajamento para todos os integrantes do núcleo e fortalece o turismo gastronômico na cidade.

**Pessoas impactadas:** Clientes, potenciais clientes e equipes de atendimento.

**Processos atuais:** Não há solução desenvolvida para este desafio até o momento pelo Núcleo.

**Resultados impactados:** Turismo gastronômico em Toledo e aumento de vendas das empresas participantes.

**Resultados esperados:** Soluções que gerem engajamento nas pessoas e tenha a criação de roteiros gastronômicos.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



## **Desafio 2.3: Como realizar a roteirização em zona rural?**

**Temática: Produtização**

**Segmento: Transportadoras**

**Contexto do Desafio:** Atualmente as transportadoras que fazem transportes para as integradoras de aves e suínos principalmente, recebem rotas para serem executadas. Contudo, por não ter uma ferramenta de roteirização para áreas rurais, não há garantias que estas rotas estejam corretas, sejam as mais eficientes ou ainda que o motorista as seguirá.

**Pessoas impactadas:** Motoristas, empresários do setor de transporte e equipes de logística das integradoras.

**Processos atuais:** Não há solução desenvolvida para roteirização de áreas rurais.

**Resultados impactados:** Redução de custos e aumento de produtividade.

**Resultados esperados:** Soluções que realizem a roteirização e tracking de rotas rurais.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**





# DESAFIOS

## PROCESSOS

**3.1 Como integrar canais de vendas (iFood, AnotaAi, ERP, entre outras) com entrega em um único sistema de informação para controle de todo o processo (inclusive monitorar geolocalização do motoboy)?**

**3.2 Como desenvolver uma plataforma de estoque integrado entre as lojas de materiais de construção do núcleo?**



# DESAFIOS

## PROCESSOS

**3.3 Como automatizar o processo de orçamentação de marcenarias que é um processo oneroso pois necessita do projeto pronto para realizar o orçamento?**

**3.4 Como planejar e controlar o processo produtivo de marcenarias e estofarias que é multietapas e com estoques em processo?**



# DESAFIOS PROCESSOS

**3.5 Como controlar de forma acessível financeiramente a partida do caminhão e controle de jornada do motorista a partir de tecnologias atuais para comprovação em causas trabalhistas?**

**3.6 Como controlar de calibragem de pneus de modo digital?**

**3.7 Como controlar e evitar que o motorista do caminhão dirija se tiver ingerido álcool?**



# **Desafio 3.1: Como integrar canais de vendas (iFood, AnotaAi, ERP, entre outras) com entrega em um único sistema de informação para controle de todo o processo (inclusive monitorar geolocalização do motoboy)?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Gastronomia**

**Contexto do Desafio:** O processo de venda por delivery é realizado atualmente por diversas plataformas que não são integradas, desse modo, o entregador sai com todos os pedidos impressos, faz as entregas e a cobrança, e ao final da noite ou do período estipulado faz a prestação de contas, fechando os recebimentos em dinheiro e cartão, com os tickets. Essa prestação de contas é conferida posteriormente por uma pessoa responsável do estabelecimento de modo manual e depois dado baixa no sistema. Em estabelecimentos em que o delivery é o principal canal de vendas, normalmente esse processo é realizado em mais de uma pessoa.

**Pessoas impactadas:** Clientes, entregadores, time de atendimento do restaurante e empresários.

**Processos atuais:** A conferência é realizada manualmente.

**Resultados impactados:** Redução de custos e aumento de produtividade.

**Resultados esperados:** Soluções que realizem a integração e digitalização desses processos.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



## **Desafio 3.2: Como desenvolver uma plataforma de estoque integrado entre as lojas de materiais de construção do núcleo?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Materiais de Construção**

**Contexto do Desafio:** Um dos fatores críticos de sucesso de negócios de materiais de construção é a gestão de estoque. Nesse processo de gestão, com frequência não se tem disponível determinado produto que o cliente quer. Entendendo que embora a loja não tenha, mas alguma outra loja do núcleo possa ter e geraria vendas para as empresas do núcleo, identificou-se essa oportunidade.

**Pessoas impactadas:** Clientes, equipes de atendimento e empresários do setor.

**Processos atuais:** Não há solução desenvolvida para este desafio até o momento pelo Núcleo.

**Resultados impactados:** Crescimento de vendas.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam a integração dos estoques para vendas entre as lojas do Núcleo.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**





# **Desafio 3.3: Como automatizar o processo de orçamentação de marcenarias que é um processo oneroso pois necessita do projeto pronto para realizar o orçamento?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Marcenarias e estofarias**

**Contexto do Desafio:** O processo de orçamentação de projeto de marcenaria é bastante oneroso, exigindo visitas, projetos, detalhamentos e orçamentação. E após todo esse processo há uma taxa de conversão de vendas, ou seja, parte desse esforço não converte em resultados.

