



**BrainBuddy**

**João Gabriel Dal Lago**

**[joaogabrieldallago@hotmail.com](mailto:joaogabrieldallago@hotmail.com)**

**(54) 99708 9779**

**Passo Fundo**

**Outubro 2024**

# **SUMÁRIO EXECUTIVO**

Em parceria com a autora original da tese, objetivou-se dar continuidade ao desenvolvimento de um jogo eletrônico no formato de aplicativo para dispositivos móveis multiplataforma como estratégia de possível detecção e prevenção primária à violência sexual contra crianças, focando na faixa etária dos 6 aos 12 anos. Como mencionado, o desenvolvimento tem por base a dissertação de mestrado da psicóloga Jussara Besutti, onde foi construído o roteiro do jogo depois da realização do estudo qualitativo, descritivo com cerca de 27 participantes divididos em 4 grupos, crianças de 6 a 12 anos, pais e cuidadores e professores da rede pública e profissionais da rede de atendimento.

Após a análise do roteiro foi definido que seria desenvolvido na linguagem Dart, utilizando-se do framework Flutter em conjunto com a biblioteca flame, a decisão foi tomada com base nos requisitos de que o jogo deveria ser multiplataforma para ter maior uma acessibilidade otimizada, tecnologias atuais de fácil manutenção e consolidadas no mercado, agilidade de desenvolvimento levando em conta o tamanho do projeto. Em um segundo momento de desenvolvimento está previsto um painel de estatísticas para que o cliente, seja ele, escola, instituição governamental, privada ou centros de acompanhamento, possam adquirir por meio de mensalidade para visualizar o desempenho e possíveis tendências de cada aluno que faz o uso do aplicativo.

## **1.CONCEITO DO NEGÓCIO**

### **1.1. Modelo de Negócio**

#### **Proposta de Valor**

Acompanhamento de comportamentos e tendencia de crianças em relação ao tema de violência sexual, disseminação de conhecimento e conscientização sobre a abordagem do tema, prevenção efetiva de casos de abuso e violência e maior visibilidade e credibilidade do cliente perante a sociedade.

## **Segmento de Clientes**

A base de clientes é constituída em um primeiro momento por escolas de ensino fundamental, sejam elas públicas ou privadas, assim como a secretária da educação, MEC, serviços sociais de acompanhamento infantil e clínicas de acompanhamento psicológico.

## **Canais**

Tendo como foco o alcance em larga escala o principal canal de acesso ao jogo serão as lojas de aplicativos dos principais sistemas operacionais do mercado android, IOS e uma versão web. Também se objetiva como canais as parcerias firmadas com escolas, instituições governamentais e psicólogos.

## **Relacionamento com Clientes**

Levando em conta a delicadeza do tema abordado, espera um relacionamento humanizado com o cliente, tendo suporte direto, presencial e personalizado resultando também em uma relação de cocriação para melhor atender as necessidades do cliente gerando melhorias sob demanda.

## **Fontes de Receita**

Inicialmente o projeto será lançado como uma startup social, buscando aporte e investimentos principalmente governamentais e sem objetivo principal no lucro. Futuramente a venda de um painel de estatísticas e acompanhamento de turmas será incluído na receita através da modalidade de mensalidade unindo-se as melhorias desenvolvidas em parceria com cada instituição.

## **Recursos Chave**

Inicialmente demanda-se da equipe de desenvolvimento e design do game e painel de acompanhamento, assim como suporte de psicólogos para uma melhor assertividade, dentro dessas áreas pode-se incluir o hardware e software necessário para a realização do trabalho.

## **Atividades Chave**

Desenvolvimento de games e demais ferramentas utilizadas para educar a nível primário e possivelmente identificar tendências de abuso e violência sexual em crianças dos 6 aos 12

anos.

## Parceiros

Busca-se principalmente parcerias para divulgação em larga escala do game, sendo assim são incluídas, governo, secretária da educação e MEC, escolas públicas e privadas, centros de atendimento infantil e empresas focadas no segmento infantil.

## Estrutura de Custos

Partindo da premissa de ser lançado como uma startup social, o projeto inicialmente tem foco em minimizar custos para disponibilizar o game de forma gratuita.

### 1.2. Estratégia Empresarial

#### Missão

Ser referência em ferramentas e jogos educativos e acessíveis que gerem um impacto social positivo em uma infância mais saudável.

#### Visão

Melhorar a segurança e educação na infância de forma divertida e leve.

### 1.3. Equipe Empreendedora

No Quadro 1 é apresentada a equipe empreendedora do negócio, e que serão responsáveis pela entrega de cada etapa do Plano de Negócio Enxuto, além do Protótipo e Pitch.

Função no negócio	Nome	Características
1. Conceito	Jussara Besutti	<b>Habilidades ou Experiências:</b> Mestre e professora do curso de psicologia na IDEAU. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento do conceito do jogo, desenvolvimento do roteiro do jogo, estudos e testagem do roteiro.
2. Mercado	João Gabriel Dal Lago Jussara Besutti	<b>Habilidades ou Experiências:</b> 4 anos de atuação como desenvolvedor de software em projetos de E-commerce e cooperativas de crédito. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento da aplicação, criação da

		marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
<b>3. Marketing</b>	João Gabriel Dal Lago Jussara Besutti	<b>Habilidades ou Experiências:</b> 4 anos de atuação como desenvolvedor de software em projetos de E-commerce e cooperativas de crédito. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento da aplicação, criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
<b>4. Finanças</b>	João Gabriel Dal Lago	<b>Habilidades ou Experiências:</b> 4 anos de atuação como desenvolvedor de software em projetos de E-commerce e cooperativas de crédito. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento da aplicação, criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
<b>5. Protótipo (MVP)</b>	João Gabriel Dal Lago	<b>Habilidades ou Experiências:</b> 4 anos de atuação como desenvolvedor de software em projetos de E-commerce e cooperativas de crédito. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento da aplicação, criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
<b>6. Pitch</b>	João Gabriel Dal Lago	<b>Habilidades ou Experiências:</b> 4 anos de atuação como desenvolvedor de software em projetos de E-commerce e cooperativas de crédito. <b>Responsável:</b> Desenvolvimento da aplicação, criação da marca, plano de comunicação, apresentação e divulgação do produto.
<b>7. Design e artes</b>	À contratar	<b>Habilidades ou Experiências:</b> Designer com experiência na criação de personagens e desenvolvimento de identidades visuais.