**Pessoas impactadas:** Clientes, equipes de atendimento e empresários do setor.

**Processos atuais:** Há uma empresa de software que tem solução nesse sentido contudo o custo para uma micro e pequena marcenaria é bastante alto, o que torna a adoção da tecnologia inviável.

**Resultados impactados:** Aumento de produtividade.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam automatizar o processo de orçamentação.



# **Desafio 3.4: Como planejar e controlar o processo produtivo de marcenarias e estofarias que é multietapas e com estoques em processo?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Marcenarias e estofarias**

**Contexto do Desafio:** Os processos de uma marcenaria e estofarias podem ter as seguintes etapas corte, acabamento, furação, conserto e montagem. Todas estas etapas precisam ser planejadas garantindo o fluxo de entrega de pedidos e evitar excesso de materiais em processo que ocupam muito espaço.

**Pessoas impactadas:** Clientes, equipes de produção e montagem e empresários do setor.

**Processos atuais:** Os empresários comunicam as prioridades de produção por etapa ou colocam em quadros físicos na produção.

**Resultados impactados:** Aumento de produtividade e redução de tempo de entrega.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam o planejamento e controle de processo produtivo de marcenarias e estofarias.



# **Desafio 3.5: Como controlar de forma acessível financeiramente a partida do caminhão e controle de jornada do motorista a partir de tecnologias atuais para comprovação em causas trabalhistas?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Transportadoras**

**Contexto do Desafio:** A Lei do Motorista coloca restrições importantes sobre a carga horária da jornada de trabalho do motorista e o cumprimento da mesma é imprescindível porque é um setor em que há muitas ações trabalhistas.

**Pessoas impactadas:** Motoristas, equipe administrativa e empresários do setor.

**Processos atuais:** Tem-se a utilização de pontos digitais por aplicativo, mas ainda sim há erros de lançamento e faltas de marcações, o que geram fragilidade em causas trabalhistas.

**Resultados impactados:** Redução de despesas e melhoria do clima organizacional.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam o controle de ponto a partir da partida do caminhão e que seja viável financeiramente.



# **Desafio 3.6: Como controlar de calibragem de pneus de modo digital?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Transportadoras**

**Contexto do Desafio:** A manutenção correta da calibragem dos pneus de caminhões é muito importante, pois evita desgastes dos pneus e consecutivamente peças correlacionadas do caminhão, garante a estabilidade e com isso a segurança e reduz consumo de combustível por evitar esforços desnecessários do motor. Além disso, os pneus para caminhões são caros e o desgaste prematuro gera desperdícios e gastos indesejados.

**Pessoas impactadas:** Motoristas e empresários do setor.

**Processos atuais:** O controle de calibragem é realizado de modo manual com o veículo parado.

**Resultados impactados:** Redução de perdas.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam o controle de calibragem de pneus de modo digital e online.

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



## **Desafio 3.7: Como controlar e evitar que o motorista do caminhão dirija se tiver ingerido álcool?**

**Temática: Processos**

**Segmento: Transportadoras**

**Contexto do Desafio:** Dirigir tendo consumido álcool é ilegal, coloca a vida da própria pessoa e de outras em risco, além de colocar em risco os ativos, como o caminhão e as cargas que podem ser inclusive, cargas vivas.

**Pessoas impactadas:** Motoristas e empresários do setor.

**Processos atuais:** Os processos de controle atuais são manuais e muitas vezes por amostragem, desse modo esse risco não é totalmente contingenciado.

**Resultados impactados:** Redução de perdas e melhoria do clima organizacional.

**Resultados esperados:** Soluções que permitam o controle de modo digital e online da partida do caminhão apenas para motoristas que não tenham ingerido álcool.



# **DESAFIOS**

## **MÃO DE OBRA**

**4.1 Como desenvolver soluções para entrega de materiais pesados e de alto volume de modo eficiente?**

**4.2 Como desenvolver um banco de talentos digital para captação de candidatos para as vagas?**

**4.3 Como capacitar as pessoas de modo híbrido (online e presencial) para setores que tenham processos produtivos?**



# **Desafio 4.1: Como desenvolver soluções para entrega de materiais pesados e de alto volume de modo eficiente?**

**Temática: Mão de Obra**

**Segmento: Materiais de Construção**

**Contexto do Desafio:** O processo de entrega de materiais pesados e de alto volume para a Construção Civil tem se tornado um gargalo, por ter uma grande rotatividade de pessoas e ainda ser cara a aquisição de ativos adequados (como caminhões).