Quadro 1 – Habilidades, experiências e responsabilidades da equipe empreendedora

## 1.4. Aspectos Legais

Levando em conta a delicadeza do tema e do público alvo, devem ser previstas as leis voltadas a proteção e anonimização de crianças, principalmente com temas sensíveis que requerem autorização de responsáveis.

**Lei Marco Legal da Primeira Infância - Lei 13.257/2016** - estabelece que é necessária a autorização dos responsáveis para a aplicação de testes ou questionários que envolvam temas delicados a menores de idade.

**Lei do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) - Lei 8.069/1990** - reforça que os direitos das crianças e adolescentes devem ser preservados, incluindo a proteção contra qualquer tipo de constrangimento ou situação vexatória, e os responsáveis devem ser informados e dar o consentimento quando necessário.

**Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) - Lei nº 13.709/2018** - regula o tratamento de dados pessoais, tanto em meios físicos quanto digitais. Seu principal objetivo

é proteger a privacidade dos cidadãos e garantir transparência no uso de suas informações pessoais por empresas, organizações e até órgãos governamentais.

**Lei de Proteção da Propriedade Intelectual de Programas de Computador (Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998):** Regulamentação de direitos autorais.

## **2.MERCADO E COMPETIDORES**

### **2.1. Análise de Oportunidade**

#### **Demanda do Mercado**

Embora casos de violência sexual infantil possuam números considerados altos na região, o tema permanece sendo tratado como tabu em muitas escolas e instituições que deveriam tomar a frente na abordagem. Em regiões tidas como conservadoras, a recente politização do tema dificulta bastante seu enfrentamento, tendo em vista que foram criados estereótipos de que esse conteúdo expõe a criança a sexualização precoce, o que não é verdade. Apesar de toda a dificuldade, há um consenso de que os casos ainda são comuns e as crianças, especialmente mais novas, seguem vulneráveis.

#### **Anuário Brasileiro da segurança pública**

Segundo o anuário brasileiro da segurança pública, apenas no ano de 2023, foram registrados 64.237 casos de estupro de vulnerável, que se comparados aos 59.761 de 2022 podemos notar um considerável crescimento.

*Disponível em: <https://forumseguranca.org.br/publicacoes/anuario-brasileiro-de-seguranca-publica/> Acesso em Out 2024.*

#### **Passo Fundo está entre as cidades com maior taxa de estupros de vulnerável do Brasil**

De acordo com a reportagem do Grupo Zero Hora, Passo Fundo contabilizou 312 casos em 2023, sendo a 3º maior taxa de estupros de vulnerável entre as cidades acima dos 100 mil habitantes

*Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/passos-fundo/seguranca/noticia/2024/08/passos-fundo-esta-entre-as-cidades-com-maior-taxa-de-estupros-de-vulneravel-do-brasil-clzmwr6qs00kv011vj01qjzd6.html> Acesso em Out 2024.*

Ainda como prova de uma região afetada gravemente pelo problema, temos outra reportagem demonstrando que em um espaço de tempo de

aproximadamente um ano, em Passo Fundo quase uma centena de crianças foram vítimas de violência.

Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/passo-fundo/geral/noticia/2023/05/quase-uma-centena-de-criancas-foi-vitima-de-abuso-em-passo-fundo-em-um-ano-indicam-dados-da-prefeitura-clhpkgmph00a1015bhs3dohc0.html> Acesso em Out 2024.

### **PF Combate crimes de divulgação e armazenamento de conteúdo de violência sexual infantil**

Em uma de suas formas, o crime da violência contra a criança se apresenta por meio de armazenamento e divulgação do conteúdo em meios digitais, essa forma pode ser considerada ainda mais comum do que a violência física, por ser mais discreta e acessível ao criminoso.

Disponível em: <https://www.gov.br/pf/pt-br/assuntos/noticias/2024/10/pf-combate-crimes-de-divulgacao-e-armazenamento-de-abuso-sexual-infantil-no-rs> Acesso em Out 2024.

Segundo o G1, podemos também identificar casos em localidades mais próximas da capital.

Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2024/09/25/presos-no-rs-em-operacao-da-pf-abuso-sexual-de-criancas-e-adolescentes.ghtml> Acesso em Out 2024.

## **Tamanho e Estrutura do Mercado**

Apesar dos crescentes registros de casos de violência, ainda se fala muito pouco no investimento em estratégias de prevenção.

### **Brasil é 11º em ranking de combate a violência sexual contra crianças**

Segundo o índice *Out of the shadows* (Fora das sombras), o qual analisa leis, políticas e serviços voltados ao combate contra a violência sexual infantil, em 2022 o Brasil ganhou duas posições desde a última publicação, porém, ainda se percebe uma severa deficiência na prevenção do crime.

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha-social-mais/2023/05/brasil-sobe-em-ranking-de-combate-a-violencia-sexual-contra-criancas-mas-peca-na-prevencao.shtml> Acesso em Out 2024.

### **Políticas públicas federais de enfrentamento à violência sexual contra crianças e adolescentes**

O Brasil adota políticas públicas de combate à a violência sexual infantil com

campanhas de conscientização e ações integradas de prevenção, fiscalização e repressão. A Ouvidoria Nacional de Direitos Humanos registrou mais de 11 mil denúncias de violência sexual infantil em 2022. Programas nacionais e parcerias internacionais, como a WePROTECT, fortalecem o enfrentamento ao abuso infantil, enquanto operações, como a “Parador 27” e a “Acalento,” resultam em resgates e prisões em larga escala.

Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2022/eleicoes-2022-periodo-eleitoral/conheca-as-politicas-publicas-federais-de-enfrentamento-a-violencia-sexual-contra-criancas-e-adolescentes> Acesso em Out 2024.

**Governo Federal investe em plano de enfrentamento**

No Dia Nacional de Combate ao Abuso e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes (18 de maio), o Governo Federal lançou o Plano Nacional de Enfrentamento à Violência contra Crianças e Adolescentes. Com investimento de R\$ 109 milhões, O plano, promovido pelo MMFDH em parceria com ministérios, estabelece ações em cinco dimensões de violência.

Disponível em: <https://www.gov.br/mdh/pt-br/campanha/maio-laranja/noticias-maio-laranja/governo-federal-investe-r-109-milhoes-em-plano-de-enfrentamento-a-violencia-contra-criancas-e-adolescentes> Acesso em Out 2024.

**2.2. Análise de Players**

No Quadro 2 são elencados Players em destaque no segmento de mercado, sejam concorrentes ou benchmarks para serem monitorados, tanto em escala **GLOBAL** quanto **LOCAL**





























Players	Forças e Fraquezas	
<b>Nina E Tito em busca do livro mágico</b> Possui diferencial no produto, amplo alcance e acessibilidade sem custos diretos.	<b>Forças</b> Acessibilidade; Estratégia de ensino diferenciada; Possibilidade de cocriação com clientes;	<b>Fraquezas</b> Mercado nichado; Recursos financeiros limitados; Exige dispositivo próprio para que seja acessado;
<b>Pipo e Fifi – Ensinando sobre violência sexual</b> Livro infantil já consolidado no mercado.	<b>Forças</b> Abrangência nacional; Bem posicionado no mercado; Produto físico ou digital já utilizado nas instituições;	<b>Fraquezas</b> Livro sem a possibilidade de adaptação a instituição; Custo considerável R\$44,90;



<b>Vamos Prevenir! As Aventuras do Búzio e da Coral</b> Jogo físico de tabuleiro, desenvolvido em Lisboa	<b>Forças</b> Desenvolvido por consolidados pesquisadores do tema; Jogo físico, evitando uso de telas e dispositivos;	<b>Fraquezas</b> Pouco ou nada acessível; Valor elevado; Demanda várias unidades para ser aplicado em uma turma completa;
<b>Precisamos Falar Sobre isso! Prevenção da violência sexual na infância</b> Livro acompanhado de manual para adultos	<b>Forças</b> Facilita a aplicação para os pais ou responsáveis; Bem posicionado no mercado;	<b>Fraquezas</b> Valor considerável; Conteúdo sem possibilidade de adaptação;

Quadro 2 – Análise de concorrente e suas forças e fraquezas

No Quadro 3 são apresentados os recursos mais relevantes que geram **VALOR AO CLIENTE** pela sua solução e dos demais Players.

Recursos	As aventuras de Nina e Tito em busca do livro mágico	Pipo e Fifi – Ensinando sobre violência sexual	Vamos Prevenir! As aventuras de Búzio e Coral	Precisamos Falar Sobre isso! Prevenção da violência sexual na infância
<b>1. Produto gratuito</b> Produto oferecido sem custos				
<b>2. Feedback para responsáveis</b> Os responsáveis recebem o feedback do aprendizado da criança				
<b>3. Disponibilização facilitada nas escolas</b> O produto não necessita de adaptações por parte da instituição				
<b>4. Não demanda supervisão</b> Não demanda um responsável para ser utilizado pela criança				
<b>5. Progressão do conteúdo</b> Conteúdo do produto pode se atualizar e melhorar de acordo com o cliente				
<b>6. Acessibilidade</b> O Produto dispõe de recursos de acessibilidade para crianças não alfabetizadas, com dificuldades de leitura ou visual				
<b>7. Conteúdo físico adicional</b> Disponibiliza produtos físicos que complementam o aprendizado e prendem a atenção da criança				

<b>8. Multiplataforma</b> Produto sendo disponibilizado em diversas plataformas para maior acessibilidade				
--	---	--	---	---

Quadro 3 – Comparação recursos e players

## 3. PLANO DE MARKETING

O protótipo será desenvolvido com os recursos apresentados abaixo afim de demonstrar na prática e mudar a forma com que temas delicados devem ser tratados com crianças, levando a informação até elas de forma divertida e lúdica.

### 3.1. Produto (MVP)

#### Características Técnicas MVP

Aplicativo Multiplataforma (Android, IOS e Web) desenvolvido na linguagem Dart utilizando o framework Flutter 3.2 e a biblioteca flame como motor para o jogo, o aplicativo conta com banco de dados local SQLite. Em um segundo momento a Dashboard que será comercializada contará com back-end em php 8.3 com o framework Laravel 11, e front-end com Vue.js e banco de dados PostgreSQL.

Inicialmente se projeta hospedar o sistema em servidor local, visando a redução e controle de custos fixos mensais, futuramente será analisada a migração para *cloud*.

#### Principais Recursos MVP

O jogo busca se diferenciar na forma em que ensina para os usuários o tema que por si só é extremamente delicado, através da identificação da criança, puzzles ou mini jogos e uma história que pode se relacionar com o cotidiano da criança, todos desenvolvidos por profissionais da psicologia.

- 1. Identificação ou login simplificado** – recurso para visualização de como a criança se identifica, mantendo seus dados sensíveis anônimos e focando apenas em registros importantes para o jogo.

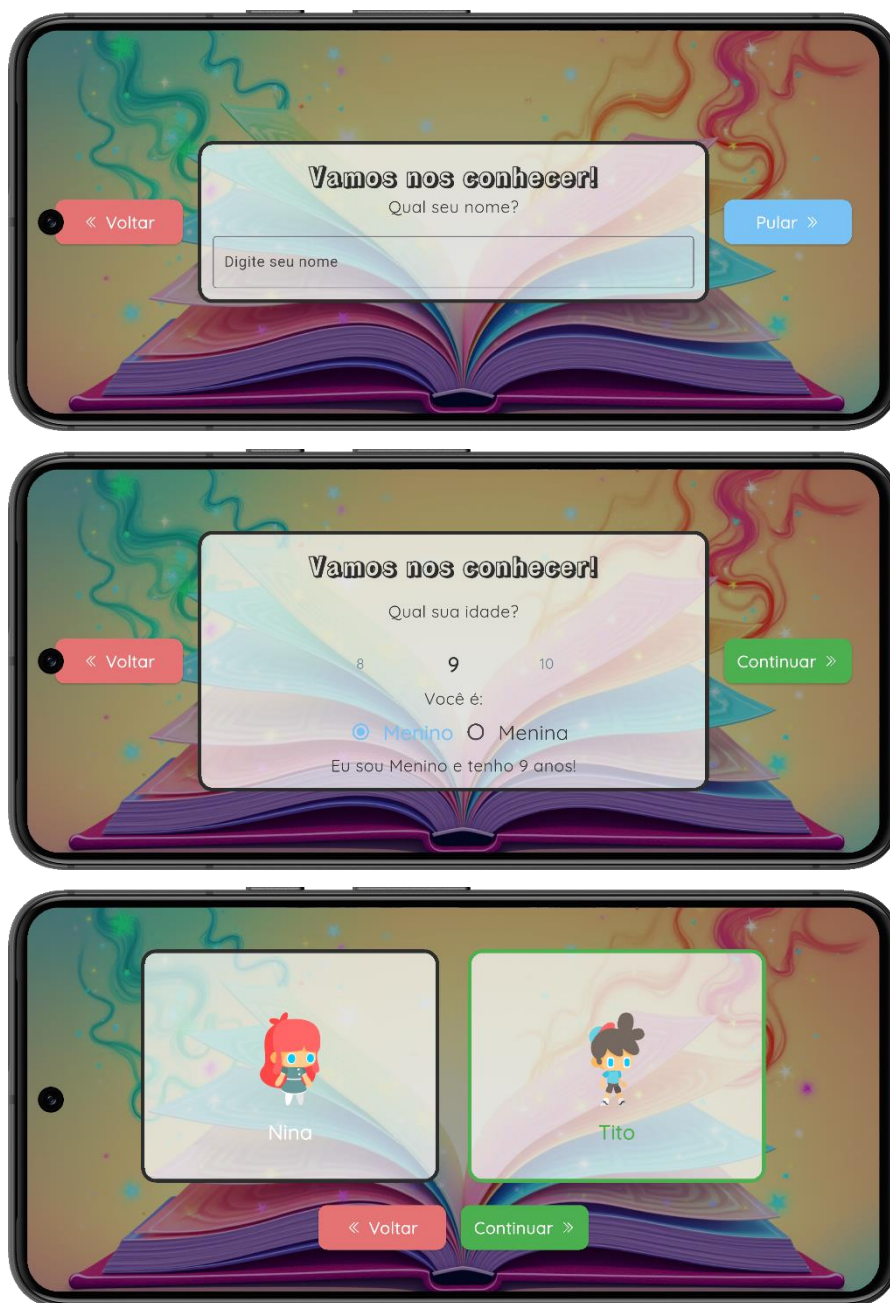


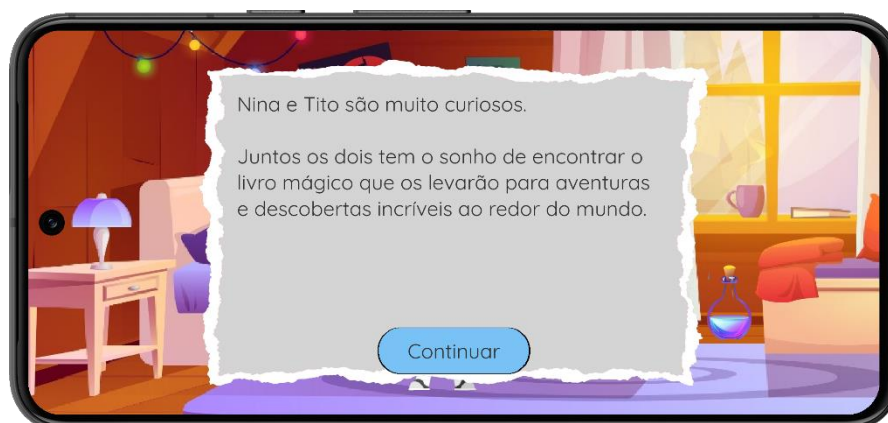
Figura 1 – Recurso de identificação

2. **Puzzles educativos** – Ensina as crianças através de puzzles e quebra-cabeças dentro do jogo.



Figura 2 – Recurso de puzzles educativos

**3. História relacionada ao cotidiano da criança – Ensina sobre o conteúdo sensível de forma lúdica relacionada ao cotidiano da criança.**





#### 4. Narração – Narração dos textos e histórias para melhor acessibilidade.



### 3.2. Preço e Monetização

Tendo em vista o modelo de startup social, o foco inicial não leva em conta o lucro como seu principal objetivo. Sendo assim será buscado investimento e aporte governamental para desenvolvimento de software para em um segundo momento ser comercializado o painel de estatísticas e desempenho dos alunos como uma extensão do jogo, mantendo assim o produto principal gratuito para uma acessibilidade simplificada e cobrando apenas pelo complemento que tem foco em instituições que desejam aplicar o jogo nos alunos e ter um feedback e informações sobre o conteúdo visto por eles. A monetização desse produto funcionará por meio de mensalidade com pacotes que se adequarão a quantidade de usuários a serem monitorados pela instituição tendo um preço base em torno de R\$ 29,90.