**Pessoas impactadas:** Clientes, equipes de entrega e empresários do setor.

**Processos atuais:** Os empresários precisam montar time interno e adquirir os equipamentos adequados.

**Resultados impactados:** Aumento de produtividade e redução de tempo de entrega.

**Resultados esperados:** Soluções que viabilizem novas formas de executar a entrega de materiais pesados e de alto volume para construção civil.





## **Desafio 4.2: Como desenvolver um banco de talentos digital para captação de candidatos para as vagas?**

**Temática: Mão de Obra**

**Segmento: Materiais de Construção**

**Contexto do Desafio:** A região Oeste do Paraná tem muitas vagas de trabalho em diversos segmentos, o que dificulta a contratação de pessoas e ter acesso à pessoas que estão em busca de emprego. Esse fator representa atualmente uma restrição de crescimento para empresas de materiais de construção, por não ter suas vagas fechadas.

**Pessoas impactadas:** Pessoas em busca de emprego e setor administrativo das empresas.

**Processos atuais:** Há diversos lugares como Agência do Trabalhador e empresas especializadas em recrutamento, mas não há uma ferramenta digital que tenha para região com diversos níveis de currículos (operacionais, administrativos, técnicos e de gestão)

**Resultados impactados:** Aumento de produtividade e crescimento das empresas.

**Resultados esperados:** Soluções que viabilizem um banco de talentos digital para captação de candidatos.



## **Desafio 4.2: Como capacitar as pessoas de modo híbrido (online e presencial) para setores que tenham processos produtivos?**

**Temática: Mão de Obra**

**Segmento: Marcenarias e estofarias**

**Contexto do Desafio:** O processo de desenvolvimento de novos colaboradores para o setor de Marcenarias e estofarias é complexo, porque depende do desenvolvimento de habilidades manuais e cognitivas para o entendimento do processo. O treinamento dessas pessoas se torna oneroso e ainda tem se o risco de não adaptação e rotatividade de colaboradores.

**Pessoas impactadas:** Pessoas em busca de emprego e empresários do setor.

**Processos atuais:** Os empresários contratam e começam o treinamento das pessoas, o que faz com que o colaborador demore a entregar resultados efetivos para a empresa.

**Resultados impactados:** Aumento de produtividade e redução de tempo de entrega.

**Resultados esperados:** Soluções que viabilizem o treinamento híbrido antes ou acelerem o aprendizado de novos colaboradores.



# Etapa #01

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## SELECIONANDO O DESAFIO (ENTREGA 1)

Etapa 1 - Escolha do Desafio



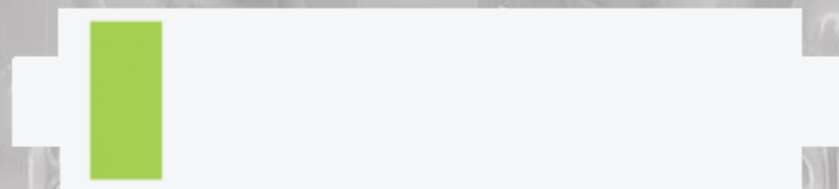
PATROCÍNIO



DE TOLEDO

**18  
19  
20** DE OUTUBRO

**BOA NOITE**  
amanhã começamos às 08h



*Edição*  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:

**inovACIT**

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# Etapa #02

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## QUAIS “MICRO PROBLEMAS” FAZEM PARTE DESTA DESAFIO?

Problema 01

Problema 02

Problema 03

Problema 04

Problema 05

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #02

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## QUEM SOFRE DESTA PROBLEMA? PÚBLICO ALVO/PERSONA

IDADE

GENÊRO

CLASSE  
SOCIAL

PERFIL DE  
CONSUMO

CARACTERÍSTICAS  
COMPLEMENTARES

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #02

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## SITUAÇÃO ATUAL?

COMO ESTÁ SENDO FEITO HOJE? QUAL A REALIDADE?

SITUAÇÃO ATUAL 1  
NÃO RESOLUTIVA

SITUAÇÃO ATUAL 2  
NÃO RESOLUTIVA

SITUAÇÃO ATUAL 3  
NÃO RESOLUTIVA

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACITO  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





# Etapa #02

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## QUAIS PROBLEMAS RESOLVEREMOS?