### **3.3. Praça**

Por se tratar de uma startup social que tem um foco inicial em um produto com tema bem delicado, será investido bastante no contato físico direto com o cliente final, sendo por meio de visitas para apresentação do produto, as quais serão iniciadas em Passo Fundo / RS onde em uma pesquisa de mercado prévia foi solicitado nome de instituições e profissionais que possuem interesse no produto.

Em um segundo momento será disponibilizada a compra online da assinatura do dashboard de desempenho dos alunos e solicitação de orçamentos para novas funcionalidades ou novos produtos.

### **3.4. Promoção**

Ainda focando no baixo custo que demanda uma startup social, o foco da divulgação do produto se dará por redes sociais, parcerias com escolas e instituições apoiadoras e possivelmente programas governamentais.

### **3.5. Imagem Institucional**

A identidade visual da empresa foi desenvolvida em cima do conceito de ter a imagem de uma mascote que será utilizado em seus produtos ligada a empresa, assim sendo representada de forma mais amigável para o consumidor e tendo o fácil reconhecimento das crianças nos produtos. O conceito do personagem reúne o foco principal da startup, educação infantil, e a imagem de coleguismo que a empresa deseja transparecer, surgindo assim o *BrainBuddy*. As cores utilizadas também foram pensadas para atender a associação a produtos infantis, o que resultou em variações de azul e rosa.



**BrainBuddy**



## **4. PLANO FINANCEIRO E CRESCIMENTO**

O plano financeiro teve por base a pesquisa de mercado, onde as instituições foram questionadas se seria aceita a implementação do game para suas turmas, foram obtidas das respostas positivas (32), uma média de compra de 6 turmas, totalizando 192 pacotes vendidos, das respostas que não tinham certeza sobre a possibilidade (20), foi estimada uma media de compra de 3 turmas por 50% das instituições, assim adicionando mais 30 pacotes vendidos e totalizando 222 ao total. Dessas possíveis vendas foram destinadas 30% ao pacote 1 que atende a turma de até 10 alunos, 50% ao pacote intermediário, até 25 alunos, e o restante no pacote mais abrangente, até 50 alunos. As vendas foram acrescentadas de maneira gradativa a cada mês.

### **4.1. Investimento Inicial**

No Quadro 4 está descrito o Investimento Inicial da Startup, dividido entre taxas de legalização, investimento em equipamentos e softwares.

ITENS	DESCRIÇÃO	Preço (R\$)
1	Legalização Empresa	R\$ 1.000,00
2	Hardware	R\$ 7.000,00
3	Conta desenvolvedor Google Play Store	R\$ 144,92
4	Conta desenvolvedor Apple App Store	R\$ 573,90
5	Marketing Inicial	R\$ 700,00
6	Visitas ao cliente	R\$ 1.000,00
Total		R\$ 10.418,82

Quadro 4 – Distribuição Investimento Inicial

## 4.2. Análise de Viabilidade Financeira

### Fluxo de caixa mensal

Segue abaixo o Fluxo de Caixa mensal dos primeiros 12 meses de operação, com saldo operacional mensal e acumulado ao final do período do exercício.

	Receita Bruta	Impostos	Receita Líquida	Saídas caixa	Res. Bruto	IR + Simples	Saldo
Mês 1	489,00	0,00	489,00	3.600,00	-3.111,00	29,34	R\$ (3.140,34)
Mês 2	1.067,80	0,00	1.067,80	3.602,00	-2.534,20	64,07	R\$ (2.598,27)
Mês 3	1.796,30	0,00	1.796,30	4.606,00	-2.809,70	107,78	R\$ (2.917,48)
Mês 4	2.614,60	0,00	2.614,60	4.611,00	-1.996,40	156,88	R\$ (2.153,28)
Mês 5	3.582,60	0,00	3.582,60	5.614,00	-2.031,40	214,96	R\$ (2.246,36)
Mês 6	4.640,40	0,00	4.640,40	5.618,00	-977,60	278,42	R\$ (1.256,02)
Mês 7	5.798,00	0,00	5.798,00	6.322,00	-524,00	347,88	R\$ (871,88)
Mês 8	7.045,40	0,00	7.045,40	6.326,00	719,40	422,72	R\$ 296,68
Mês 9	8.412,60	0,00	8.412,60	8.380,00	32,60	504,76	R\$ (472,16)
Mês 10	9.869,60	0,00	9.869,60	8.384,00	1.485,60	592,18	R\$ 893,42
Mês 11	11.476,30	0,00	11.476,30	8.638,00	2.838,30	688,58	R\$ 2.149,72
Mês 12	13.192,80	0,00	13.192,80	8.642,00	4.550,80	791,57	R\$ 3.759,23
Total	R\$ 69.985,40	R\$ 0,00	R\$ 69.985,40	R\$ 74.343,00	-R\$ 4.357,60	R\$ 4.199,12	-R\$ 8.556,72

### Indicadores



### 4.3. Estratégias de Crescimento e Escala

Informe as estratégias de crescimento em termos de novas versões, novo público-alvo, novas cidades e busca de investimentos para ampliação.

Indicadores	
Faturamento 12 meses	R\$ 69.985,40
Margem de Lucro Bruta	-6,23%
Margem de Lucro Líquida	-12,23%
ROI	-82,1%
Ponto de Equilíbrio (Produto/Pacote)	155,27
Ponto de Equilíbrio Marketplace	62

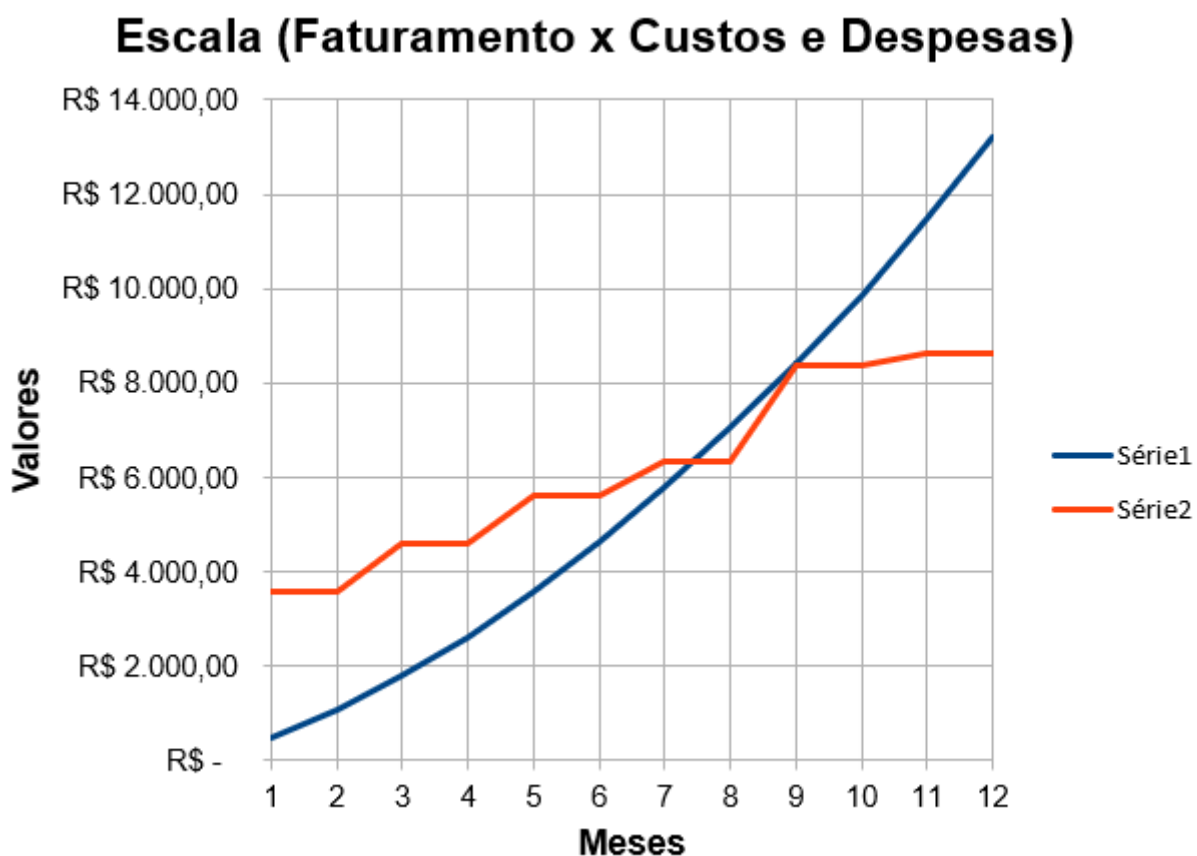


Figura 3 – Gráfico de escala de faturamento e despesas nos primeiros 12 meses

Como demonstrado acima, o negócio vai iniciar com deficit mental de R\$ 3.602,00, alcançando o ponto de equilíbrio em 7 meses.

## 5.ANEXOS

**ANEXO 1** - Business Model Canvas

**ANEXO 2** - Pesquisas de Hipóteses de Mercado

**ANEXO 3** - Pesquisas de Avaliação do MVP

## 5.1. ANEXO 1 - Business Model Canvas

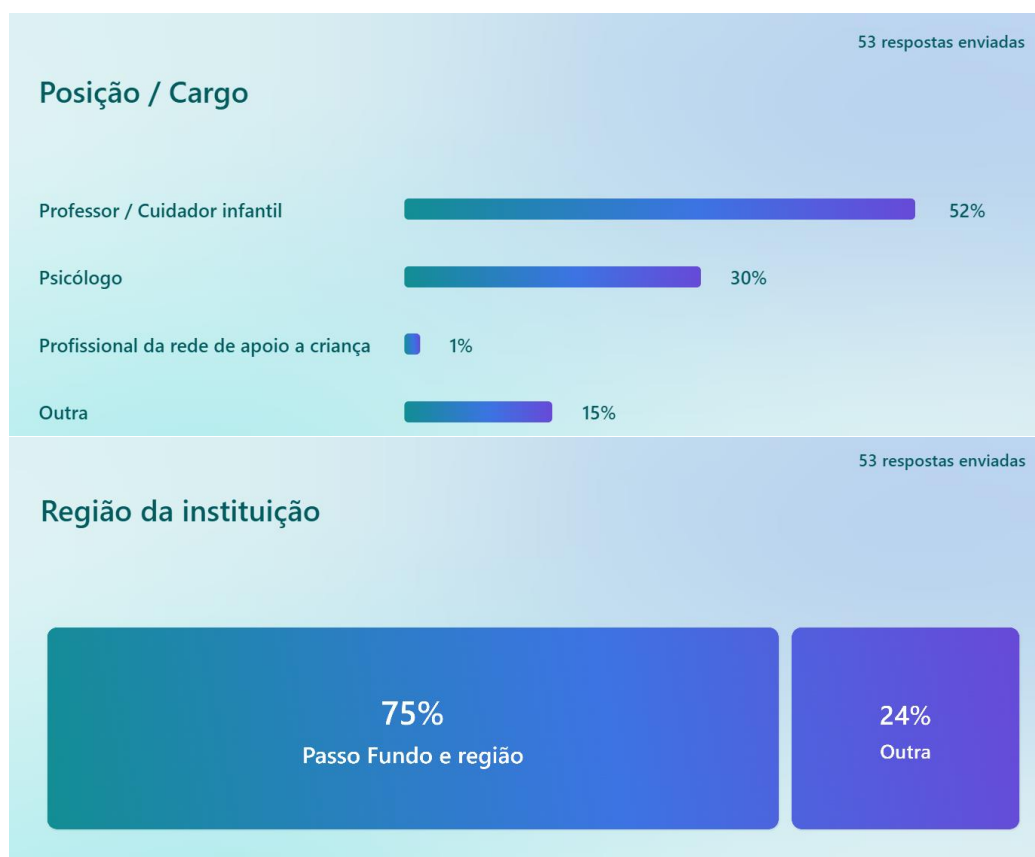
### Nina e Tito em busca do Livro mágico