QUAIS PROBLEMAS CENTRAIS RESOLVEREMOS?

PROBLEMA  
CENTRAL 1

PROBLEMA  
CENTRAL 2

PROBLEMA  
CENTRAL 3

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



18  
19  
20 DE OUT

# DÚVIDAS

## CHAMEM OS MENTORES!

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



18  
19  
20 DE JULHO

**WORKING...**

Edição  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACITO**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# Etapa #02

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## MAPEAMENTO DO PROBLEMA E PÚBLICO ALVO (ENTREGA 2)

Etapa 2 - Mapeamento do Problema e Público Alvo



PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #03

18  
19  
20

DE OUTUBRO

## IDEAÇÃO

Propor soluções inovadoras

Edição  
HACKATHON

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

inovACIT

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #03

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## CHUVA DE IDEIAS

IDEIA 01

IDEIA 02

IDEIA 03

IDEIA 04

IDEIA 05

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO





# Etapa #03

18  
19  
20

DE OUTUBRO

## DIFERENCIAIS

Quais os seus diferenciais?

IDEIA 01

IDEIA 02

IDEIA 03

IDEIA 04

IDEIA 05

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO





# Etapa #04

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## VALIDAÇÃO

Validar com o cliente a proposta de solução

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #04

18  
19  
20 DE OUTUBRO

**COMO VALIDAR?**  
**Conversando com o cliente!**



LOCAL:

inovACIT

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# Etapa #04

## RESULTADOS DA

**EXISTE O PROBLEMA?**

Considerações

**COMO ELE RESOLVE HOJE?**

Considerações

**USARIA A NOSSA SOLUÇÃO?**

Considerações

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



18  
19  
20 DE OUT

# DÚVIDAS

## CHAMEM OS MENTORES!

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



18  
19  
20 DE JULHO

**WORKING...**

Edição  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACIT**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# Etapa #03

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## IDEIA DE SOLUÇÃO E DIFERENCIAIS(ENTREGA 3)

Etapa 3 e 4 - Ideiação e  
Diferenciais



PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO





# Etapa #05

18  
19  
20

DE OUTUBRO

## PROTOTIPAÇÃO

DESENVOLVIMENTO DO MVP



LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO





# Etapa #05

18  
19  
20 DE

## QUAL A SUA PROPOSTA DE VALOR?

**“AJUDAMOS O CLIENTE A RESOLVER  
SEU PROBLEMA ATRAVÉS DA NOSSA  
SOLUÇÃO”**

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# Etapa #05

## COMO É O MERCADO?

**Pesquise Dados do Tamanho do  
Mercado  
e Potencial de Crescimento  
USE DADOS / GRÁFICOS / NÚMEROS**

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



# Etapa #05

18  
19  
20 DE OUT

## COMO VAI MONETIZAR?

☐ SAAS☐ SISTEMA WEB☐ ASSINATURA☐ SITE☐ SOFTWARE☐ HARDWARE☐ APP☐ OUTRO / ESPECIFIQUE

LOCAL:

inovACIT

Desafios do Varejo/Indústria e Se

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACITO  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



18  
19  
20 DE OUT

# DÚVIDAS

## CHAMEM OS MENTORES!

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



18  
19  
20 DE JULHO

**WORKING...**

Edição  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACITO**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# Etapa #04

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## MVP (ENTREGA 4)



Desafios do Varejo/Industria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO





# Etapa #05

## DICAS

**COMO FUNCIONA?**

Você tem 5 minutos pra  
**GERAR INTERESSE!**

**ou CONVENCER!**

**ou VENDER!**

**(Apresentação + Demonstração)**

**+ tempo p/ banca questionar!**

LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO





# Etapa #05

## DICAS

**01 - Leia a PLATÉIA**

**02 - DOMINE o assunto!**

**03 - Não se EMPOLGUE!**

**04 - Saiba ESCUTAR! Feedback não é Pergunta!**

**05 - NÃO TENHA MEDO DE ERRAR!!!**

**06 - Seja CLARO, DIRETO e VISUAL**

LOCAL:

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #05

## DICAS

**07 - Coloque apenas o NECESSÁRIO no PPT**

**08 - Complemente FALANDO!**

**09 - 07 a 12 SLIDES é o ideal! Siga o Modelo!**

**10 - Cuidado com palavras fortes!**

**11 - Lembre dos critérios de avaliação!!!**

**12 - Treine, Treine, Treine!!!**

inovACIT

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACITO  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

18  
19  
20 DE OUTUBRO

- **Criatividade da solução frente ao problema;**
- **Utilidade prática da solução (Usabilidade);**
- **Compleitude do produto (quanto do produto exposto funciona corretamente);**
- **Aplicabilidade no mercado (o quanto o produto realmente pode gerar renda no mercado).**
- **Capacidade técnica e entrega do time;**

LOCAL:

INOVACIT

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



# Etapa #05

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

- 01 // Apresentação
- 02 // Problema
- 03 // Validação
- 04 // Solução
- 05 // Diferenciais
- 06 // Protótipo
- 07 // Obrigado

## O MODELO

LOCAL:

inovACIT

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACIT  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



# Slide 1

**18  
19  
20** DE OUTUBRO

**Nome da Equipe**

**Apresente-se**

*Edição*  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**(20 º Segundos)**

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACIT**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





# Slide 2

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## PROBLEMA

01 - FRASE DE  
IMPACTO!

02 - STORYTELLING  
conte uma HISTÓRIA!

03 - FRASE DE CONEXÃO  
use o VOCÊ!

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

(1 MINUTO)

LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO



# Slide 3

## VALIDAÇÃO

**Mostre que a DOR EXISTE!**

**use NÚMEROS / GRÁFICOS**

**Conheço a dor pq...**

**Fizemos a pesquisa...**

**Entrevistamos os empresários...**

**Encontramos esses números...**

**(30 Segundos)**

LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACIT  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





# Slide 4

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## SOLUÇÃO

**Mostre a sua Solução e como ela  
RESOLVE O PROBLEMA**

Pig Data  
*Edição*  
HACKATHON

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**(1 MINUTO)**

LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO



# Slide 5

**18  
19  
20** DE OUTUBRO

## PROTÓTIPO

**Mostre o seu Protótipo e suas  
FUNCIONALIDADES**



LOCAL:

**inovACIT**

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



# Slide 6

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## DIFERENCIAIS

Isso já existe, mas...

Agregamos isso...

Nosso modelo é diferente porque...

Grau de Inovação...

**CONCORRÊNCIA E O QUE VOCÊ  
FAZ "A MAIS" QUE ELES?**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**(40" Segundos)**

LOCAL:

inovACIT

PATROCÍNIO



CRESOL

REALIZAÇÃO



# Slide 7

18  
19  
20 DE OUTUBRO

## SLIDE FINAL

**OBRIGADO**

**FRASE DE IMPACTO  
ou CONEXÃO**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

**(20 º Segundos)**

LOCAL:

inovACIT

**PATROCÍNIO**



**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



18  
19  
20 DE JULHO

**WORKING...**

Edição  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACIT**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





# Etapa #05

18  
19  
20  
DE OUTUBRO

## PITCH

**Envio via forms abaixo, até  
Domingo (8h)**



**PATROCÍNIO**



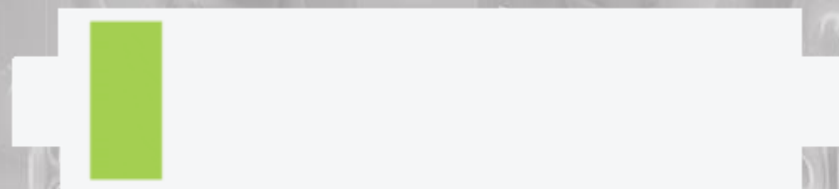
**CRESOL**

**REALIZAÇÃO**



**18  
19  
20** DE OUTUBRO

**BOA NOITE**  
amanhã começamos às 08h



*Edição*  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:

**inovACIT**

**PATROCÍNIO**

 **CRESOL**

**REALIZAÇÃO**

**SEBRAE**

**ACITO**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO





05:000

**18  
19  
20** DE OUTUBRO

# Resultado **FINAL**

Pig Data  
*Edição*  
**HACKATHON**

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

LOCAL:  
**inovACIT**

**PATROCÍNIO**



**REALIZAÇÃO**



18  
19 OUTUBRO

# Terceiro LUGAR

XXXXX

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO



18  
19 OUTUBRO

# Segundo LUGAR

XXXXX

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO

 CRESOL

REALIZAÇÃO

 SEBRAE

 ACITO  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL  
DE TOLEDO



18  
19 OUTUBRO

# Primeiro LUGAR

XXXXX

Desafios do Varejo/Indústria e Serviços

PATROCÍNIO



REALIZAÇÃO