Jogo mobile para prevenção e detecção de possíveis casos de abuso infantil

Parcerias principais	Atividades Principais	Proposta de valor	Relacionamento com cliente	Segmento de cliente
<ul style="list-style-type: none"> <li>Governo</li> <li>Escolas públicas</li> <li>Escolas privadas</li> <li>Instituições com do segmento infantil</li> <li>Centros de atendimento e acompanhamento psicológico infantil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolvimento de games e ferramentas que auxiliem na identificação e educação contra violência sexual infantil;</li> <li>Desenvolvimento de painel de estatísticas e acompanhamento de desempenho;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acompanhamento de comportamentos e tendência em relação a violência sexual infantil;</li> <li>Disseminação de conhecimento sobre o tema para crianças de 6 a 12 anos;</li> <li>Prevenção de casos de violência;</li> <li>Maior visibilidade e credibilidade das instituições</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assistência social, interação humana direta com o cliente;</li> <li>Cocriação, desenvolvimento de produtos e melhorias em parceria com o cliente;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rede pública de ensino;</li> <li>Rede privada de ensino;</li> <li>Instituições de acompanhamento;</li> <li>Serviços de acompanhamento psicológico;</li> </ul>
	<b>Recursos principais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Computadores;</li> <li>Programadores;</li> <li>Psicólogos;</li> <li>Designers;</li> <li>Capital próprio;</li> </ul>		<b>Canais</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lojas de aplicativos / web;</li> <li>Instituições governamentais;</li> <li>Escolas parceiras;</li> <li>Psicólogos parceiros;</li> </ul>	
<b>Estrutura de custos</b>		<b>Fontes de receita</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Foco em custos fixos e reduzidos eliminando atividades com terceirização para disponibilizar o produto principal (game) de forma gratuita e acessível;</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Investimentos como startup social;</li> <li>Pagamento pelo uso do painel de estatísticas e acompanhamento de turmas (mensalidade);</li> </ul>		

## 5.2. ANEXO 2 – Pesquisas de Hipóteses de Mercado

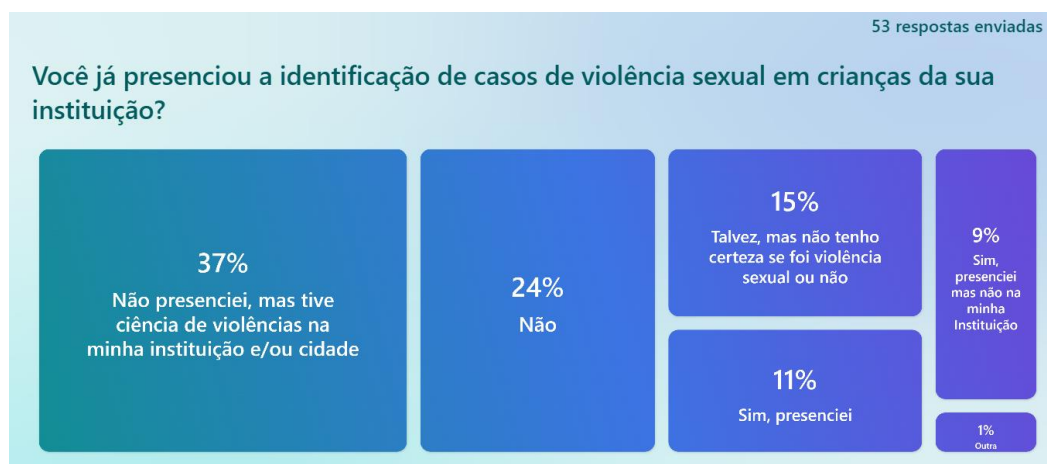
A pesquisa realizada com 53 profissionais que atuam diretamente ou indiretamente com educação infantil, foi subdividida em alguns tópicos, como identificação, problemática, estratégias e projeto.



Entre os 53 profissionais impactados, 31 são professores ou cuidadores, 18 psicólogos, 1 da rede de apoio à criança, e 9 em outros cargos, sendo principalmente de Passo Fundo e região (80%) e apenas 20% pertencendo a outras regiões. Foram registrados os nomes das instituições para aqueles que optaram por divulgar (Anexo 5.2.1). Quanto à classificação das instituições, 21 são da rede pública de ensino, 12 da rede privada, 1 da rede de apoio à criança, 7 clínicas de saúde mental, 3 instituições governamentais, 2 organizações sem fins lucrativos e 3 de outros segmentos.

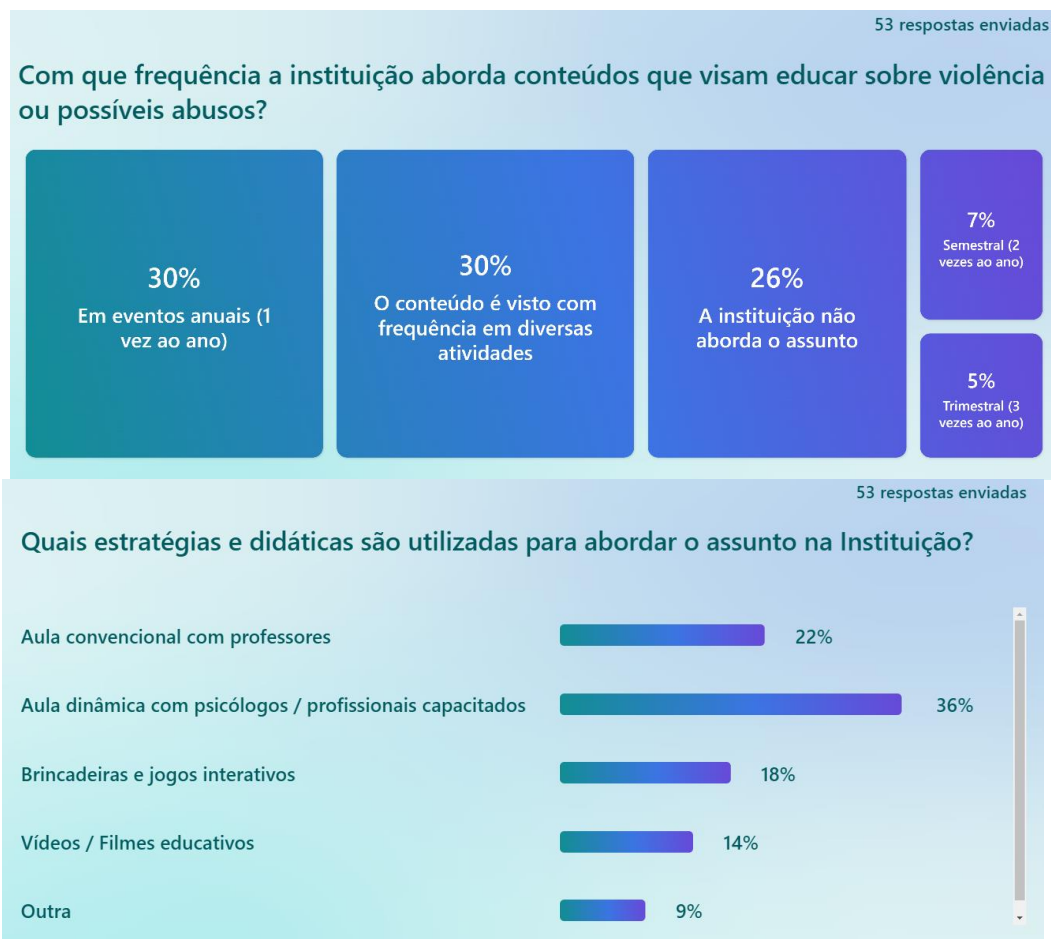


Em um segundo momento, objetivou-se identificar se esses profissionais já tiveram contato com casos de violência sexual infantil, e as estratégias utilizadas pela instituição para educar as crianças sobre o tema, tendo como resultados as seguintes respostas: 6 profissionais presenciaram diretamente a identificação de casos de violência sexual em sua instituição, 5 presenciaram em outro local, 7 não tem certeza se presenciaram, 17 não presenciaram diretamente mas tiveram conhecimento de casos em sua instituição ou cidade e apenas 13 nunca presenciaram.



Após, foi solicitado de forma descritiva a visão do profissional sobre o tema ser visto como conteúdo em sala de aula com as crianças, onde assim foi constatado que grande parte dos profissionais acha importante que seja trabalho em sala de aula, tendo em vista que são raras as escolas que cobrem o tema, o que é uma grande deficiência pensando que muitas vezes os pais também não conversam com as crianças sobre, e em grande parte das vezes o causador da violência está dentro de casa. Algumas respostas também discutiram a dificuldade da implementação, visto que o assunto acabou sendo extremamente politizado com estereótipos de sexualização precoce, o que pode ser um impeditivo em uma região tida como conservadora em aspectos religiosos.

Em um seguinte momento, foi questionado se a instituição costuma abordar o tema com as crianças e quais estratégias de educação são utilizadas, onde foi obtido o seguinte resultado: 12 profissionais responderam que suas instituições não abordam o assunto, 14, responderam que o assunto é trabalho em eventos anuais, 4 afirma que é visto pelo menos 2 vezes ao ano, 3 que o assunto é visto pelo menos 3 vezes ao ano, e por fim 16 responderam que suas instituições trabalham frequentemente o tema com as crianças, sendo as estratégias mais utilizadas a aula dinâmica com profissionais capacitados, tendo 27 respostas, empatadas com 13 respostas cada ficam a aula convencional com professores e brincadeiras e jogos interativos, após temos a aula com exibição de vídeos e filmes educativos sobre o assunto, e 7 respostas com outros tipos de estratégias. Ao serem questionados sobre a efetividade das estratégias mencionadas anteriormente, 55% consideram efetivas, 35% não sabem dizer, e 10% não consideram as técnicas efetivas.



Em um terceiro momento, objetivou-se questionar sobre o desenvolvimento do game e qual a visão do profissional sobre o projeto, assim iniciando com a questão “Já foram utilizados métodos de ensino semelhantes ao proposto, como jogos eletrônicos ou estratégias *gameficadas* para trabalhar conteúdos de aula?” onde 80% das respostas foram negativas e apenas 20% positivas, entre as positivas, foi solicitado um retorno sobre como a atividade foi recebida pelas crianças e educadores, onde no geral foi respondido que atualmente a tecnologia é uma grande aliada e com abordagens como jogos, que é algo do interesse da criança a atenção

é facilitada.



Em um último momento foi solicitado, também de forma opcional uma opinião pessoal ou crítica em relação ao projeto, onde foi constatado que em grande parte os profissionais apoiam o trabalho, porém também é importante ressaltar que muitos vem uma certa dificuldade na implementação levando em conta que seria necessária uma adaptação da instituição, sendo também esclarecido que o game de forma nenhuma pode expor a criança a uma sexualização precoce, deixando de lado temas políticos e religiosos.

## Acesso da MVP

A MVP pode ser baixada no formato APK a partir do seguinte link:

