

Metodologia

Pense Grande

Telefônica
FUNDAÇÃO

| vivo

Índice

- 03** _INTRODUÇÃO
- 24** _O INDIVÍDUO
- 46** _EMPREENDEDORISMO
SOCIAL E TECNOLOGIA
- 72** _COMUNIDADE
- 90** _OPORTUNIDADE
- 112** _MODELO DE NEGÓCIO
- 137** _EQUIPE
- 152** _PROVA DE OPORTUNIDADE
- 181** _PROVA DA SOLUÇÃO
- 205** _PITCH
- 233** _PRÓXIMOS PASSOS
- 253** _GLOSSÁRIO

Introdução

Bem-vindo(a) ao Programa Pense Grande!

Mas o que é e por que Pense Grande?

*“Pensar grande pode ser querer chegar muito longe.
Pode ser dar apenas um passo.
Pode ser mudar a sua realidade.
Pode ser transformar o mundo.
Aprender. Ou ensinar.
Grande não mede com exatidão o tamanho do sonho de um
jovem brasileiro. Grande não determina o que nós queremos
que eles queiram. Grande não quantifica.
O que é grande para você?”*

Pensar grande é ir além, ser protagonista de suas escolhas, é ter um projeto de vida, é colocar as ideias em prática. Pensar grande é pensar junto, é pensar diferente, é inspirar pessoas de todos os cantos a serem empreendedoras!

Pensar grande é empreender a própria vida, é acreditar no empreendedorismo como um caminho e possibilidade concreta, é idealizar e concretizar seus sonhos. É ser um(a) agente formador(a) e fomentador(a) e assim contribuir para uma cultura empreendedora em nosso país.

É acreditar que é possível e viável resolver os maiores desafios de nossa sociedade, principalmente aqueles com maior impacto social e ambiental, por meio do empreender.

Ao pensar grande, o(a) jovem melhora sua vida e também a de quem está a sua volta. A comunidade se beneficia com os empreendimentos que surgem e, ao mesmo tempo, o(a) empreendedor(a) ganha mais autonomia e capacidade de superação.

Perguntamos a jovens empreendedores(as) o que consideram pensar grande. E o resultado, inspirador, você pode assistir neste link: <https://youtu.be/W2yEm0Hfar0>

Pensar grande é escolher um grande desafio a solucionar – que fale diretamente ao coração – e querer impactar positivamente na vida de muitas pessoas. É enxergar oportunidades onde outros(as) veem apenas problemas.

Mas, pensar grande não é esperar para começar apenas quando tiver todas as melhores condições. Não! Dá pra começar agora, já, com os recursos disponíveis. Os grandes avanços e popularização das tecnologias digitais possibilitam e facilitam muito a jornada de quem quer empreender.

Esperamos que, a partir de um contato maior com sua comunidade e com mais conhecimento sobre empreendedorismo social, o(a) jovem possa criar soluções que envolvam tecnologia digital para desafios locais, gerando impacto social e valor econômico.

O objetivo do Programa Pense Grande é difundir uma cultura de empreendedorismo de impacto social com tecnologia digital para jovens no Brasil. Acreditamos que estes três pilares juntos – Empreendedorismo, Comunidade e Tecnologia – transformam nosso mundo para melhor e apostamos nossas fichas no protagonismo da juventude nessa transformação.

Você se conecta com esse objetivo? Acredita nesses pilares? Já está com o coração batendo forte e a cabeça fervilhando? Vamos lá que essa jornada só está começando!

História do Pense Grande

Desde 2013, o Programa Pense Grande atua em várias frentes para o fomento da cultura empreendedora, formando, apoiando e fortalecendo jovens empreendedores(as) e seus empreendimentos em diversos territórios pelo Brasil.

As formações começaram em Santarém (PA), São Paulo (SP) e Santa Cruz Cabrália (BA), trazendo uma grande diversidade de territórios, perfis, vocações e realidades para o Programa.

Desde o início, o Pense Grande – que antes se chamava Plataforma de Desenvolvimento de Empreendedores (PDE) – estabeleceu parcerias com organizações sociais que já trabalhavam com jovens dos territórios e teve a preocupação de valorizar as potencialidades de cada local e parceiro para uma construção conjunta da formação. A partir de 2015, o território do Vale do Jequitinhonha (MG) passou a integrar a iniciativa. Em 2016, iniciou-se uma frente de ação para jovens estudantes de ETECs (Escolas Técnicas Estaduais) na cidade de São Paulo.

O Programa Pense Grande possui também outras estratégias de atuação, além de formar jovens:

- _Apoiar: processo de incubação de empreendimentos sociais, que dura dez meses, por meio de assessorias regulares e personalizadas, mentorias, imersões presenciais e apoio financeiro.
- _Fortalecer: faz alianças com organizações e iniciativas estratégicas para o ecossistema de empreendedorismo social no Brasil.

Números Pense Grande até 2017

_ **+43.100** jovens mobilizados(as) para o desenvolvimento de atitude mais empreendedora ;

_ Cerca de **10.400** jovens formados(as) na metodologia Pense Grande;

_ **45** empreendimentos incubados e **120** jovens apoiados(as) em seus empreendimentos.

Por que empreendedorismo social para jovens?

A motivação do Programa Pense Grande em trabalhar com jovens de 15 a 29 anos é acreditar no poder transformador da juventude. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), quase um terço da população brasileira é composto por jovens de 15 a 29 anos (2006), o que mostra o potencial desse grupo. Porém, se considerarmos jovens

de 18 a 24 anos, eles(as) representam 24% dos desempregados(as) no país (2016), sendo que quase 26% destes(as) jovens não estudam e nem trabalham (2016). Podemos ter uma geração perdida, se a juventude não for protagonista de seu futuro.

E sabemos que os(as) jovens querem criar suas próprias oportunidades. Segundo a Pesquisa Juventude Conectada 2016 (<http://fundacaotelefonica.org.br/acervo/juventude-conectada-2016/>), realizada pela Fundação Telefônica Vivo, 65% dos(as) jovens gostariam de ter um negócio próprio, 49% pretendem abrir um negócio próprio nos próximos cinco anos e 66% acreditam que podem ganhar dinheiro com a internet. Essa vontade está presente na juventude, independente da situação social: 61% dos(as) jovens moradores(as) de favelas têm vontade de empreender, de acordo com o Data Popular.

Se empreender no Brasil é um desafio, imagina se o(a) empreendedor(a) é jovem e de alta vulnerabilidade? Segundo Marcus Faustini, da Agência de Rede para Juventude, a principal diferença entre empreender dentro e fora da favela é o incentivo da família e o apoio financeiro. Dentro das comunidades, as pessoas precisam montar a empresa e se sustentar ao mesmo tempo. Luciana Aguiar, da Plano CDE, uma organização que realiza pesquisa, inovação e impacto com foco nas classes C, D e E, analisa que esses(as) empreendedores(as) têm menos acesso a crédito, assistência técnica e formação, além da dificuldade para ganhar escala. Por isso, faz muito sentido para o Pense Grande priorizar esse público.

Tá....mas por que empreendedorismo social? O tema está em crescente disseminação no país. Segundo mapeamento realizado pela Pipe Social em 2017, foram identificados 579 negócios de impacto social no Brasil, o que representa um crescimento de mais de 300% em relação ao levantamento feito em 2011 pelo Plano CDE e Polo Ande Brasil. A Força Tarefa, iniciativa do ICE, estima que o campo das finanças sociais e negócios de impacto movimentou R\$ 13 bilhões em 2014 e aponta um potencial de chegar a R\$ 50 bilhões anuais até 2020.

Além de uma maior consolidação desse ecossistema no Brasil, essa tendência vai ao encontro da vontade de boa parte da juventude, que é

de trabalhar por um propósito autêntico e de contribuir para um mundo melhor. De acordo com a pesquisa Sonho Brasileiro da Box1824, agência de pesquisa de tendências em consumo, comportamento e inovação, para muitos(as) jovens o trabalho é cada vez menos visto como necessidade e cada vez mais como elemento de realização e expressão. E 77% dos(as) jovens entrevistados(as) concordam que o seu bem-estar depende do bem-estar da sociedade onde vivem. Uma pesquisa realizada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) em 2015 aponta que: 55% dos(as) jovens entrevistados(as) disseram que ajudar outras pessoas a melhorar de realidade é um dos seus objetivos de vida.

Por todos esses pontos, o Pense Grande se propõe a oferecer oportunidades, ampliar perspectivas e desenvolver competências junto aos(às) jovens, para termos cidadãos e cidadãs mais protagonistas no Brasil, que transformarão suas vidas e comunidades com atitude empreendedora e empreendimentos sociais.

Competências do Século XXI

A Fundação Telefônica Vivo desenvolve e apoia iniciativas que aliam tecnologia, educação, conhecimento e inovação, buscando novas respostas para velhos ou novos desafios da sociedade.

Entre os novos desafios está a necessidade de formar cidadãos(ãs) protagonistas e com habilidades no mundo digital, com competências que lhes permitem responder às necessidades econômicas e sociais do século em que vivemos, tão marcado por mudanças contínuas e cenários complexos.

Entendemos como competência a capacidade da pessoa aplicar os resultados de uma aprendizagem a um determinado contexto, como, por exemplo, educação, trabalho, desenvolvimento pessoal ou profissional. A competência não se limita a um aspecto intelectual, como o uso de teorias e conceitos, mas também engloba aspectos funcionais, habilidades técnicas, atributos interpessoais, habilidades sociais ou organizacionais e valores éticos. Trata-se de um conceito mais amplo, que pode consistir em

um conjunto de habilidades que é, em si, a capacidade de realizar tarefas e solucionar problemas.

Ao olharmos para o Pense Grande e os desafios atuais, buscamos desenvolver nos(as) jovens diversas competências condizentes com o século XXI, tais como:

Análise e uso adequado da informação

- _Levantar informações sobre o contexto local;
- _Identificar as necessidades da comunidade;
- _Propor soluções para as necessidades da comunidade com o uso de tecnologias;
- _Identificar sujeitos e instituições relacionados às necessidades levantadas.

Criatividade, inovação, comunicação e colaboração

- _Compreender o conceito de inovação e incorporá-lo ao empreendimento;
- _Desenvolver visão sistêmica sobre o empreendimento (mercado/oportunidade/solução/ modelo de negócio);
- _Trabalhar de maneira colaborativa;
- _Articular os diferentes conhecimentos e habilidades da equipe;
- _Comunicar-se de forma clara com diferentes públicos;
- _Estabelecer relações com potenciais públicos interessados no empreendimento.

Liderança, responsabilidade e iniciativa

- _Demonstrar responsabilidade com os compromissos e tarefas assumidos;
- _Evidenciar iniciativa e autonomia na execução de tarefas.

Pensamento crítico e solução de problemas

- _Analisar riscos para a tomada de decisões;
- _Demonstrar resiliência e persistência;
- _Elaborar propostas com impacto social (soluções voltadas para a comunidade) com uso de tecnologia.

Uso de tecnologia

- _Conhecer as culturas maker e hacker;
- _Reconhecer a existência de questões éticas e legais relativas às tecnologias digitais e de comunicação;
- _Compreender o uso e as características das tecnologias digitais e de programação, considerando sua adequação ao empreendimento;
- _Desenvolver ações de marketing digital no empreendimento;
- _Utilizar as tecnologias digitais, considerando sua adequação ao empreendimento.

Multiplicador(a) - A quem se destina

Chamamos de multiplicadores(as) todos(as) aqueles(as) que desejam replicar a metodologia Pense Grande em sua localidade. Podem ser educadores(as) sociais, professores(as) da rede pública e privada, voluntários(as) em ONGs, entusiastas do tema, entre outros(as).

Qualquer pessoa interessada em trabalhar com estes conteúdos está convidada e será fundamental para que esses(as) jovens tenham uma atitude empreendedora e de protagonista, para que percebam o empreendedorismo como uma possibilidade real para suas vidas, e não algo distante e intocável.

O papel do(a) multiplicador(a)

Seu papel como multiplicador(a) é de mobilizar os(as) jovens para esta formação, organizar e facilitar os encontros a partir deste material, motivá-los(as) e, sobretudo, inspirá-los(as) durante toda essa jornada empreendedora.

A proposta é fugir do papel tradicional de detentor(a) e transmissor(a) de conteúdo – aliás, pode até ser que o grupo saiba mais sobre algum assunto que você – e assumir mais um papel de tutor(a), facilitador(a), que apoia, sugere, orienta, instiga, escuta, acolhe e valoriza os(as) jovens. É uma relação mais horizontal que vertical. O conhecimento e as experiências são

construídos conjuntamente, levando em consideração o que for trazido e produzido pelo grupo e por cada pessoa.

Sua responsabilidade é grande, mas você não está só.

Há muitas oportunidades de trocar ideias com redes e pessoas que podem ajudar no processo de facilitação. A comunidade pode também apoiar a partir dos temas que surgem dos empreendimentos criados. O(a) multiplicador(a) pode aprender e desenvolver novas habilidades pessoais e profissionais que, certamente, serão reconhecidas por outras pessoas. ;)

Você também é responsável por:

- _ Encontrar um local adequado para a realização dos encontros;
- _ Divulgar a formação Pense Grande em sua comunidade;
- _ Acompanhar e registrar a participação dos(as) jovens durante toda a formação (esse registro é superimportante para a Fundação Telefônica, a fim de que possamos conhecer até onde o Pense Grande está indo);
- _ Aplicar os conteúdos e atividades propostas, fazendo as adaptações necessárias;
- _ Assegurar as condições para a realização das práticas e atividades planejadas.

Divirta-se, inspire-se e aproveite essa experiência com os(as) jovens para continuar aprendendo! O processo de aprendizagem é construído coletivamente a cada encontro promovido.

Exercite a escuta ativa e a empatia junto aos(às) jovens: esse é um dos diferenciais do Pense Grande. Estimule a autonomia dos(as) participantes e acolha todas as falas realizadas, pois são um grande material de trabalho durante os encontros.

A Fundação Telefônica Vivo

O Programa Pense Grande é uma iniciativa da Fundação Telefônica Vivo, que faz parte do Grupo Telefônica. Com atuação no Brasil desde 1999, a Fundação integra uma rede formada por outras 17 fundações presentes na Europa e América Latina.

Acreditamos na Inovação Educativa como forma de inspirar novos caminhos para o desenvolvimento do Brasil, a partir da educação. Guiada pela inovação e a disposição em contribuir para a construção de um futuro com mais oportunidades para todos(as), a Fundação desenvolve projetos que utilizam a tecnologia para gerar novas metodologias de ensino-aprendizagem, estimular o empreendedorismo social e o exercício da cidadania.

Fazemos juntos(as) para todos(as), com pessoas e instituições, compartilhamos e não fixamos verdades absolutas, estudamos a sociedade e seus comportamentos para estar em sintonia com as tendências, a fim de promover o desenvolvimento social. E, com esse conhecimento, agimos de maneira proativa nas transformações que queremos inspirar. Fomentamos o coração empreendedor da nova geração, para que ela seja protagonista e também agente da mudança.

Conheça mais sobre a Fundação em: www.fundacaotelefonica.org.br

Sobre este material

Já imaginou como seria o mundo se todos(as) tivéssemos consciência total de nosso potencial e capacidade de realizar? Quantas ideias incríveis que podem solucionar problemas locais e estão só à espera de uma força, de um estímulo, de um “empurrãozinho”?

Se você está aqui, é porque deseja conhecer e talvez participar de uma rede multiplicadora (e influenciadora) de gente que pensa grande, que quer ter uma atitude protagonista e inspirar pessoas de todos os cantos a colocar suas ideias em prática, a pensar grande, a pensar junto, a pensar diferente!

Criamos este material para que seja seu aliado nessa missão: são dez

temas que trabalham conteúdos sobre Empreendedorismo, Tecnologia e Impacto Social, com conceitos e atividades “mão na massa” (#comofazer). Propomos uma experiência vivencial durante todo o percurso do Pense Grande, aliando conceitos e ferramentas a desafios reais de aprender fazendo, para que o(a) jovem possa sentir na pele que está construindo a sua história e fazendo de sua comunidade um lugar melhor.

Não é necessário nem obrigatório iniciar e finalizar um tema em um único encontro. Siga respeitando o seu ritmo e o do grupo. Fique ligado(a) que muitas atividades demandam preparação anterior, planejamento e trabalho prévio, seja seu ou dos grupos que serão formados.

O que trazemos neste material para multiplicadores(as) é o resultado da história de muitas pessoas, sotaques, cheiros e cores, parceiros(as) e executores(as) ao longo do Programa que, em um trabalho de cocriação, ajudaram a sistematizar e organizar as experiências por onde o Pense Grande já passou: Vale do Jequitinhonha (MG), Santa Cruz Cabrália (BA), São Paulo (SP) e Santarém (PA).

Compartilhamos histórias reais de jovens que empreenderam a partir do Programa, contamos seus desafios e conquistas, e como encontraram oportunidades de transformação para suas vidas e de muitas pessoas!

Reprodução e uso deste material

Atribuição-Compartilha CC BY-SA

Conforme licença Creative Commons, esta obra pode ser remixada, adaptada e servir de base para outros trabalhos, mesmo para fins comerciais, desde que atribuído o devido crédito e que as novas criações sejam licenciadas sob termos idênticos.

Como a metodologia está organizada

A metodologia do Programa Pense Grande está organizada em dez grandes temas, além desta introdução e um glossário. Cada tema segue a seguinte estrutura:

- _Tema
- _Contexto (introdução ao tema)
- _O que este capítulo propõe (quais as competências trabalhadas)
- _Bora fazer!
- _Saiba Mais
- _Diário de Bordo

Tema

É o conjunto de conceitos, atividades e informações a serem trabalhados em cada “capítulo”. Os temas conversam entre si. Durante toda a formação, referenciamos conceitos e práticas que foram trabalhados em temas anteriores ou que ainda aparecerão mais para frente. Fique de olho. ;)

Contexto

Trazemos os conceitos e abordagens relativos ao tema, e como ele está ligado a outros conteúdos da formação do Programa. O contexto revela ainda a importância e o porquê de trabalharmos tais conteúdos e atividades na jornada empreendedora dos(as) jovens.

O que este capítulo propõe

São as competências e habilidades que serão trabalhadas e desenvolvidas durante as atividades e conteúdos de cada Tema. Elas estão ligadas às competências do século XXI.

Bora fazer!

A grande riqueza do Pense Grande está em sua experiência vivencial, no aprender fazendo, no “mão na massa!”. Trata-se do bloco de atividades relacionadas ao tema proposto em cada capítulo. Em alguns temas oferecemos atividades complementares, que podem ou não ser aplicadas com a turma. Isso dependerá da compreensão e absorção da mesma em relação ao que foi trabalhado até ali.

Quase todas as atividades seguem a seguinte estrutura:

_Nome da atividade;

_Objetivos da atividade: traz os propósitos específicos da atividade, o que se espera alcançar ao final de sua realização;

_Tempo estimado: é uma estimativa e sugestão de tempo para o desenvolvimento e compreensão da atividade, podendo ser adaptado de acordo com a realidade local;

_#comofazer: traz uma estrutura e sequência para a realização da atividade, mas que também podem ser adaptadas conforme as especificidades de cada turma e local;

_Dicas para aproveitar melhor a atividade: aparecem naquelas atividades que entendemos que, com algumas informações adicionais, você conseguirá extrair o melhor entendimento e resultado dos(as) participantes;

_Materiais necessários: é a relação de recursos e materiais necessários para a realização da atividade em questão;

_Saiba Mais: trata-se de uma compilação de referências sobre o tema trabalhado, com indicação de links, matérias, literatura e outras fontes que complementam o assunto em questão. Você pode transformar alguns desses conteúdos em outras atividades para a formação. Não se trata apenas de um recurso para o(a) jovem, mas também para você, multiplicador(a), se quiser se aprofundar em algum tema. ;);

_Diário de Bordo: espaço reservado para você fazer suas anotações e impressões ao longo das oficinas. É um ótimo registro para saber o que deu certo, o que pode melhorar e o que pode ser ajustado na formação.

Sobre os encontros

Mobilização para a formação Pense Grande

Como juntar um grupo de jovens e iniciar a formação do Programa? O primeiro passo é identificar onde você pode encontrar jovens de 15 a 29 anos interessados(as) no tema. Comece observando nas suas redes, nos lugares e grupos que frequenta. Esses(as) jovens podem estar na escola, faculdade, comunidade, em projetos sociais, igrejas, coletivos, associações, etc. Na história do Programa, as turmas são, em geral, compostas de 20 a 40 jovens, mas isso não é uma regra. Veja quais as condições e a capacidade de sua realidade local.

O segundo passo é identificar, nesses locais e grupos mapeados por você, quem são os(as) responsáveis ou as melhores pessoas para dar apoio na realização dos encontros: um(a) líder, um(a) professor(a), diretor(a) da escola, uma liderança comunitária, algum(a) assistente social, entre outros(as). Pense como essas pessoas podem apoiar você: seja na “convocação” dos(as) jovens, na divulgação da formação, conseguindo um espaço físico ou materiais para a realização das oficinas...Viu por que não está sozinho(a)?



Local para formações

O próximo passo é encontrar um local para a realização dos encontros. Ele precisa ser de fácil acesso e, se possível, conhecido pelo grupo. Pense em um espaço que permita a circulação das pessoas, com cadeiras e mesas para sentar e escrever, e que também elas possam ser organizadas em roda ou pequenos grupos. O local deve dar liberdade aos(as) jovens para trabalharem os muitos desafios da formação. Às vezes, o encontro gera bagunça e sujeira. É importante para o espírito coletivo do grupo que todos(as) ajudem na limpeza e reorganização do espaço ao final de cada oficina. É recomendável que tenha um espaço para guardar os materiais a serem usados em cada encontro e para os materiais produzidos pelas equipes. :)

Cronograma

Com o espaço garantido, defina um calendário para as oficinas com as datas, horários e temas de cada uma. Isso ajudará você e os(as) jovens a se organizarem para os encontros que seguirão durante essa jornada no Pense Grande. O calendário pode ser impresso e distribuído ao final do primeiro encontro e também ser afixado no local das oficinas. Ter isso em mãos proporciona segurança aos(as) participantes, que também se preparam para as discussões e assuntos do dia.

Divulgação

Conhecendo sua realidade, decida qual é a melhor forma de divulgar as oficinas e atingir seu público. Pode ser por meio de cartazes afixados nesses locais mapeados por você, em rádios locais, pelo Facebook, WhatsApp, fazendo um convite pessoalmente e até mesmo organizando um evento para promover a formação do Pense Grande.

Se quiser, você pode preparar uma apresentação simples e, ao mesmo tempo, inspiradora sobre o Pense Grande. Sugerimos abordar alguns pontos como:

- _O que é o Pense Grande?
- _Qual o público desta formação? A quem se destina?
- _Qual o objetivo desta formação? O que o(a) jovem pode esperar?
- _Quantos encontros serão realizados? Qual a periodicidade? Qual a dedicação esperada?

_Onde serão os encontros?

Para conquistá-los(as), vale muita criatividade, inspiração, empatia e simplicidade. ;)

Dica: para evitar surpresas, caso o público seja mais amplo ou desconhecido, aconselhamos que você crie uma pré-inscrição, por e-mail ou por meio de um evento no Facebook, a ser feita pelos(as) interessados(as) em participar da formação. Dessa forma, você consegue prever o número de participantes e saber se precisa divulgar mais. Além disso, terá um planejamento e preparação mais adequados do espaço e materiais para as oficinas.

Materiais e recursos

Descrevemos os materiais necessários para a realização de cada atividade. Você pode adaptá-los de acordo com sua realidade local, sem perder de vista os objetivos de aprendizagem e a produção que se espera ao final de cada encontro. Separe com antecedência os materiais necessários, se possível, em caixas.

Temos atividades que necessitam do uso de computadores, celulares e internet. Caso o espaço escolhido não ofereça esses recursos, você pode levar a turma para realizar essas tarefas específicas em outro local ou buscando parcerias. Lembre-se de sua rede de apoio, peça ajuda às famílias, amigos(as), profissionais próximos, etc. Dispor de recursos mínimos é essencial para o “mão na massa” do Pense Grande.

Combinados

É muito importante acordar quais serão os combinados, regras de convivência e compromissos do grupo durante toda a formação.

Não é obrigatório que todos(as) tenham o mesmo ritmo, mas é preciso que tenham um objetivo comum e uma mesma direção. A responsabilidade do bom andamento da formação não é somente sua como multiplicador(a), é também dos(as) jovens durante toda a jornada do Pense Grande. Todos(as) têm sua responsabilidade para que, ao final, cumpramos com os objetivos propostos. Definam em conjunto alguns combinados, por exemplo, como

lidar com atrasos e conversas paralelas, como respeitar os diferentes ritmos de aprendizagem, como receber opiniões diferentes e feedbacks, como se portar no momento de apresentação dos(as) outros(as), como acolher histórias pessoais de alguma pessoa, como se cuidar nas saídas a campo, etc.

Os acordos deverão ser registrados e compartilhados com todo o grupo e, se possível, ficarem afixados em local bem visível durante toda a formação. Quando algo não for respeitado, é necessário retomar/reforçar os acordos feitos.

Alguns exemplos de combinados que podem ajudar (e muito):

_Escutar com atenção e falar com intenção - quando alguém estiver falando, multiplicador(a) ou jovem, todos(as) prestam total atenção e, quando for falar, tentar ser objetivo(a) e falar o necessário;

_O que for dito no grupo fica no grupo - se alguém compartilhar algo pessoal ou acontecer algo que exponha a pessoa, todos(as) acordam em não comentar com pessoas de fora do grupo. Isso ajuda a fortalecer os laços de confiança dentro da turma;

_Cuidar do espaço físico disponível e do bem-estar das pessoas, e utilizar os materiais das atividades sem desperdício;

_Respeito com as opiniões e contribuições de todos(as), mesmo que não concorde com elas;

_Autorresponsabilidade para com as atividades de todo grupo e da própria equipe - cada pessoa é responsável pelo bom andamento das atividades e pelo desenvolvimento do trabalho de cada equipe, cada um(a) tem seu papel e importância;

_Combinar algum comando para pedir silêncio com o objetivo de evitar ficar gritando, por exemplo, levantar os braços e balançar as mãos, bater palmas;

_Outra questão fundamental: pontualidade! Isso mostra que você se importa com o tempo dos(as) participantes e com o que foi planejado para tratarem naquele encontro. A fim de ter um bom resultado, mantenha o foco e controle o tempo para cada atividade. Não precisa ser o tempo sugerido neste manual, pode ser o tempo que você, conhecendo a turma, achar necessário. Mas, não se esqueça de fazer o planejamento antes e respeite, no encontro, esses tempos que você definiu;

_Confira no tema “O Indivíduo” uma sugestão de atividade para elaboração coletiva dos combinados.



Formato das oficinas

Propomos os encontros da formação Pense Grande no formato de oficinas. Ou seja, em cada momento que se reunir com os(as) jovens, trabalhe conteúdos, atividades e práticas com começo, meio e fim, sempre incluindo desafios e atividades “mão na massa”.

Recomendamos que as oficinas aconteçam em períodos de, no máximo, três horas de duração. A cada encontro, você precisa planejar as atividades a serem trabalhadas no dia. As atividades possuem um tempo estimado, facilitando sua organização de acordo com a disponibilidade de toda

a turma. As atividades normalmente trabalham com recursos simples e que estão, em sua maioria, à disposição de todos(as). Dessa maneira, conseguimos alcançar, inclusive, os(as) jovens de regiões mais distantes e periféricas, que hoje não acessam programas como o Pense Grande.

Há tarefas que demandam um planejamento e preparação anterior à data da oficina, combinados que devem ser feitos com a turma entre um encontro e outro e também com aqueles(as) que podem apoiar você na facilitação dos encontros. Por isso, é fundamental ler todo o tema e planejar como serão divididos os encontros, antes de sair fazendo as atividades. É preciso também compreender os objetivos gerais do conteúdo e das atividades propostas em cada um dos dez temas desta formação.

É preciso se preocupar não somente com a preparação e o planejamento prévio dos conteúdos, mas também com o andamento de toda oficina.

Separamos algumas dicas para que você e os(as) jovens tenham sempre bons encontros. Vamos lá?

Boas-vindas e início

Gostamos de ser bem recebidos(as) quando chegamos em algum lugar, certo? Então se coloque no lugar desses(as) jovens que chegam, a cada novo encontro, com diversas expectativas, anseios, dúvidas...

É muito importante acolher e receber bem nossos(as) participantes. Por isso, sugerimos algumas dicas para se ter em mente, principalmente durante os primeiros encontros:

_Esteja sempre com um sorriso no rosto, isso faz toda diferença;

_Receba-os(as), se possível, com alguma música contagiante, “pra cima”. Isso já faz o ambiente melhor;

_Tente sempre começar no horário combinado. Se o número de participantes estiver muito baixo ainda, avise àqueles(as) que já chegaram que o encontro vai começar em alguns minutos e espere até no máximo dez minutos. Se for preciso, reforce o

combinado sobre pontualidade e horários com todo o grupo;

_Quando estiver na hora de iniciar, comece o encontro de uma forma bastante animada. Dê as boas-vindas e agradeça a presença de todos(as);

_Seja você! Fale do seu jeito, se movimente do seu jeito, seja natural! Dessa forma, as pessoas se identificam e se sentem mais à vontade para participar das atividades;

_Fique atento(a) à organização do espaço. A oficina flui melhor se os(as) participantes puderem se movimentar com rapidez, de acordo com as atividades propostas;

_Se alguém chegar depois do início da atividade, pare o que está fazendo ou falando para recepcionar e convidar a se juntar ao grupo. De uma forma educada, lembre-o(a) posteriormente dos combinados sobre horários;

_Pergunte à turma como está a expectativa e como estão chegando para o encontro. Procure exaltar os avanços do grupo durante os encontros, retome brevemente o que viram no encontro anterior. Isso ajuda na conexão entre os temas e atividades.

Lembre-se: um dos grandes diferenciais do Pense Grande são as atividades “mão na massa”. Os(as) jovens devem experimentar, refletir sobre o que aprenderam e os resultados obtidos, e fazer novamente se necessário. Tão importante quanto a resolução de uma atividade é o processo de como chegaram até ali. É fundamental que o grupo compreenda o porquê de estar tendo contato com aquele assunto ou tema, e como pode aplicar e exercitar os conceitos vistos. Ah, algo muito importante também é a troca de saberes e a colaboração entre os(as) participantes.

Dinâmicas

As dinâmicas são utilizadas em momentos diversos de um encontro: recepcionar os(as) participantes, “quebrar o gelo” para o melhor aproveitamento de uma atividade, aquecimento para um assunto, integrar

a turma, propor uma pausa, ou seja, “limpar a cabeça” e dar um respiro para um próximo tema.

Deixar a turma mais à vontade, possibilitar um momento de troca, estimular a fala e a criatividade, exercitar a atenção e a escuta ativa, trabalhar a habilidade de falar em público, e fortalecer o trabalho em equipe são alguns outros objetivos que buscamos quando lançamos mão de uma dinâmica com o grupo.

É preciso sensibilidade e atenção à maneira como a turma responde e reage ao que você está propondo durante o encontro. Por isso, procure trazer leveza à formação, seja criativo(a) e flexível, pesquise sobre algumas dinâmicas e tenha-as na manga para os momentos que julgar necessário.

Lembre-se apenas do tempo e dos conteúdos planejados para o dia. As dinâmicas devem ser aliadas e não vilãs de seu cronograma. ;)

Atividades

Durante a jornada de formação do Pense Grande, temos inúmeras atividades individuais, em duplas ou em equipes. É fundamental estar atento(a) à maneira como os(as) jovens se comportam e reagem em cada atividade, buscando garantir o entendimento de todos(as) sobre o que estão fazendo, de que forma isso é importante para sua formação como empreendedor(a) e de que modo ajudará seu futuro empreendimento.

É importante também garantir que todos(as) participem durante as práticas, pois, dependendo do perfil do grupo, é ainda comum que poucos façam e o restante só observe. Se isso acontecer, lembre-os(as) de que isso não contribui em nada para o desenvolvimento pessoal e o do empreendimento, muito pelo contrário. =\

Passeie pelas equipes enquanto estiverem produzindo, converse com todos(as), procure instigá-los(as) quanto aos objetivos da atividade e como estão solucionando os desafios. Perceba se há troca e colaboração dentro e fora dos times – trocar experiências e ideias é fundamental para quem quer empreender.

Se houver dúvidas, procure trazê-las e respondê-las para toda a turma –

pode ser que outras pessoas tenham a mesma questão que foi perguntada a você. Caso as dúvidas não sejam pertinentes ao conteúdo que está sendo tratado, anote-as e diga que irá tratá-las no momento que forem trabalhar aquele assunto na formação. O importante é se sentirem ouvidos e terem suas dúvidas esclarecidas.

Durante as atividades, busque exemplos inspiradores de empreendimentos que unam empreendedorismo, tecnologia e impacto na comunidade (os três pilares do Pense Grande). O ideal é conseguir reunir alguns casos de empreendedores(as) que representem sua realidade local e que certamente tiveram desafios parecidos com os dos(as) jovens. Esses exemplos mais próximos podem ser uma grande fonte de inspiração para os(as) jovens, já que torna o sonho de empreender mais possível.

E o mais importante: divirtam-se! (com respeito e responsabilidade) ;)

Fechamento e próximos passos

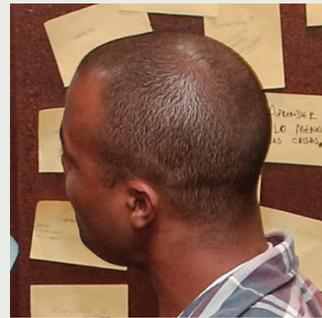
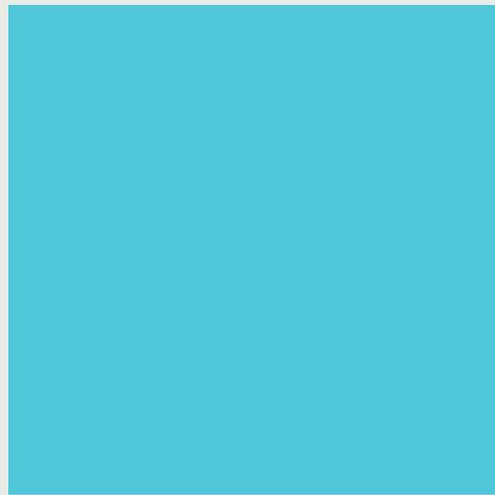
Sempre reserve um tempo ao final do encontro para fazer um bom encerramento. Nesse momento, podem surgir: os recados finais, a amarração dos assuntos trabalhados na oficina, as dúvidas (e suas resoluções), e os próximos passos — que podem ser o horário e data do encontro seguinte, o tema a ser abordado, uma atividade que precisa iniciar a preparação antes, entre outros.

Encerrar um encontro às pressas significará uma falta de preparo e adequação de seu planejamento ao tempo estipulado em cada oficina, e isso não é legal. Estime de cinco a dez minutos para o fechamento do dia e, se possível, termine com uma música bem bacana! \m/

Esperamos que aproveite muito este material e a jornada que se inicia aqui. Estamos muito felizes que você está tomando a iniciativa de levar esta formação para mais jovens no país e contribuindo para nosso sonho de difundir essa cultura de empreendedorismo que transforma as pessoas e as comunidades para melhor. MUITO OBRIGADA!

Aqueça o coração, alongue braços e pernas, respire fundo, Pense Grande e vambora! ;)

O indivíduo



Contexto

Ser jovem não é moleza... São inúmeras sensações, hormônios borbulhando, algumas certezas e muitas dúvidas. Os relacionamentos vão ficando mais complexos, é preciso lidar com a família, com a escola, com os amigos, com o dinheiro e com uma infinidade de coisas. Tudo ao mesmo tempo agora! É um momento de decisões importantes:

“O que você quer ser quando crescer?”

Até parece fácil responder uma pergunta dessas, né? Alguns já podem ter decidido o que desejam: ter um emprego formal, ter uma formação acadêmica, ter seu próprio negócio etc., mas muitos jovens passam boa parte da vida tentando descobrir a resposta...

Um(a) jovem de 15 ou 29 anos vive momentos e escolhas bem distintos, como: continuar na escola, terminar o Ensino Médio, passar no Enem, escolher uma faculdade, fazer um curso, pagar as contas, começar a trabalhar, entre tantos outros caminhos.

É também uma fase de muita potência e desejo de experimentar um monte de coisas. Nesse sentido, o Pense Grande quer que esses(as) jovens sejam protagonistas de suas vidas e conscientes de suas escolhas, estimulando-os(as) a terem uma **atitude empreendedora** e ir além. Com uma postura ativa, o(a) jovem pode se engajar em um **empreendimento com impacto social** que pode ajudar suas comunidades. Não é demais!?! ;)

Empreender, no Pense Grande, é criar soluções viáveis para problemas reais. É gerar novos modelos de negócios que darão origem às iniciativas inovadoras.

Antes de falarmos de empreendimento, negócio e afins, vamos olhar quem é esse(a) jovem: Quais são seus talentos, seus saberes e sua história? Qual seu momento de vida? Como se enxerga?

O Pense Grande vai ajudá-lo(a) a descobrir quem já é, quais são seus interesses, como elaborar um projeto de vida e concretizar seus objetivos.

A partir desse desafio, ele(a) mapeará quem são as pessoas que poderão apoiá-lo(a) nessa jornada empreendedora, construindo uma **rede de apoio** muito importante para seus objetivos.

A autodescoberta é o primeiro grande passo na jornada Pense Grande. Vamos nessa?

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Valorizar sua história de vida;
- _Estabelecer conexão consigo;
- _Revelar suas potências, exercitar sua autoimagem (presente e futuro) – despertar para uma autodescoberta;
- _Identificar quais são seus reais interesses e quais talentos que possui – potencializar uma eventual trajetória empreendedora;
- _Mapear quem são as pessoas que poderão ajudá-lo(a) nessa jornada empreendedora – construir uma rede de apoio;
- _Elaborar um projeto de vida – ter um planejamento de vida que identifique os objetivos e passos a serem dados para concretizá-los.

.....

Bora fazer!

Atividade 1:

Boas-vindas

ACOLHER,
APRESENTAR OS
PARTICIPANTES
E MAPEAR
EXPECTATIVAS
PARA A FORMAÇÃO
PENSE GRANDE.

AO FINAL DO
ENCONTRO,
SABEREMOS SE O
GRUPO CONSEGUIU
ACOLHER E COMO
ENCAMINHAR
AS DIVERSAS
EXPECTATIVAS
DURANTE A
FORMAÇÃO.



**TEMPO
ESTIMADO:**

30min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Blocos adesivos (post-it);
- _Cartolina ou flipchart;
- _Canetas;
- _Fita crepe ou similar.

#comofazer:

A_No espaço do encontro, faça com que todos(as) fiquem em pé e formem uma roda.

B_Dê as boas-vindas à formação do Pense Grande, diga seu nome e peça para que todos(as) se apresentem, dizendo o nome e a expectativa que possuem com relação à formação.

C_Peça que cada um(a) registre num post-it sua expectativa. Em uma parede (ou coluna ou lousa), todos(as) colarão esses post-its, formando um mural de expectativas.

D_Após as apresentações, faça um apanhado das expectativas (leia-as em voz alta) que esse grupo traz e quais podem ser os pontos comuns entre elas.

E_No final do primeiro encontro, durante o fechamento, revise-as e veja com o grupo quais expectativas conseguiram dar conta e quais necessitam de encaminhamentos para os próximos encontros. É importante que o grupo sinta que foi ouvido e que suas demandas serão cuidadas ao longo da formação.

Atividade 2: Você se lembra?

REVISITAR A HISTÓRIA DO(A) JOVEM, CONHECER MAIS A HISTÓRIA DO(A) OUTRO(A) E EXERCITAR O AUTOCONHECIMENTO.



TEMPO

ESTIMADO:

30min



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _Folhas sulfite;
- _Canetas;
- _Canetinhas coloridas;
- _Lápis coloridos;
- _Giz de cera.

#comofazer:

A_ Explique aos(às) jovens que para empreender é necessário se conhecer mais e melhor como indivíduos. Para isso, eles(as) começarão revisitando sua história, destacando os principais marcos de sua vida até aqui.

Esses marcos poderão ser registrados por meio de desenhos ou escrita, o formato que acharem mais confortável. Faça perguntas* que despertem a reflexão e resgatem momentos importantes da vida de cada um(a).

Deixe-os(as) tranquilos(as), o ideal é o espaço estar silencioso durante este período.

B_ Dê um minutinho para que reflitam, olhem para o que produziram e então os(as) convide para uma roda de conversa (as cadeiras podem estar em círculo). Peça aos(às) jovens que compartilhem com o grupo o que mais os(as) tocou – “O que mais mexeu com você neste exercício de rever sua história?”. É importante acolher todas as falas.

Nessa roda, os jovens terão a oportunidade de reconhecer eventuais pontos comuns, objetivos, dores etc.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Veja abaixo algumas sugestões de perguntas ativadoras.

- A_ Qual sua primeira lembrança?
- B_ Quais eram suas atividades favoritas? O que mais gostava de fazer?
- C_ Como era a sua casa, os arredores? Consegue descrever os detalhes dela?
- D_ O que queria ser quando crescer (profissão)?
- E_ Quem te inspirava?
- F_ Quem era seu(sua) professor(a) favorito(a)?
- G_ O que chamava sua atenção? O que não gostava?
- H_ Quem foi seu primeiro crush?

Se possível, peça ao grupo para pensar esses marcos por tempo: 0 a 7 anos, 8 a 14 anos e 15 a 21 anos.

.....

Atividade 3: IKIGAI

APOIAR O(A) JOVEM
A RECONHECER
O QUE O(A) FAZ
VERDADEIRAAMENTE
FELIZ, O QUE
TRAZ REALIZAÇÃO
E ENCONTRAR
SUA VERDADEIRA
VONTADE.



**TEMPO
ESTIMADO:**

60min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Folha modelo IKIGAI;
- _Canetas;
- _Folhas sulfite;
- _Folhas de flipchart;
- _Canetões.

Esta atividade foi desenvolvida e utilizada pelo Projeto Arrastão, um dos parceiros do Pense Grande em São Paulo.

IKIGAI, em japonês, significa “Razão de Ser”. É “o” ponto, a essência do que você é, o propósito para a sua existência. E esse ponto está relacionado ao encontro entre O QUE SOMOS e O QUE FAZEMOS.

O que somos está ligado a nossas crenças, relacionamentos, nossa cultura etc., enquanto que o que fazemos refere-se ao nosso trabalho, vocação, profissão, lazer etc.

Em uma sociedade mais industrial, “moderna” como a nossa, o IKIGAI relacionará o ser humano e o trabalho. Portanto, para encontrarmos esse “ponto”, é preciso descobrir as respostas para:

O que você faz bem?

O que você ama?

O que o mundo precisa?

O que você pode ser pago para fazer?

#comofazer:

A_ Peça à turma para que se divida em duplas, que serão escolhidas de forma aleatória.

B_ Serão quatro rodadas de 10 minutos cada, nas quais cada pessoa da dupla terá cinco minutos para entrevistar o(a) outro(a). Depois, troca o(a) entrevistador(a).

Rodada 1 - Pergunta: O que você ama?

Os jovens poderão listar o que mais gostam, mas há uma coisa, algo que AMA, ou seja, que está acima das demais, aquela que aquece o coração mais que tudo. É essa! Coloque-a no lugar mais central do coração e anote. É isso o que você ama! <3

Rodada 2 - Pergunta: O que você faz bem?

Essa é uma pergunta importante, pode ser mais fácil ou difícil respondê-la. Não vale dizer: "Dormir!". Porque dormir possivelmente não gerará nenhuma ação que mude o mundo a sua volta. Todos(as) têm algo que faz melhor: escutar as pessoas, dar conselhos, conversar, praticar um esporte, tocar um instrumento, dançar, estudar um determinado assunto, construir algo e assim por diante.

Rodada 3 - Pergunta: O que você pode ser pago pra fazer?

Ok, você pode até ser pago para dormir, para testar colchões (ou algo do gênero), mas a ideia aqui é levantar ações que vão beneficiar não só você, mas também outras pessoas. A partir dos seus interesses, de suas paixões, o que poderia ser pago para fazer bem? Há uma infinidade de possibilidades, você pode (e deve) pensar grande! ;)

Rodada 4 - Pergunta: O que o mundo precisa?

O mundo precisa de pessoas reais. O mundo precisa de super-heróis/heroínas. Ele é feito por um monte de gente e que tem também suas dores. Ao falarmos de propósito de vida, estamos falando de que forma nós podemos contribuir para um mundo melhor – como retribuir os recursos que utilizamos em nosso dia a dia, como cuidá-lo para as gerações presentes e futuras.

Nessa etapa é importante pensar grande, sem dúvida, mas sem perder de vista que esse “mundo” pode ser o nosso entorno, a nossa comunidade, o nosso bairro, nossa cidade. Pensar grande é, sobretudo, olhar para as questões que nos afligem, que, se não cuidadas, fazem de nosso entorno um lugar muito ruim. É possível sim um olhar mais amplo, mas sem perder o que está a nossa volta.

Para uma compreensão do todo, vale distribuir uma folha modelo do IKIGAI com essas quatro dimensões, assim os(as) jovens terão uma ideia mais ampla de suas reflexões e escolhas.

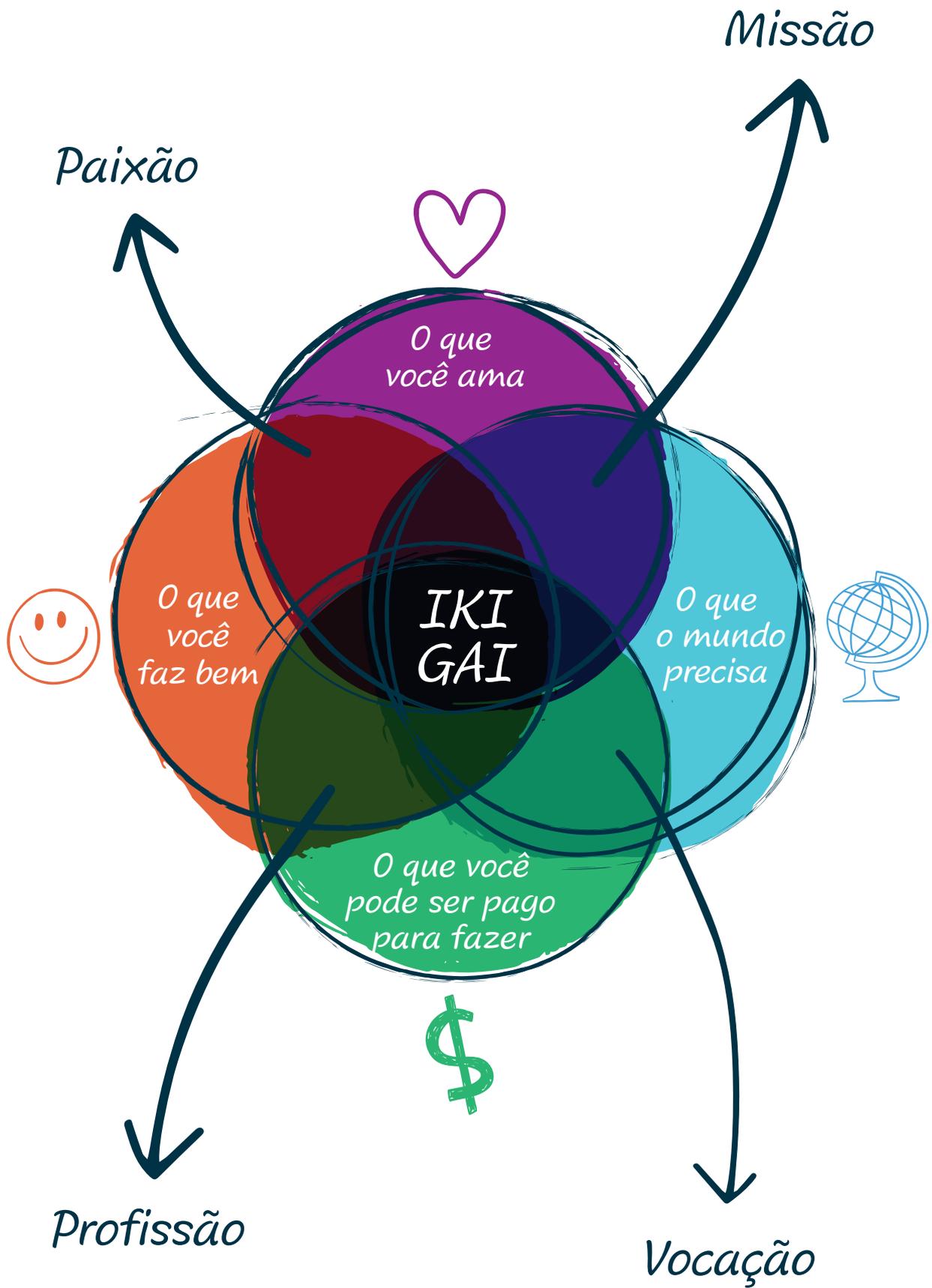
C_Realizadas as entrevistas, chegou o momento de fazer as amarrações necessárias para que os(as) jovens vejam que a intersecção de suas respostas é seu IKIGAI/razão de ser.

Instigue o grupo a falar sobre suas reflexões e escolhas, deixe os(as) jovens dizerem como chegaram a essas conclusões. É importante ouvi-los(as) e valorizar esse momento.

A partir das falas e de sua mediação, cada jovem conseguirá construir seu IKIGAI. Para isso, trataremos de quatro instâncias que derivam das perguntas feitas inicialmente: *Paixão, Missão, Profissão e Vocação*

A grande reflexão é como misturarmos essas quatro instâncias de nossa vida. A partir disso, qual o seu IKIGAI?

D_Mais do que o resultado, essa atividade tem em seu processo reflexivo sua grande riqueza. É um mergulho profundo e importante dos jovens em suas vidas. Durante a formação e nas atividades desenvolvidas, revisitar o IKIGAI será fundamental – a escolha por empreender algo só fará sentido se estiver ligada também à sua vocação, ao seu propósito de vida.



Exemplo da atividade IKIGAI
(Projeto Arrastão)

Atividade 4:

Você é seu(sua) super-herói/heroína

PROVOCAR NOS(AS)
JOVENS UMA
REFLEXÃO SOBRE
SUAS HABILIDADES E
INTERESSES.

COLABORAR NA
DEFINIÇÃO DE
POSSÍVEIS TEMAS
COM OS QUAIS OS(AS)
JOVENS DESEJAM
EMPREENDER
DURANTE A
FORMAÇÃO.



**TEMPO
ESTIMADO:**
60min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Folha modelo (molde);
- _Canetinhas;
- _Tesouras/Estiletas;
- _Colas;
- _Lápis;
- _Borrachas.

#comofazer:

Um paper toy é um brinquedo feito de papel, como, por exemplo, um avião de papel ou umorigami. Essa atividade é uma adaptação da “Super Cachola”, proposta por uma das parceiras do Pense Grande, a CEDEDICA Vale.

A_Cada participante recebe um molde para montar um paper toy.

B_Com o molde em mãos, utilizarão canetas, canetinhas, lápis, giz de cera e outros para desenhar e montar seu paper toy. Os(as) jovens devem criar um alter ego, um(a) super-herói/heroína, a partir de seu superpoder (suas melhores habilidades). Esse(a) super-herói/heroína também deve ter uma causa pela qual vai atuar.

C_Informe ao grupo que o paper toy será muito importante durante sua trajetória na formação: esse superpoder e causa/interesse vão ajudar os(as) jovens na definição de seu empreendimento nos próximos encontros.

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Caso algum(a) jovem encontre dificuldade de reconhecer seu superpoder e causa, temos alguns exemplos que podem estimulá-los(as) na atividade. Confira abaixo!

Superpoderes

Mestre Hacker - saca tudo de informática, tecnologia, internet;
Gêni@ da Oratória - fala bem em público;
Senhor(a) das Imagens - se vira na fotografia, ilustração, vídeo;
Lacrador(a) do Rolê- sempre por dentro das tendências e causando;
Engenheiro(a) Master - sabe montar e desmontar qualquer coisa;
SuperPop - conhece Deus e o mundo, tem mil contatos;
Ninja - domina as artes corporais: dança, esportes, lutas;
Sabidão/Sabidona - manja de tudo, mantém a calma, lacra nas provas;

Causas

Quais causas os(as) jovens querem abraçar? Lutar por algo que se identifiquem, que acreditem, que se interessem. Seja qual for a causa escolhida, que ela seja sempre por um mundo melhor. Nesse sentido os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ou ODS) podem ser uma ótima inspiração. Confira na seção Saiba Mais.

Listamos abaixo algumas causas que podem auxiliar na atividade:

Mulherada unida - "Mais direitos iguais e menos violência de gênero!"

Os animais somos nozes - "Lutar com pelos, com patas, com penas!"

Igualdade Social - "Contra as injustiças do sistema!"

Mundo sem racismo - "Black is beautiful!"

Bloco da alegria - "A gente quer comida, diversão e arte!"

Criança é pra brincar - "ECA na mão e ideias na cabeça!"

Liberdade para <3 - "Eu sou livre para amar quem eu quiser!"

Mundo Verde - "O planeta é nossa casa!"

.....

Atividade 5:

Não estamos sozinhos

IDENTIFICAR AS REDES DE APOIO DO(A) JOVEM NO INÍCIO DE SUA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA – QUEM ESTÁ PRÓXIMO E PODE AJUDÁ-LO(A) EM SEUS PROJETOS DE VIDA.

IDENTIFICAR UMA REDE COLETIVA QUE APOIE O GRUPO EM SEUS FUTUROS EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:
30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Canetas;
- _Folhas sulfite;
- _Folhas de flipchart;
- _Canetões;
- _Lápis de cor e giz de cera (se possível);
- _Fita crepe.

#comofazer:

A_Cada participante deverá listar três pessoas que sempre estiveram ao seu lado.

B_Depois, ele(a) listará três pessoas que considera as mais influentes em sua vida (e que conhece pessoalmente) – por exemplo, amigos, professores, alguém de seu bairro etc.

C_Peça para os(as) jovens listarem outras três pessoas que também conhecem pessoalmente e que consideram bem conectadas – por exemplo, pessoas bastante ligadas às tecnologias, tendências, que consomem muita informação, que estão ligadas a diversos grupos e pessoas etc.

D_Por último, eles(as) devem listar três pessoas que querem conhecer e que também podem ajudá-los(as) a realizar seus projetos. Cada jovem terá uma lista com 12 nomes.

E_Com a lista em mãos, os jovens agora irão remontá-la visualmente para terem uma noção clara do grau de proximidade de cada uma das pessoas listadas. Para isso, os(as) jovens devem desenhar uma espécie de teia em que eles(as) se colocam no centro. As pessoas listadas serão colocadas ao redor do nome do(a) jovem. As que estão em um contato mais direto devem ser colocadas bem perto do(a) jovem e as que estão mais distantes devem ser colocadas mais longe.

F_Agora que todos(as) têm sua lista de potenciais apoiadores, peça para que o grupo compartilhe alguns nomes de sua rede de relações – você pode perguntar aleatoriamente dentre os mais influentes, mais próximos e quem gostaria de conhecer.

Nessa colheita, estabeleça com o grupo possíveis conexões. Como esses nomes se conectam entre si? Há algum ponto comum, algo ou alguém que os una? A conexão pode se dar pelo tipo de atividade que desenvolvem, pelo local onde moram, com quem se relacionam etc. Para registrar essas informações, utilize uma lousa, algum editor de imagens ou até mesmo uma folha grande, por exemplo, de flipchart. Se possível, deixe esse mapeamento afixado na sala durante toda a formação – poderá ser útil nas próximas etapas da formação.



Exemplo de aplicação da atividade
"Não estamos sozinhos".

Atividade 6: Começando um projeto de vida

APOIAR OS(AS)
JOVENS A
IDENTIFICAREM
QUAIS SÃO SEUS
OBJETIVOS DE VIDA.



**TEMPO
ESTIMADO:**

40min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

_Folha modelo;
_Canetinhas;
_Canetas;
_Lápis;
_Borrachas.

#comofazer:

A_Cada jovem receberá a folha modelo (figura abaixo) que contém uma estrada em perspectiva. Essa estrada representa um dos muitos caminhos que poderá seguir durante a vida, afinal ela não é uma linha reta. ;)

Divida a atividade em duas etapas.

B_Na primeira etapa, os(as) jovens indicarão seus objetivos no curtíssimo (em seis meses), curto (em um ano), médio (em cinco anos) e longo prazo (em dez anos). Em cada período, dê cinco minutos para que registrem seus objetivos.

No desenho, eles(as) indicarão quais são seus objetivos nesses intervalos de tempo, ou seja, os de curtíssimo prazo (seis meses) estarão mais próximos do começo da estrada, os de um ano, um pouco mais à frente (em direção ao horizonte e às montanhas) e assim por diante. Essa representação gráfica é importante, pois mostra não apenas o tempo, mas o tamanho do caminho a percorrer.

C_Após registrarem os quatro objetivos (desejos) para os próximos dez anos, é preciso organizar como vão concretizá-los. Peça para os(as) jovens listarem as atividades que farão com que alcancem cada um desses objetivos.

Colocar-se um objetivo é fácil, por exemplo, “quero emagrecer 10 kg”. Mas de que maneira conseguirá isso? Essa é a magia, ou melhor, o plano para atingir cada objetivo proposto. Se deseja emagrecer 10 kg, a pessoa precisará listar quais ações tomará para isso, como:

A_ Procurar um médico;

B_ Realizar uma atividade física alguns dias por semana (de acordo com a recomendação médica). Dizer qual atividade – de preferência a que mais se gosta – quais tem condições físicas de fazer, onde, em que período do dia etc.;

C_ Procurar um(a) nutricionista para fazer uma reeducação alimentar;

D_ Ser mais ativo(a), por exemplo, ir para a escola a pé ou de bicicleta etc.

D_Ao final, ajude-os a fazer a ligação entre os objetivos que querem alcançar e como seu(sua) super-herói/heroína o(a) ajudará nesse projeto – os interesses e “o que sei bem fazer” serão fundamentais nessa caminhada.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Aqui é muito importante provocá-los(as) para que saiam das respostas óbvias, por exemplo, “Ah, juntando dinheiro” ou “Vou entrar num curso” ou ainda “Fazer um exercício”.

É preciso que explicitem e aprofundem os “comos”, caso contrário não terão a dimensão de suas responsabilidades para atingir esses objetivos.

Incentive que listem atividades mais detalhadas e específicas possível, como: “Pretendo juntar dinheiro economizando nas minhas saídas semanais, deixando de gastar toda semana com uma balada” (ou outro divertimento); ou “Entrarei num curso de linguagem de programação para aprender mais sobre a área que desejo atuar profissionalmente”; ou “Farei caminhadas quatro vezes por semana após chegar da escola”.

Quanto mais específico, mais fácil saber por onde começar e saber se a atividade foi realizada.

.....

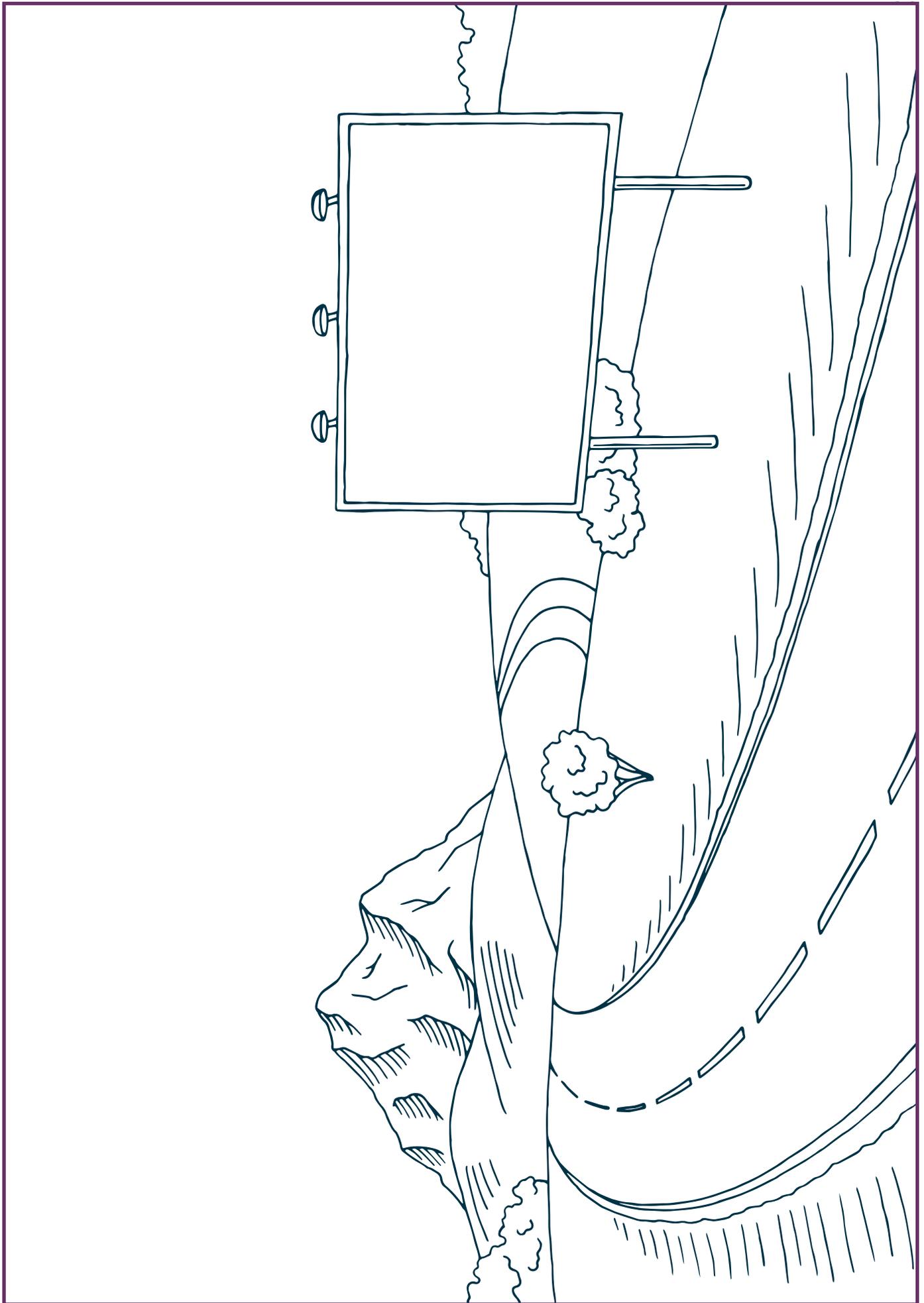


Ilustração modelo.

Atividade complementar 1: Vida de #hashtags

LEVANTAR INFORMAÇÕES SOBRE COMO O(A) JOVEM ENXERGA A SI MESMO(A) E SEU ENTORNO E COMO OS OUTROS O(A) ENXERGAM, GERANDO AUTOCONHECIMENTO E REFLEXÃO SOBRE SUA IDENTIDADE E SUA REGIÃO. INCENTIVAR UMA LEITURA CRÍTICA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO E ESTIMULAR UM OLHAR ANALÍTICO SOBRE O LUGAR ONDE OS(AS) JOVENS MORAM, PROMOVEDO A CAPACIDADE DE APONTAR DEMANDAS E DILEMAS LOCAIS.



TEMPO ESTIMADO:

50min



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _Folha modelo;
- _Jornais e Revistas;
- _Colas e Tesouras;
- _Canetas e canetões.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 3 (Ikigai). O Vale do Jequitinhonha foi o território pioneiro dentro do Programa Pense Grande no trabalho com #hashtags para auxiliar no processo de autoconhecimento dos jovens.

#comofazer:

A_De uma forma simples e breve, pergunte se o grupo se lembra de alguma #hashtag da internet. Leve também alguns exemplos, caso o grupo não se recorde. Exemplos: **#PenseGrande**, **#empreendedores**, **#juventudeAtiva**, **#tamujunto**.

B_Peça para que se reúnam em grupos de até quatro pessoas. Uma sugestão para organizá-los é pedir que se agrupem a partir de superpoderes comuns, listados na atividade “Qual é seu superpoder?”.

C_Os participantes receberão uma folha (se possível no tamanho A3), dividida em quatro seções:

Em “Como a mídia nos vê” a ideia é levantar exemplos de como o local onde os(as) jovens moram (bairro, cidade) é retratado pelos jornais, TVs, internet etc. É um mergulho nos dilemas ou potências que sua região tem.

Já “Como nossas famílias nos veem” e “Como nós realmente somos” são reflexões mais individuais (de dentro para fora), enquanto que os outros dois são olhares de fora para dentro.

D_Em cada quadrante, os grupos preencherão os espaços com imagens que os represente, retiradas de revistas e jornais. Em seguida, peça para que identifiquem as principais imagens com #hashtags.

E_Após preencherem os quadrantes, peça para que cada grupo apresente o que produziu. É importante que explicitem seus pontos de vista, o porquê das imagens escolhidas e como se sentem a partir disso.

Algumas perguntas podem ajudar nessa reflexão:

- _ “O que chamou a atenção do grupo nesta atividade?”*
- _ “Alguma coisa despertou a reflexão depois que as imagens foram escolhidas? Houve alguma surpresa, alguma revelação para o grupo?”*
- _ “Como é se enxergar através do outro? Algo chamou a atenção de vocês?”*
- _ “Você já tinha parado para pensar em suas características e na forma como os outros te veem? Que diferença isso pode fazer em sua vida?”*
- _ “Há algum aspecto que te define que você gostaria de transformar?”*

Diga aos jovens que esse exercício de olhar o outro (e ser olhado) será muito trabalhado a partir do Tema 4 desta formação, quando falaremos sobre Empatia.

Para finalizar a atividade, realize um debate com os grupos, sistematizando as principais #hashtags que identificam a turma.

COMO NOSSAS FAMÍLIAS NOS VEEM:

COMO O MERCADO DE TRABALHO NOS VÊ:

COMO A MÍDIA NOS VÊ:

COMO NÓS REALMENTE SOMOS...

Atividade complementar 2: Qual é o seu superpoder?

“EM QUE VOCÊ
É BOM(BOA)?”
DESPERTAR E
RECONHECER NOS(AS)
JOVENS QUAIS SÃO
SEUS TALENTOS,
POTÊNCIAS E
INTERESSES.

IDENTIFICAR O QUE OS
UNE E O QUE PODEM
APRENDER UNS COM
OS OUTROS.

AO FINAL DA
ATIVIDADE,
TEREMOS UMA REDE
DE INTERESSES
E SABERES,
QUE PODERÁ
CONTRIBUIR PARA O
DESENVOLVIMENTO
DO EMPREENDIMENTO
NOS PRÓXIMOS
ENCONTROS.



**TEMPO
ESTIMADO:**
40min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**
_Rolo de barbante.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 3 (Ikigai) ou atividade 4 (Você é seu(sua) super-herói/heroína).

#comofazer:

A_ Com a turma em pé, distribua um rolo de barbante para um(a) dos(as) jovens. Ele(a) começa a atividade respondendo a três perguntas:

A_ Quem é você?

B_ O que te inspira a estar aqui? Por que você acorda todos os dias e faz o que você faz?

C_ Qual seu superpoder?

B_ Ao final da fala, esse(a) jovem passará o rolo de barbante para outra pessoa que iniciará sua apresentação. A atividade termina quando todos(as) se apresentarem.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Veja abaixo algumas perguntas ativadoras que podem ser usadas:

A_ Em “Quem é você?”, pergunte ao(à) jovem qual seria a #hashtag que o(a) define ou, ainda como se definiria com um tuíte (uma frase bem curta e objetiva). Lembramos que no Twitter cada “tuitada” tem, no máximo, 140 caracteres.

B_ Em “O que te inspira a estar aqui? Por que você acorda todos os dias e faz o que você faz?”, queremos saber a real motivação desse(a) jovem para estar no Pense Grande. A ideia é que as respostas se conectem às expectativas apresentadas na atividade anterior.

C_ “Por que você escolheu estar no Pense Grande?” pode ser um ótimo disparador para essa reflexão, além de apontar os interesses para assuntos e temas que poderão compor os próximos encontros da formação.

D_ “Qual seu superpoder?” tem muito a ver com o que de melhor esse(a) jovem sabe fazer ou conhece. Pode estar relacionado a sua vida pessoal – como, por exemplo, saber tocar um instrumento musical – ou a uma característica de sua personalidade, por exemplo, ser um(a) bom(oa) ouvinte. Pode também estar relacionado à escola ou à família.

.....

saiba mais



1

A importância do autoconhecimento na juventude. Leia no Blog do Colégio Elvira Brandão, na seção Blog dos Colégios do jornal O Estado de S. Paulo: <https://goo.gl/gokorS>

2

É possível ter um projeto excelente de vida? Veja o que Seiiti Arata Jr. tem a dizer. Acesse: <https://goo.gl/ZGd8Rc>

3

A Endeavor Brasil debate sobre a importância do autoconhecimento para o empreendedorismo e traz algumas ferramentas para esse processo. Acesse: [**https://endeavor.org.br/autoconhecimento**](https://endeavor.org.br/autoconhecimento)

4

A Fundação Lemann desenvolveu a pesquisa “Projeto de Vida”, com o objetivo de entender o que se ensina nas escolas e o que os jovens precisam para seguir em suas vidas. Acesse: <https://goo.gl/85EfDz>

5

O filme “Eu Maior” faz provocações importantes como “Quem sou eu?” e “Para onde eu vou?”. Vale muito a pena assisti-lo! Está completo e disponível em: <https://goo.gl/HxiYA1>

6

O canal Game Over mostra como montar um paper toy. Acesse: <https://goo.gl/PmXfeK>

7

Conheça o que são os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Acesse: <https://goo.gl/YWkLYs>

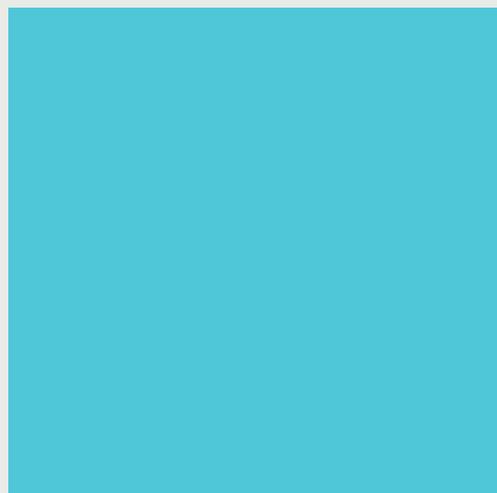
8

Conheça o CEDEDICA, parceiro do Pense Grande no Vale do Jequitinhonha: <http://cededica-vale.com.br/site>

9

Conheça o Projeto Arrastão, parceiro do Pense Grande em São Paulo: <http://arrastao.org.br>

Empreendedorismo & Tecnología



Contexto

Vimos que o início de uma jornada empreendedora passa por um momento de autodescoberta, de olhar para si e reconhecer suas potencialidades e conectá-las com as necessidades do mundo, com causas reais. E que, para cada objetivo em sua vida, seja pessoal ou profissional, é preciso muita dedicação e uma atitude diferenciada... uma atitude empreendedora!

Trata-se ainda de conquistar novas aptidões e repertório que ajudem os(as) jovens a desenvolverem novos modelos de negócio e com isso conquistem mais autonomia e capacidade de superação – individual e de seu entorno.

E o que é ter uma atitude empreendedora?

Para estimularmos um comportamento empreendedor, ou seja, do(a) jovem assumir a liderança da própria vida e de suas escolhas, é preciso desenvolver um conjunto de características e habilidades individuais, que entendemos como atitude empreendedora:

- A_ Ter um olhar atento para enxergar as oportunidades e desafios a serem resolvidos a sua volta, apresentando soluções possíveis;*
- B_ Ter espírito crítico para desafiar o senso comum e criar oportunidades para desenvolver soluções inovadoras e possíveis para esses desafios;*
- C_ Usar as ferramentas e recursos disponíveis – mesmo que não sejam as ideais – e reconhecer as possibilidades de como a tecnologia pode apoiar o empreendimento;*
- D_ Se mexer para fazer acontecer, colocar a mão na massa, ter capacidade de execução e ser proativo(a).*

No Pense Grande, empreendedorismo é muito mais que geração de renda – é também ter uma atitude empreendedora na vida! É uma possibilidade de futuro, de desenvolver soluções que melhorem a própria vida e de sua comunidade, de ampliar seus caminhos.

Onde a tecnologia encontra o empreendedorismo?

Para muitos jovens, o Pense Grande é o primeiro contato com temas, como empreendedorismo, projeto de vida e tecnologia. Sua participação no programa representa uma importante oportunidade na ampliação de seu repertório. O(a) jovem se empodera frente às tecnologias e aprende a usá-las a favor de suas ideias e projetos. Não é à toa que a tecnologia representa um dos três pilares do Pense Grande. O termo tecnologia, de origem grega, é formado por tekne (“arte, técnica ou ofício”) e por logos (“conjunto de saberes”). É utilizado para definir os conhecimentos que permitem fabricar objetos e modificar o meio ambiente, com vista a satisfazer as necessidades humanas (<http://conceito.de/tecnologia>).

A utilização da **tecnologia** deixa de ser algo acessível e/ou compreensível apenas para aqueles que têm mais dinheiro e formação de boa qualidade. Ao aprender melhor sobre o funcionamento por trás de aparelhos, como smartphones, computadores, tablets e outros **gadgets**, é possível transformá-los em ferramentas úteis para nossos empreendimentos. Deixamos de nos relacionar apenas com os objetos ‘prontos’ e passamos a mobilizar a inteligência e lógica dos aparatos tecnológicos, a fim de se tornarem úteis para nós.

O Pense Grande ajuda os(as) jovens a colocarem-se na posição de desenvolvedores de tecnologia, estimulando-os(as) a gerarem empreendimentos para resolver necessidades de suas comunidades, criando produtos ou serviços que utilizem, preferencialmente, meios digitais ou eletrônicos.

É possível chamar de 'tecnologia' a uma infinidade de procedimentos que apenas os humanos são capazes de realizar para melhorar suas vidas. Às vezes, achamos que tecnologia se refere apenas aos nossos aparelhos eletrônicos supermodernos. Entretanto, podemos chamar de 'tecnologia' a todo o conhecimento empregado, por exemplo, pelo homem pré-histórico para confeccionar sua roupa.

No Pense Grande, estamos muito interessados no que se convencionou chamar de **'novas tecnologias de informação e comunicação'**, que passaram a ser desenvolvidas em meados da década de 1970 e, mais especialmente, da década de 1990 até nossos tempos. O uso das novas tecnologias tornou muito mais rápida e horizontal a comunicação devido aos meios digitais e da comunicação em redes, especialmente a internet. Todos os processos de comunicação, como captação, transmissão e distribuição de informação, ficaram muito mais ágeis e acessíveis.

Hoje em dia, muita gente tem um celular que tira foto, faz vídeo, acessa a internet e, obviamente, faz ligação. Tudo isso interligado? Pois bem, todo esse 'pacote' pertence às novas tecnologias de informação e comunicação. E para quem acha que mexer com esse tipo de tecnologia é só para grandes cientistas ou grandes empresas, o Pense Grande está aqui para quebrar esse mito e incentivar os(as) jovens a montar, desmontar e inventar com as novas tecnologias, que podem ajudar e muito nossos projetos a ganhar o mundo.

Nós bem sabemos que muitas iniciativas nem saem do papel, porque seus(suas) idealizadores(as) acham, de forma equivocada, que é preciso um caminhão de dinheiro e recursos para executá-las. Para a maioria dos casos, isso não é verdade. Muitas vezes, é possível começar com bem pouco e ainda contar com uma rede de apoio e parceiros para ajudá-los(as). Existem recursos e ferramentas bem mais acessíveis, por causa da tecnologia, que podem impulsionar e viabilizar o empreendimento.

Gambiarra

Há um tipo de tecnologia muito comum na cultura brasileira, principalmente em comunidades periféricas, que está muito alinhada com nosso objetivo de resolver necessidades e problemas por meio de soluções inovadoras com recursos acessíveis: a gambiarra! E é por isso que valorizamos e incentivamos essa prática dentro do Pense Grande.

Gambiarra é uma maneira de usar ou construir artefatos, por meio de uma atitude de diferenciação, improvisação, adaptação, ajuste, transformação ou adequação sobre um recurso material disponível, com o objetivo de solucionar uma necessidade (coletivo Gambiarra, 2016).

Uma gambiarra é sempre feita com outros objetos já existentes que são recompostos de tal forma que ganham outro uso, fruto de alguma necessidade específica que surgiu. Por exemplo, a haste dos óculos de grau quebrou e precisamos 'dar um jeito' imediatamente. Logo, pegamos, uma lapiseira (objeto já existente) e colocamos no lugar da haste quebrada, resolvendo um problema e dando um uso completamente diferente para o objeto lapiseira. Às vezes, recorre-se a uma gambiarra porque a tal da haste dos óculos saiu de fabricação ou simplesmente não possuímos dinheiro para comprar outra e temos criatividade suficiente para pensar em uma solução.

Os motivos são muitos, mas sempre se relacionam a uma demanda que surge e uma solução que se cria para dar 'aquele jeitinho'. Já ouviu falar no "se vira nos 30"? É bem por aí... ;) Existem ainda gambiarras que deram tão certo ao ponto de virarem um produto. Um bom exemplo é o "T", mais conhecido como "benjamim", aquele dispositivo que permite ligar diversos aparelhos em uma tomada só.

Gambiarra representa uma capacidade de gerar um resultado utilizando-se daquilo que se dispõe, diferenciando-se pelo improvisado. Onde há uma gambiarra, existe um potencial para a inovação.

A gambiarra pode ser uma importante aliada no empreendimento, pois é possível começar uma ideia com os recursos que se possui. Aprende-se com as tentativas, com o erro, com a mão na massa, tem-se o foco na resolução de um problema com aquilo que se tem à mão.

Quando falamos em gambiarra, lembramos de trazer outros conceitos importantes que também conversam com o DNA do Pense Grande: a cultura hacker e a cultura maker.

Cultura hacker

Quando falamos em **hacker**, muitas vezes associamos apenas a coisas negativas, ilícitas ou até criminosas. A confusão é comum, mas incorreta – quando queremos designar uma ação dessa natureza, o termo correto é cracker!

O termo hacker tem sua origem no final da década de 1950, início da década de 1960, quando alunos do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) começaram a utilizar o computador da universidade sem se limitar às restrições impostas pela instituição. Esses alunos eram muito curiosos e estavam interessados em usar as máquinas em suas máximas possibilidades, explorando-as livremente para criar artefatos, os hacks, que inicialmente não tinham nenhuma utilidade imediata. Mas, ao longo do tempo, representaram enormes saltos no mundo da programação computacional.

É nesse ponto que a cultura hacker se encontra com o empreendedorismo, pois para empreender é preciso pensar de maneira diferente e fora da caixa, a fim de solucionar um desafio. Além disso, para criar um empreendimento é preciso estudar profundamente um tema (e seu público), ter curiosidade e experimentar. Quando prestamos atenção aos lemas do(a) hacker, notamos que os(as) empreendedores(as) também podem se beneficiar deles!

Os Lemas da Ética Hacker

- 1_ “Acesso ao computador e qualquer coisa que possa ensinar algo sobre como o mundo funciona deve ser ilimitado e total”;
- 2_ “Toda informação deve ser livre”, pois o(a) hacker precisa de informação para melhorar aquilo que precisa ser melhorado;
- 3_ “Promover a descentralização”: quanto mais disseminado o conhecimento e as técnicas dominadas por uma pessoa, melhor será para o restante experimentar e produzir novas soluções;
- 4_ “Hacker deve ser julgado(a) pelo seu hacking”, ou seja, sua contribuição deve ser avaliada baseando-se somente no que foi produzido e não por critérios, como idade, ter um diploma ou outros;
- 5_ “Você pode criar arte e beleza com o computador”, que garante a liberdade de invenção para o(a) hacker, deixando-o(a) livre para contribuir no setor que quiser;
- 6_ “Computadores podem mudar sua vida para melhor”.

(Fonte: Wikipédia)

Faça Você Mesmo (do inglês **Do It Yourself – DIY**)

O **DIY**, como o nome já indica, propõe que as pessoas arregacem as mangas e botem a mão na massa para construir, reformar, consertar e produzir objetos e projetos que, aparentemente, só poderiam ser feitos por especialistas. O DIY contempla uma infinidade de propostas, que vão desde fazer uma boneca de pano até reformar uma casa ou construir um barco, fazer uma luminária ou consertar uma máquina de lavar.

Cultura maker

A cultura maker é um desdobramento da cultura DIY. A grande diferença é que a primeira tem uma ênfase no uso das novas tecnologias e no compartilhamento dos processos na produção de objetos físicos. Um(a) maker se beneficia do fato de que hoje em dia os aparatos tecnológicos são

muito mais baratos. E tão importante quanto o fator econômico é o fato de que os(as) makers trabalham com **hardwares** e **softwares** abertos. Isso quer dizer que as informações estão disponíveis para todos que quiserem incorporá-las e modificá-las, o que faz com que os(as) makers se sintam motivados(as) a construir e compartilhar suas descobertas em sites, blogs, vídeos no Youtube e fóruns virtuais de discussão.

O movimento maker gera novas e inusitadas aplicações da tecnologia, além de fazer fusões também surpreendentes de universos que, a princípio, estariam separados. Por exemplo, o conhecimento sobre hidráulica e a programação de computadores para produzir um determinado objeto ou a mistura de saberes da engenharia ao mundo do design. Na África, jovens quenianos criaram incubadoras para hospitais de Nairóbi. Você consegue imaginar em quantos lugares eles foram buscar conhecimento?

Além das interações online, é muito comum encontrarmos no movimento maker espaços sociais chamados de **hackspaces** ou **fab labs**, que podem ser uma garagem, um centro cultural, uma sala de aula... São locais equipados com as mais variadas máquinas de fabricação digital, como as impressoras 3D, cortadoras a laser, mesas de marcenaria, máquinas de costura e, claro, computadores!

Dá para perceber que um(a) empreendedor(a) só tem a ganhar incorporando o modo de ser hacker e maker? Porque ter atitude empreendedora é ser proativo(a) e se dedicar a resolver um problema ou atender uma necessidade, gerando soluções que se sustentam no tempo. Todo mundo pode ser maker: é preciso experimentar, saber que se tem a capacidade de realizar e criar. Todo mundo pode ser hacker: é preciso pesquisar, ser curioso(a), estudar como a tecnologia ajuda a melhorar ou resolver um problema.

E tudo isso é mais possível do que parece! É o que veremos neste tema.

O foco da cultura maker é o aprender fazendo em um ambiente coletivo, compartilhando em rede as novas descobertas para que qualquer pessoa no mundo possa também reproduzir e recriar processos.

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _ Identificar o que é atitude empreendedora e como ela pode potencializar sua vida;
- _ Ter a confiança de que é possível empreender com tecnologia;
- _ Descobrir que o(a) jovem é capaz de desenvolver tecnologias e não apenas consumi-las;
- _ Entender mais sobre a cultura hacker, a cultura maker e a gambiarra.

.....

Bora fazer!

Atividade 1: Atitude empreendedora

DISCUTIR COM OS(AS) JOVENS SUAS PERCEPÇÕES SOBRE O QUE É E COMO TER ATITUDE EMPREENDEDORA NA VIDA, QUAIS AS CARACTERÍSTICAS DE UM(A) EMPREENDEDOR(A) E INSPIRÁ-LOS(AS) PARA O EMPREENDEDORISMO.



TEMPO ESTIMADO:

30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computador;
- _Caixas de som;
- _Projetor ou TV.

#comofazer:

A_Com o grupo sentado (se possível, disponha as cadeiras em um semicírculo), passe os dois vídeos inspiradores abaixo sobre Empreendedorismo Social Jovem. Peça para que cada um, a sua maneira, diga o que é ter uma atitude empreendedora na vida.

Vídeo 1: Mel Duarte (@melduarte poesia), poeta e produtora cultural em SP que tem muito a dizer sobre escolher seus caminhos. Aquece o coração e a alma <3. Link para o vídeo: <https://goo.gl/7K5FWd>

Vídeo 2: Bruno Capão, morador no Morro do Piolho na cidade de SP, conta sobre a Laje Ducorre e o que é empreender para ele. É emocionante! Link para o vídeo: <https://goo.gl/ypUmDA>

Importante: sabemos das limitações técnicas que podem existir em cada localidade, mas valerá muito a pena se conseguir um computador, caixinhas de som e um projetor ou TV. Se você não tiver esses equipamentos à disposição, tente consegui-los emprestado com alguém. Recomendamos também baixar os vídeos na preparação da atividade, para não depender da internet na hora.

B_Momento de reflexão em silêncio para que absorvam as mensagens e informações dos vídeos.

C_Faça uma breve reflexão com o grupo todo sobre os vídeos. Pergunte aos(às) jovens que ponto do vídeo mais os(as) tocou, se eles(as) sentem-se motivados(as) a empreender algo, se há alguma ideia do que querem fazer na vida.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Faça perguntas ativadoras para estimular o debate na turma.
Alguns exemplos:

- _ “O que é e empreender para você? O que é ter uma atitude empreendedora?”
- _ “Qual o momento dos vídeos mais tocou você? E por quê?”
- _ “Que atitudes de um empreendedor você percebeu nestes vídeos?”
- _ “Você enxergou outras oportunidades para estes empreendedores? Quais?”

.....

Atividade 2: Você empreendedor(a)

ESTA É UMA
ADAPTAÇÃO DA
ATIVIDADE-SÍNTESE
DO PENSE GRANDE,
APLICADA EM NOVOS
TERRITÓRIOS.



**TEMPO
ESTIMADO:**
90min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

_Folhas sulfite;
_Cartolinas;
_Canetas e canetões.

Os objetivos dessa atividade são:

- _Ajudar o(a) jovem a identificar os seus talentos e potenciais;
- _Identificar oportunidades e necessidades da sua comunidade;
- _Explorar ideias de ações e ver onde estão os recursos já disponíveis para colocá-las em prática;
- _Ajudar o(a) jovem a perceber que é possível realizar muito, utilizando apenas o que está a sua disposição;
- _Incentivar a atitude empreendedora.

#comofazer:

Momento 1: João e Maria (30 minutos).

A_A turma não precisará estar organizada em grupos. Escreva três cartazes:

Quem sou?
O que sei?
Quem eu conheço?

B_Pergunte à turma:

“Se tivéssemos o desafio de preparar uma pizza agora, o que vocês fariam?”

Esperar as respostas e vá repetindo em voz alta o que for sendo dito. Algumas respostas possíveis são: massa, forno, recheio, queijo, molho etc.

Agradeça as respostas e diga que agora você vai contar a história do João e da Maria, duas pessoas que resolveram de formas diferentes o desafio de fazer uma pizza. Peça para todo mundo pensar com quem se identificam mais: com o João ou com a Maria.

Conte a história abaixo.

João nunca tinha feito uma pizza antes. Mas já que ia fazer, decidiu que esse seria um grande evento e por isso convidou seus amigos para provar sua pizza. Como não sabia fazer pizza, foi procurar receitas na internet. Pegou o celular, fez uma busca no Google e, depois de algum tempo, escolheu qual receita seguir. Fez uma lista de compras e foi até o mercadinho da esquina garantir os ingredientes.

Voltou para casa, separou tudo e começou a seguir a receita – passo a passo. Depois da pizza assada por 30 minutos a 120° C, como estava na receita, serviu aos seus convidados, que já haviam chegado e estavam esperando-o na sala. Ele levou quase o dia todo para organizar isso tudo, e respirou aliviado quando viu que a pizza estava boa.

Maria já havia feito pizza várias vezes com a sua mãe, por isso lembrava bem certinho como fazer a massa. Foi então até a geladeira e olhou o que tinha por lá para o recheio. Juntou os ingredientes que estavam disponíveis – queijo, milho, bacon, azeitonas – e achou que daria uma boa pizza.

Quando foi preparar a massa, percebeu que não tinha ovos em casa e, logo, correu na vizinha para pedir emprestado.

Juntou tudo e colocou para assar. Foi acompanhando conforme a pizza ia assando para decidir quando tirar do forno. Quando estava pronta, achou que seria legal convidar sua vizinha para comer também. A vizinha e seu filho aceitaram e foram fazer companhia para ela – e não é que adoraram a pizza?!

C_Quando você terminar de contar a história, pergunte para todos quais são as diferenças na forma como João e Maria prepararam suas pizzas. Preste atenção nas respostas que eles derem.

Ouçã três ou quatro opiniões e complete dizendo que existem dois jeitos diferentes de colocar alguma coisa em prática. Diga que um dos jeitos é se preparar bastante, planejar tudo que vai fazer e seguir todos os passos bem certinho, assim como o João fez.

E que outro jeito de fazer isso é decidir e fazer algo baseado nas coisas que você já tem, como o jeito da Maria preparar a pizza. Os dois conseguiram o mesmo resultado de formas diferentes. Não existe jeito certo ou errado.

D_Cole os três cartazes na parede (Quem sou, O que sei e Quem conheço). Explique que é possível agir a partir das coisas que você já tem, olhando para estes três pontos:

Quem sou_são suas características pessoais e o tipo de coisa que você gosta e se identifica. No caso da pizza, João é organizado, Maria é

impulsiva e comunicativa. Eles gostam de pizza e gostam de cozinhar, por isso decidiram fazer uma.

O que sei_ são os aprendizados que vocês tiveram durante sua trajetória em suas vidas pessoais e profissionais, em cursos formais e na prática. No exemplo, Maria sabia fazer a pizza porque já havia ajudado sua mãe várias vezes. Mas esse conhecimento poderia vir de outras formas: curso de pizzaiolo, vídeos no Youtube ou pela experiência de ter tentado fazer mesmo que não tenha saído muito boa.

Quem conheço_ são as pessoas que já conhecemos e que podem nos apoiar em uma iniciativa ou fazer parcerias.

No caso da pizza, Maria foi pedir o ovo emprestado para a sua vizinha. Outra forma de colocar a rede em prática seria chamar a mãe para ajudar no preparo, se Maria não soubesse fazer a pizza. Peça ao grupo que reflita sobre o que sabem (aqui voltamos um pouco ao Tema 1) e peça que, voluntariamente, quem quiser pode preencher os quadros (cartazes) com seus conhecimentos.

Momento 2: Perfil Empreendedor (20 minutos)

E_A partir dessa reflexão de “Quem sou”, “O que sei” e “Quem conheço”, cada jovem descreverá as oportunidades que enxerga para empreender (para si).

Para ajudá-lo(a), peça para que dividam uma folha de sulfite em 4 quadrantes, divididos em: “Quem sou”, “Quem conheço”, “O que sei” e “Oportunidades para empreender”.

Dicas para facilitar a reflexão:

QUEM SOU

- _Quais são as coisas que você mais gosta de fazer?*
- _Quais são os assuntos que você mais gosta de falar?*
- _Quais são as características mais marcantes da sua personalidade?*

Colocar pontos fortes da personalidade e coisas que eles gostem muito

de fazer. Exemplos: sou organizado, gosto de conversar com as pessoas, gosto de cozinhar etc.

O QUE SEI

- _O que você sabe fazer bem?*
- _Quais são os cursos que você já fez?*
- _Quais talentos você possui?*
- _O que as pessoas gostam quando você faz?*
- _O que você aprendeu a fazer sozinho?*

Colocar as coisas que o(a) jovem sabe fazer, já teve um curso ou sabe fazer na prática. Pode inserir experiências profissionais e pessoais. Exemplo: sou muito bom jogador de futebol, já fiz curso de teatro, sou ótimo no vídeo game etc.

OPORTUNIDADES

- _O que você sente falta na sua comunidade, bairro, escola, trabalho etc.?*
- _O que você gostaria que fosse melhor?*
- _O que te incomoda no seu dia a dia?*

Uma das formas de chegar nas oportunidades é pensar nos desafios. Podem pensar no seu bairro, sua cidade, sua escola ou onde quiserem e, depois, listar coisas que acham que estão faltando ou precisam ser melhoradas.

Outra opção é pensar em temas ou coisas que gostam ou que os incomodam.

Essas reflexões serão aprofundadas no Tema 3.

Momento 3: Troca-troca (25 minutos)

F_Vamos inverter os papéis? Que tal Maria se colocar no lugar de João (e vice-versa)?

Cada jovem tem em mãos uma folha com suas características, certo? Que tal se nos colocarmos no lugar do outro? É isso que esta etapa se

propõe: os jovens deverão trocar entre si suas “fichas”, pode ser com quem está do seu lado (de preferência com quem não conhece ainda). Todos irão receber um perfil para ler e se colocar no lugar do outro. Devem ler todas as informações pensando em como essa pessoa é, o que ela sabe e nas oportunidades que identificou. A partir disso, podem pensar em ideias de ações que ela pode realizar.

Peça para que dividam a folha ao meio e anotem suas ideias no verso da folha, usando metade do papel.

Dicas para ajudar na dinâmica:

A_ Não existe um número mínimo e nem um número máximo de ideias por perfil. É só colocar a imaginação para funcionar!

B_ É importante você lembrar para todo mundo que o que estão fazendo é uma “chuva de ideias” e por isso não precisam ficar apagando suas ideias, porque todas podem ser aproveitadas em algum momento. Agora é hora de se soltar e escrever todas as ideias que venham à cabeça! O objetivo é contribuir com o outro. ;)

Momento 4: Quem conheço? Ou quem pode me ajudar? (10 minutos)

G_ Aqui é uma retomada da Atividade #5 (Não estamos sozinhos) do Tema 1, mas de uma forma um pouco diferente. A partir da ficha de outro(a) participante, do que ele(a) se propõe a empreender e das possibilidades que o(a) colega indicou para essa outra pessoa, um(a) terceiro(a) jovem indicará pessoas de seu círculo, rede, que considera que podem ajudá-lo(a) em seu empreendimento.

É possível pensar também em pessoas que não estão tão próximas, por exemplo, um(a) amigo(a) do(a) amigo(a). Esse é um momento de cooperação!

Momento 5: Fechamento (5 minutos)

H_ Peça que devolvam a ficha para seus respectivos “donos”. É um presente que receberão, pois em suas fichas conterà não apenas sugestões de empreendimentos e frentes que poderá desenvolver, como também uma rede de apoio para isso.

Peça que reflitam e faça algumas perguntas como:

“Qual foi a ficha que caiu para vocês?”
“Como foi a experiência e a troca no grupo?”
“Quais as surpresas para um futuro empreendimento?
Algum tema apareceu que você não tinha pensado?”
“Nessa rede sugerida por seu colega, havia alguém que você já conhecia? Ou alguém que você admire e foi uma boa surpresa?”

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Na hora de contar a história, fique à vontade para improvisar e contá-la de um jeito que você se sinta confortável. É possível trocar o nome dos personagens da história e adaptar com uma receita e ingredientes da sua região ou até mesmo utilizar histórias reais que você conhece de uma pessoa que planejou muito uma ação antes de executar e de outra que agiu no instinto e foi corrigindo os erros no caminho.

B_Você pode fazer uma fala motivadora de encerramento com os pontos abaixo e mais coisas que tenha achado interessante durante a atividade:

- _Que são capazes de ir atrás e alcançar seus sonhos;
- _Que não precisam de muito para realizar seus sonhos, e podem começar com o que já têm;
- _É importante dar o primeiro passo e fazer algo. Só sonhar não adianta, é preciso realizar;
- _Quanto mais se conhecerem, mais saberão como utilizar o que já têm a seu favor, a favor dos seus sonhos e das coisas que querem realizar;
- _E que podem e devem contar com o apoio de outras pessoas para alcançar o que desejam.

.....

Atividade 3: Se vira nos 30! (Gambiarra e Cultura Maker)

CRIAR UMA EXPERIÊNCIA MAKER DE EXPERIMENTAÇÃO TECNOLÓGICA E USO DE FERRAMENTAS E CONCEITOS BÁSICOS DE ELETRÔNICA.



TEMPO ESTIMADO:

70min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Materiais de eletrônica diversos;
- _Brinquedos engraçados (bonecos e animais pequenos etc.);
- _Rodas, rodinhas etc.;
- _Ferro de solda;
- _Pistola e bastão de cola quente;
- _Alicates, estiletes e tesouras;
- _Espaguete térmico;
- _Estanho de solda;
- _Fita isolante;
- _Barbante;
- _Isqueiro;
- _“Lixo eletrônico” – o que seria descartado, sem uso, por exemplo: mouses, teclados, monitores, placas, CPUs etc.

Aproximar os(as) jovens da cultura mão na massa e ampliar seu repertório e entendimento dos recursos digitais para futuros empreendimentos. A atividade estimulará o pensamento rápido, a tomada de decisões e a capacidade de improviso dos(as) jovens frente a um desafio.

Importante: Esta é uma atividade essencialmente prática. Se você não conhece ou domina minimamente conceitos bem simples de eletrônica – tais como circuitos, tensão, corrente, resistores etc. – e o uso de ferramentas básicas – como ferro de solda, estanho, chave Philips, alicate, entre outros –, recomendamos que você convide alguém que conheça sobre esse assunto para auxiliá-lo(a) nas próximas atividades.

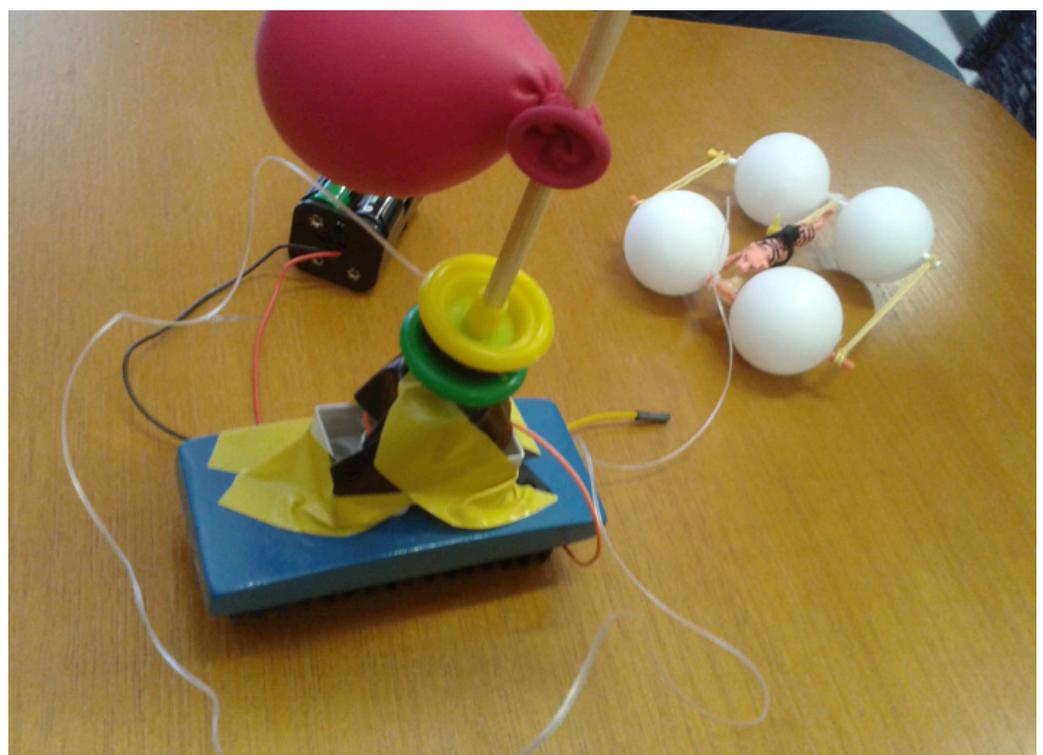
Ajudará muito também convidar um(a) **Mestre Hacker** (quem entende tudo de informática, tecnologia e afins) ou um(a) **Engeneir@ Master** (que desmonta e monta qualquer coisa) para colocarem a mão na massa! Essas “personas” nós vimos no Tema 1 na atividade “Você é seu(sua) Super-Herói/Heroína”.

É uma excelente oportunidade para trocarmos saberes, além de ajudarem na condução das atividades. E todos(as) aprenderão um monte de coisas novas e com diversão garantida!

Algumas soluções criadas no Pense Grande:



Cabrália (Bahia)



Projeto Arrastão (SP)

#comofazer:

A_A turma irá se dividir em grupos de quatro a seis integrantes. A divisão será a partir da atividade dos “Superpoderes” que vimos no Tema 1, em que cada grupo terá que reunir, ao menos, três superpoderes diferentes.

B_Divida os materiais para os grupos. Cada um receberá um conjunto de artigos eletrônicos e sucata diversos, tais como: rodinhas, placas de computadores, hardwares (teclados, mouses, gravadores de CD/DVD, impressoras, monitores), ferramentas básicas de eletrônica (ferro de solda, estanho, alicates, diferentes chaves, pistola de cola quente etc.) e objetos pequenos de plástico (brinquedos, bonequinhos, animais, tampinhas etc.). Vale tudo neste momento de criatividade!

C_Desafie os grupos a construírem formas de levar um objeto (pode ser um bonequinho, um animal de brinquedo etc.) do ponto A para um ponto B (sugestão de distância: dois metros), usando os materiais que receberam. São esperadas engenhocas das mais diversas, que pode ser desde um carrinho movido à pilha até soluções mais simples.

Pode ser algo que se movimenta sozinho, mas também puxado/empurrado manualmente. É importante nos concentrarmos nas soluções encontradas e como as equipes trabalharam para o desafio.

D_Ao final, faça uma conversa com os grupos, instigue-os sobre como foi participar do desafio. Algumas perguntas podem ajudar nesse momento:

– “Como foi para você encarar este desafio?”

– “Como o grupo se organizou para solucionar o desafio proposto?”

– “Houve algum planejamento mínimo ou saíram fazendo?”

– “Teve alguma ação que ajudou o grupo? Algo que deu errado? Se sim, por quê?”

– “Algo não saiu como o esperado? Se sim, conseguiram contornar a situação? Como?”

– “Aprenderam algo de novo? O quê? Como foi este aprendizado?”

– “Queijo, milho, bacon, azeitonas – e achou que daria uma boa pizza?”

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Recomendamos um local espaçoso, que permita ao grupo “brincar” enquanto experimenta e aprende: pode-se espalhar pelo chão, por bancadas etc. Ao final, peça a todos(as) que ajudem na limpeza e organização do espaço;

B_Você pode pedir ajuda ao grupo e pedir que os(as) jovens coletem esses itens e ferramentas em suas casas, escolas etc. Há muito material parado que encontramos por aí, e muitas vezes são descartados incorretamente na natureza. É a hora certa de reaproveitá-los! ;)

C_Conforme os(as) participantes se organizam para a atividade, é importante fazer a conexão entre as soluções que eles(as) desenvolvem e os conceitos de tecnologia, de culturas hacker e maker.

.....

Atividade complementar 1: A tecnologia e você

DESMISTIFICAR A IDEIA DE QUE A TECNOLOGIA É ALGO DISTANTE, PRODUZIDA SOMENTE EM GRANDES CENTROS URBANOS E PARA POUCOS. DESPERTAR O INTERESSE DOS(AS) JOVENS PARA O USO E A PRODUÇÃO DE OUTRAS TECNOLOGIAS, POR EXEMPLO, UTILIZANDO-SE DA GAMBIARRA E DA CULTURA MAKER.



TEMPO ESTIMADO:

25min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Cartolina ou flipchart ou quadro;
- _Canetão ou canetinha.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 2.

#comofazer:

A_Com os(as) jovens em grupo – pode ser em formato de roda –, pergunte o que entendem por tecnologia e quais tecnologias identificam em seu cotidiano. Anote em uma cartolina (ou flipchart ou quadro) as definições e exemplos que forem citados.

B_Pergunte aos(às) jovens o que entendem por gambiarra e quais eles(as) identificam em seu cotidiano. Registre as contribuições do grupo. Algumas sugestões de perguntas:

- _“Alguém já precisou fazer alguma gambiarra para resolver um problema, uma necessidade?”
- _“Como foi esta experiência?”
- _“Que resultado você teve?”

C_Para finalizar essa parte e introduzir a próxima atividade, instigue-os a olhar as listas que foram criadas com a contribuição do grupo e a pensar qual a conexão entre as tecnologias, as gambiarras e o empreendedorismo. Que ideias surgem para futuros empreendimentos no grupo? Aqui não há certo ou errado, muitos empreendimentos de sucesso começaram com ideias mirabolantes. ;)

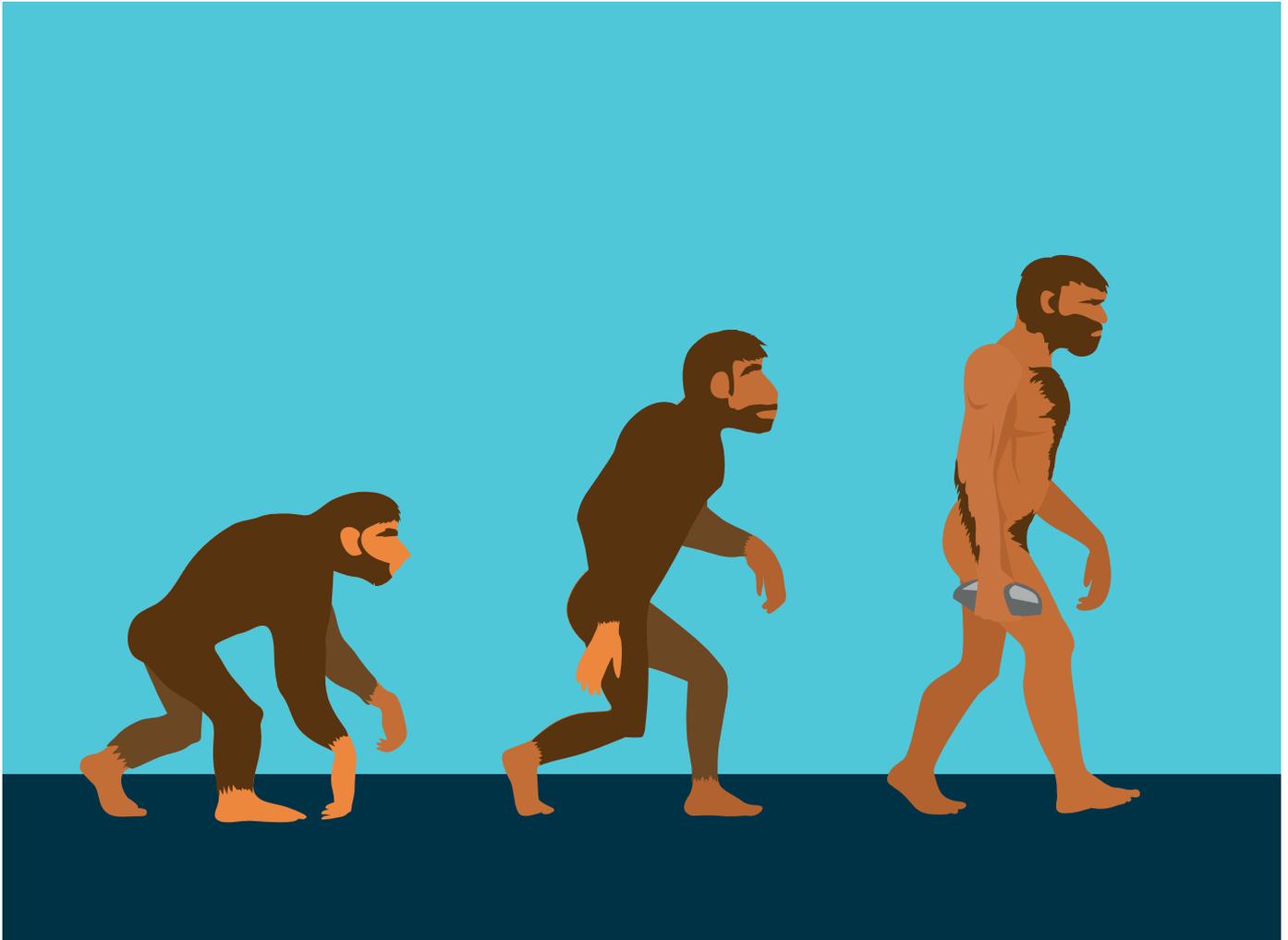
.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_ Você pode, se quiser, preparar uma breve apresentação com os conteúdos da contextualização deste Tema 2, mas é importante que o grupo forme uma conceituação coletiva.

B_ Você pode trazer também alguns exemplos importantes e históricos de tecnologias criadas e incorporadas ao longo dos anos: Tecnologias mais modernas (e outras nem tanto...), tecnologia com recursos do cotidiano (gambiarra), tecnologias à mão (gadgets)...

.....



Atividade complementar 2: Projektor com celular

DESENVOLVER A CULTURA MAKER, O MÃO NA MASSA, A PARTIR DE POUCOS RECURSOS PARA PRODUZIR TECNOLOGIAS. PROMOVER A AUTOESTIMA, A PARTIR DE UM DESAFIO CONCRETO.



TEMPO ESTIMADO:
50min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Uma caixa de sapatos (ou duas, dependendo do tamanho da lupa);
- _Telefone celular;
- _Uma lupa;
- _Uma lata de tinta preta;
- _Fita preta (isolante ou fita crepe normal);
- _Um clipe de papel grande (ou um rolo e papel higiênico terminado);
- _Tesoura;
- _Caneta ou lápis.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 2.

Essa atividade foi bastante utilizada em um dos primeiros territórios que o Pense Grande atuou: Santa Cruz Cabrália, na Bahia.

É uma atividade mão na massa que utiliza recursos simples, como uma lupa e caixas de sapato, para criar um projetor. Dá para fazer um bom cineminha em casa, na escola... é pegar a pipoca e apertar o play! ;)

#comofazer:

Existem dois “Como fazer” para realizar esta atividade:

A_Siga os passos que Iberê Thenório, do Manual do Mundo, explica para montar o projetor de forma bem didática (inclusive com alguns conceitos de Física). Acesse o vídeo: <https://goo.gl/vsJwde>

ou

B_Se você quer este passo a passo igual “receita de bolo de vó”, acesse este outro link bem bacana, inclusive com outro vídeo (em Inglês): <https://goo.gl/6NxDeS>

saiba mais



1

A estética da Gambiologia (vídeo). Acesse: <https://goo.gl/tAykxr>

2

Movimento maker: entenda o que é essa cultura. Acesse: <https://goo.gl/akGoy4>

3

Criatividade nas escolas e a cultura maker. Confira: <https://goo.gl/3TuVd3>

4

Cultura hacker: o que é? Acesse: <https://garoa.net.br/wiki/Hacker>

5

Todos podem programar. Para começar, vamos aprender noções básicas de programação com o “Programaê!”, uma iniciativa da Fundação Telefônica Vivo e Fundação Lemann. Conheça: <http://programae.org.br/>

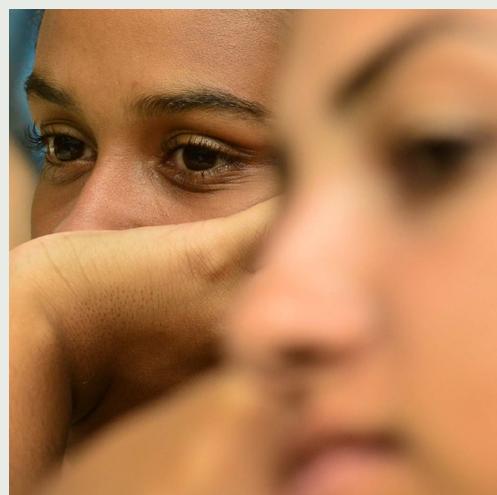
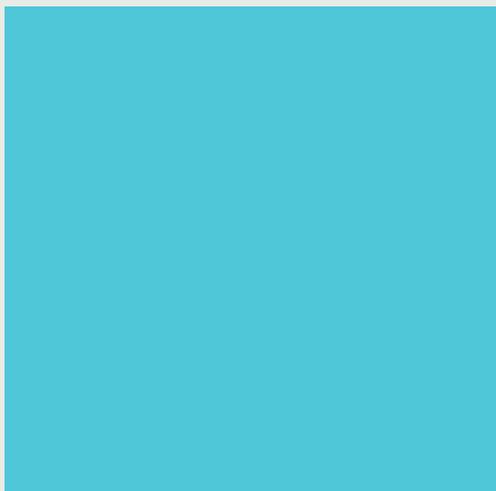
6

Quer aprender eletrônica? Quer saber o que é Arduíno? E misturar tudo isso com arte? Acesse: <https://goo.gl/858B33>

7

O que é a Internet das Coisas? Assista ao vídeo e entenda: <https://goo.gl/d2gtHG>

Comunidade



Contexto

A jornada empreendedora é um processo, uma construção: iniciamos olhando para o “eu”, para a história de vida desses(as) jovens, seus interesses e potências. No Tema 2, olhamos para as tecnologias digitais, que vão além das redes sociais no celular, e refletimos sobre como elas podem colaborar para ideias inovadoras, utilizando poucos recursos e muita criatividade. Também falamos da importância de se ter atitude empreendedora nesse processo.

Neste terceiro Tema, trataremos do que está à volta dos(as) jovens. Vamos olhar para o entorno, onde eles(as) vivem e circulam, quais são os desafios dessas localidades e as oportunidades para empreenderem.

O eixo **Comunidade**, um dos pilares do Pense Grande, busca que o(a) jovem desenvolva não só uma atitude empreendedora na vida, mas também que ele(a) tenha um olhar mais crítico e propositivo em relação aos problemas de seu entorno. Caso queira desenvolver um empreendimento, além de se preocupar com a **sustentabilidade** da iniciativa, ele(a) também deve pensar no **impacto social**, que seja uma proposta de solução a desafios de seu território. Vamos ver que é bem possível!

O QUE ENTENDEMOS POR IMPACTO SOCIAL?

Consideramos que o empreendimento trará impacto social na comunidade quando apresentar pelo menos uma das características abaixo:

- 1_Capacidade de gerar inovação na forma e estrutura dessa nova organização (como cooperativas, coletivos, movimentos organizados, etc.);
- 2_Capacidade de gerar inclusão no mercado de trabalho de grupos que, em condições normais, possuem mais dificuldade de inserção (pessoas com deficiência, ex-detentos(as), pessoas em situação de rua, entre outros);
- 3_Capacidade de incluir na cadeia de produção fornecedores que estão à margem desse ecossistema (pequenos produtores rurais, artesãos populares e indígenas, artistas de rua, etc.);
- 4_Capacidade de oferecer bens e serviços que representem mais

qualidade de vida para grupos que normalmente não teriam acesso a eles (produtos e/ou serviços desenhados especialmente para periferias e comunidades ribeirinhas);

5_Capacidade de promover benefício social ou ambiental a partir de um produto e/ou serviço, ou seja, produtos e/ou serviços que, ao serem consumidos, diminuem o impacto negativo ou geram um impacto positivo (como a substituição de um meio de transporte por alternativas não poluentes).

.....

Olhar para a comunidade é uma forma de estabelecer uma conexão entre o(a) jovem e as pessoas com quem ele(a) convive, sejam colegas da escola, membros da família, amigos, colegas de trabalho, grupos de interesse, habitantes da mesma comunidade e/ou cidade, etc. Essa conexão permitirá que os futuros empreendimentos respondam e aos desafios dessas comunidades e os superem, melhorando a qualidade de vida não somente do(a) empreendedor(a), mas também de quem está à sua volta.

Essa conexão do(a) jovem com sua comunidade permite também que ele(a) compreenda melhor o seu público-alvo e proponha soluções mais adequadas e certas. Para que isso aconteça, propomos que ele(a) aprenda a mapear seu entorno, identificando seus desafios e interligando-os com temas da agenda global.

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Como conhecer a realidade da sua comunidade de forma mais aprofundada;
- _Como identificar desafios e relacioná-los com possíveis soluções (Mapeamento da comunidade);
- _A relação entre desafios da comunidade e desafios globais (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS);

.....

Bora fazer!

Atividade 1:

Aqui é o meu lugar

IDENTIFICAR QUAIS PONTOS CONECTAM ESSE(A) JOVEM À SUA COMUNIDADE E COMO ELE(A) A CARACTERIZA, PARA ENTÃO DESENVOLVER UMA VISÃO MAIS CRÍTICA E PROPOSITIVA SOBRE ELA.



TEMPO ESTIMADO:

40min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Canetas e canetões;
_Papel sulfite;
_Folhas de flipchart ou lousa.

#comofazer:

A_De forma individual, cada jovem refletirá sobre o lugar de onde vem. Para isso, leia algumas das perguntas abaixo para estimular a reflexão. É muito importante o “eu” nesse momento. Peça que registrem em uma folha:

- _ “O que eu gosto nesta comunidade?”
- _ “Quais são seus pontos mais positivos?”
- _ “Por que me sinto em casa aqui?”
- _ “O que as pessoas daqui têm em comum comigo?”

B_Cada jovem apresentará brevemente suas respostas aos colegas. Pode ser para quem estiver ao lado, para um pequeno grupo ou até mesmo para toda a turma, de forma voluntária.

C_Não há certo ou errado, muito pelo contrário. Cada um possui uma realidade bastante distinta e é importante ter um olhar atento e cuidadoso para as histórias que emergirem. Faça possíveis amarrações entre as falas – pontos comuns, desafios muito diferentes, emoções que surgiram nos relatos, etc.

Atividade 2: Qual é a sua realidade?

APROFUNDAR O OLHAR DOS(AS) JOVENS PARA SUAS LOCALIDADES A FIM DE COMPREENDEREM MELHOR SUA REALIDADE ECONÔMICA, SOCIAL E CULTURAL E DESENVOLVEREM UMA VISÃO MAIS PROPOSITIVA.



TEMPO ESTIMADO:

5 horas (pela duração da atividade, recomendamos fazê-la em, pelo menos, 2 períodos.)



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Computadores e/ou Celulares c/internet;
_Papel sulfite;
_Canetas e canetões;
_Canetinhas e lápis de cor
_Cartolinas ou flipchart;
_Projetor
_Caixas de som;
_Cabos USB (para transferir arquivos).

Essa atividade é mais complexa e muito mão na massa! O intuito é que os(as) jovens, ao final do exercício, possam:

_Mapear os recursos disponíveis à sua volta, como centros comunitários, escolas, quadras esportivas, locais de lazer, ONGs, postos de saúde, etc.;

_Identificar os desafios encontrados no dia a dia, como lixo acumulado nas ruas, obstáculos para a mobilidade e acessibilidade do transporte público local, falta de atividades culturais e opções de lazer na região, difícil acesso a serviços de qualidade, insegurança, entre outros;

_Investigar os recursos humanos presentes e disponíveis – aqui é possível retomar a Atividade 5 do Tema 1: “Não estamos sozinhos” – e listar quem são as pessoas que podem ajudar a solucionar esses desafios locais. Tome como exemplo as lideranças comunitárias, lideranças religiosas, pessoas ligadas a coletivos, ONGs, professores(as) etc.;

_Propor qual seria sua “comunidade dos sonhos”, uma possibilidade real para vencer esses desafios.

#comofazer:

A_Organizar os(as) jovens em grupos de, no máximo, cinco pessoas cada, a partir da atividade anterior. Agrupe aqueles(as) que trouxeram as respostas mais semelhantes. Outra forma possível é agrupar a partir dos “Superpoderes” da atividade “Você é seu(sua) super-herói/heroína” (Atividade 4 – Tema 1), reunindo pessoas com ao menos três “Superpoderes” diferentes, para um grupo mais diverso e com olhar mais amplo.

B_(1 hora) **Momento 1: Levantamento de dados**

Cada grupo pesquisará dados na Internet sobre a realidade econômica, social e cultural de sua comunidade. Oriente-os para que busquem informações sobre:

_Economia: principal (ou principais) atividade comercial da região. Pode ser comércio local, serviços, agricultura, turismo, indústria.

Convide os grupos a identificar quantas e quais são as principais empresas da região, o Produto Interno Bruto (PIB) local, a importância do PIB da cidade no estado e no Brasil, etc.

_Temas Sociais: os principais dados sobre violência (homicídios, roubos e furtos, tamanho da população carcerária, número de presídios, contingente policial, etc.), saúde (número de hospitais, postos de saúde e UBSs, orçamento destinado ao tema, mortalidade infantil e materna, principais campanhas de vacinação e esclarecimento), educação (número de crianças nas escolas e fora delas, número de professores, número de escolas privadas e públicas, número de faculdades e universidades, Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB), orçamento da área na prefeitura, tamanho das filas de espera em creches, taxa de analfabetismo e analfabetismo funcional, taxa de falantes de língua estrangeira), habitação (número de domicílios e bairros em zona de risco, número de pessoas em situação de rua, déficit habitacional, principais programas nesse tema, entre outros), saneamento básico (taxa de cobertura de esgoto e água encanada nas residências ou outro tema que despertar o interesse no grupo;

_Cultura e Lazer: quantos e quais são os espaços públicos e privados para lazer na região (quadras, parques, teatros, centros culturais, conchas acústicas, museus, bibliotecas, etc.), oferta de atividades e cursos culturais gratuitos (música, teatro, artes plásticas), principais nomes da produção artística local (artistas, bandas, grafites, poetas, coletivos, etc).

O grupo pode se organizar em frentes, com cada uma pesquisando sobre um determinado tema, ou todas pesquisando o mesmo assunto.

Peça para que registrem os dados coletados em um arquivo digital (o próprio e-mail, um editor de textos online, uma planilha, uma apresentação, etc) ou em folhas de papel. É importante que as informações sejam organizadas e claras.

C_(2 horas) Momento 2: SAÍDA A CAMPO

Organize uma saída a campo com os grupos para que investiguem e registrem as personagens e características mais marcantes de sua comunidade, seguindo os desafios abaixo. Valem aqui todas as recomendações e planejamento assinalados na Atividade #2.

Desafio 1: GÊNIO

O objetivo é entrevistar pelo menos duas pessoas que já empreendem com sucesso na comunidade. Podem ser exemplos de negócios formais, informais, pessoas que nasceram na comunidade, pessoas que vieram depois. A ideia é responder: quem brilha em sua comunidade?

Desafio 2: TOP DA GALÁXIA

O que de interessante acontece na região? O que acontece de tão bacana que demonstra a potencialidade do local? O que faz desta comunidade um lugar único? Os grupos vão registrar, se possível, em fotos ou vídeos para, posteriormente, compartilhar com a turma.

Desafio 3: TRETA

Quais são os principais problemas ou desafios enfrentados pelos moradores? Exemplos: lixo acumulado e abandonado nas ruas da comunidade, esgoto correndo a céu aberto, animais abandonados, construções precárias, lâmpadas quebradas, poluição do ar e sonora, buracos nas ruas ou ausência de asfalto, precariedade do transporte, falta de opções saudáveis de alimentos e restaurantes, entre outros. Os grupos podem entrevistar moradores e trabalhadores e, se possível, registrar em fotos e vídeos esses problemas e desafios.

Desafio 4: GAMBY

Registrar as gambiarras – soluções improvisadas - encontradas na comunidade. Essa etapa tem muito a ver com a Atividade “Se Vira nos 30!” (Atividade 2 - Tema 2). Os registros podem ser feitos por meio de fotos e vídeos. Os grupos devem voltar depois da saída a campo e compilar os registros dos quatro desafios, além da primeira imagem criada. Esse material será apresentado para os outros grupos.

D_ (1 hora) Momento 3: Organizando as informações coletadas

Passo 1

Com os grupos de volta, dê uns dois minutinhos para tomarem uma água, irem ao banheiro e descansarem os pés. Quando todos já tiverem retornado a seus lugares, faça algumas perguntas para identificar como os(as) jovens se sentiram:

- _ *“Como estão se sentindo? Cansados? Animados? Surpresos?”*
- _ *“Gostaram dessa experiência de ir a campo?”*
- _ *“Qual a diferença de andar pela comunidade atento aos detalhes?”*

Deixe até cinco minutos em aberto para quem quiser falar. Diga que essa experiência será muito útil e importante para um próximo encontro e para seus futuros empreendimentos.

Juntando as informações levantadas na Internet (B_Momento 1) e as observações e registros que fizeram em campo (C_Momento 2), cada grupo deverá montar um mapa – por exemplo, utilizando folhas de flipchart e cartolinas - onde ilustrará as principais informações coletadas. Incentive os grupos a usarem a criatividade e aproveitarem os registros conseguidos na saída a campo.

É importante que eles(as) destaquem:

- _ Dados que mais chamaram a atenção;
- _ Principais desafios encontrados;
- _ Locais visitados;
- _ Pessoas entrevistadas, suas principais características e pontos mais importantes de suas falas;
- _ Principais descobertas e conclusões.

Passo 2

Os grupos apresentarão os mapas criados, explicando as dinâmicas, descobertas, detalhes, curiosidades e conclusões captadas na saída a campo e nos dados levantados previamente. Deverão destacar os “ouros” e as descobertas que o mapa trouxe. Se tiverem vídeos, fotos e áudios, – e se a estrutura permitir – é uma ótima oportunidade de mostrá-los. Reserve até cinco minutos para a exposição de cada grupo.

E_ (30 minutos) Momento 4: O que está a nosso alcance?

Peça para os(as) jovens continuarem com seus grupos. Instigue a identificarem, dentre todos os desafios mapeados, quais são os problemas da comunidade que são mais possíveis de serem resolvidos ou, ao menos, amenizados.

Após essa discussão, peça para cada grupo fazer uma lista com os desafios, organizando-os de forma decrescente a partir dos mais fáceis (ou possíveis) de serem resolvidos até para os mais difíceis (ou menos possíveis), segundo a percepção do grupo. Ao final, os(as) jovens terão uma lista prioritária de desafios que podem ser solucionados.

F_ (30 minutos) Momento 5: É possível mudar!

Mantenha os(as) jovens nos grupos. Cada grupo deve escrever o que considera a “comunidade dos sonhos”, respondendo às seguintes questões:

- _Se os desafios prioritários forem solucionados, qual será a diferença produzida na comunidade?*
- _O que deve permanecer?*
- _O que pode ser feito para que a comunidade atual se torne a “comunidade dos sonhos”?*

Cada grupo deverá apresentar, em até três minutos, sua “comunidade dos sonhos” aos demais grupos. Depois das apresentações, faça com eles uma breve reflexão sobre os principais pontos levantados para um fechamento desta atividade.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Incentive os grupos a buscarem diversas fontes de dados: jornais (impressos e online), revistas (impressas e online), portais de notícias, blogs, Facebook (existem grupos que debatem assuntos específicos), sites das prefeituras locais, sites de dados socioeconômicos como o do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), entre outros.

B_Os grupos são livres para escolherem o tipo de registro que utilizarão no mapa e no plano para a “comunidade dos sonhos”. Incentive a criatividade dos(as) jovens.

C_Se for necessário, caso os(as) jovens tenham menos de 18 anos, faça um termo de autorização, a ser assinado pelos pais ou responsáveis, para liberar a saída para o Momento 2.

D_Instigue os(as) jovens a se representarem nessas “comunidades dos sonhos” no Momento 5, para que a mudança que eles(as) almejam esteja representada. Sabemos que cada jovem tem seus próprios sonhos, e isso estará contemplado um pouco mais à frente, quando cada jovem escolher seu desafio na fase de Ideação.

.....

Atividade 3:

ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável)

APRESENTAR OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) AOS(ÀS) JOVENS E ESTIMULÁ-LOS(AS) A IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE EMPREENDIMIENTOS RELACIONADAS A ESSES OBJETIVOS. OS DESAFIOS MAPEADOS – E QUE PODERÃO SE TRANSFORMAR EM OPORTUNIDADES DE EMPREENDIMIENTO – DEVEM ESTAR RELACIONADOS DE ALGUMA MANEIRA AOS ODS.



TEMPO ESTIMADO:
40min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:
_Computador;
_Projeto;
_Caixas de som;
_Canetas;
_Papel sulfite.

O QUE SÃO OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL?

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma agenda mundial adotada durante a Cúpula das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, em setembro de 2015, composta por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidas até 2030.

Nessa agenda, estão previstas ações mundiais nas áreas de erradicação da pobreza, segurança alimentar, agricultura, saúde, educação, igualdade de gênero, redução das desigualdades, energia, água e saneamento, padrões sustentáveis de produção e de consumo, mudança do clima, cidades sustentáveis, proteção e uso sustentável dos oceanos e dos ecossistemas terrestres, crescimento econômico inclusivo, infraestrutura, industrialização, entre outras.

Essa é uma atividade desenvolvida pelo Impact Hub para o Pense Grande da Fundação Telefônica Vivo em São Paulo.

Vimos que empreender é oferecer soluções viáveis para problemas reais. O tema Comunidade está intrinsecamente ligado aos ODS. As soluções a desafios locais impulsionam a melhoria das comunidades, que vão contribuir para solucionar os desafios globais por um mundo melhor.

Uma breve história

A história dos ODS começa na virada do século XX, durante a Cúpula do Milênio da Organização das Nações Unidas (ONU), realizada em Nova York no ano 2000. Com o objetivo de reunir e sintetizar diversos acordos internacionais firmados durante os anos 90, a ONU aprovou a chamada Declaração do Milênio. O documento reafirmou valores e compromissos fundamentais para a garantia de direitos em todo o mundo, sintetizados nos 8 Objetivos do Milênio (ODM).



Com base nos progressos e lições aprendidas, foi lançada em 2015 a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, que amplia e reforça o compromisso assumido pelos países. A partir desses Objetivos do Milênio, foram definidos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que buscam integrar as dimensões social, ambiental e econômica em 169 metas a serem atingidas até o ano de 2030. A Agenda foi adotada por 193 países membros da ONU, em um movimento que reúne governos, empresas e sociedade civil.

#comofazer:

A_ Exiba o vídeo que, brevemente, trata dos ODS. Para isso, acesse o vídeo “17 objetivos para transformar nosso mundo”: goo.gl/vQh5sj

B_ Faça uma apresentação resumida sobre os ODS, sua história e objetivos para o grupo.

C_ Peça para que os(as) jovens se organizem nos grupos da atividade anterior. Os grupos discutirão como os ODS se relacionam com os desafios listados no Momento 4 da Atividade #2. A ideia é conectar cada desafio com, pelo menos, um ODS. Se precisarem pesquisar um pouco mais sobre os ODS, indique o site da ONU: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>

Atividade complementar 1: Desafios da “quebrada”

MAPEAR AS
CARACTERÍSTICAS
MAIS MARCANTES
DA LOCALIDADE
ONDE OS(AS) JOVENS
VIVEM E IDENTIFICAR
OS DESAFIOS MAIS
URGENTES OU
RECORRENTES DOS
MORADORES.



TEMPO

ESTIMADO:

3h30min



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _Papel sulfite;
- _Canetas e canetões;
- _Canetinhas;
- _Lápis de cor;
- _Flipchart ou lousa;
- _Celulares;
- _Projetor;
- _Computador;
- _Caixas de som.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 2.

#comofazer:

A_Divida os(as) jovens em equipes (pode utilizar os critérios sugeridos na atividade #2) para que possam percorrer e registrar o local onde vivem, a partir do roteiro a seguir.

B_(20 minutos) **Momento 1: OLHA ELA**

Cada grupo deverá produzir uma imagem de sua comunidade. Trata-se de uma representação com um novo olhar, que fuja da reprodução dos estereótipos. É um “anticartão-postal”.

Podem ser usadas fotos, imagens, colagens, pinturas, montagens... deixe a criatividade rolar solta!

C_(2 horas) **Momento 2: Visita a campo**

Uma das grandes riquezas do Pense Grande é a mão na massa, certo? Ao falarmos de Comunidade, é preciso visitá-la, conversar com as pessoas olho no olho, ouvi-las, sentir “o cheiro do desafio”.

As informações levantadas na Internet dão conta de uma parte, mas essa saída a campo é fundamental. Para isso, é preciso planejá-la com antecedência.

Se você realiza a formação Pense Grande em um ambiente escolar, é preciso alinhar com a direção as responsabilidades envolvidas em levar um grupo de jovens para fora da escola. Se for esse seu caso, convide outros professores e assistentes para auxiliá-lo(a), apresente a proposta com antecedência e mostre como pode ser rica essa experiência interdisciplinar.

Ainda que você não esteja no ambiente escolar, os cuidados com o planejamento e a saída são parecidos. Peça apoio a voluntários, amigos e conhecidos para ajudá-lo(a).

Dicas para ajudar na dinâmica:

A_ Há combinados fundamentais para o sucesso da visita. Não se esqueça de:

- _ Combinar horários de saída e chegada dos grupos;
- _ Identificar quais cuidados devem ser tomados durante o trajeto e nos locais visitados – e quais locais devem ser evitados!;
- _ Salvar o telefone de contato de ao menos um integrante de cada grupo (pode ser uma espécie de líder);
- _ Informar aos pais/responsáveis, se houver crianças ou adolescentes, sobre a importância dessa atividade no processo de formação do empreendedor.

B_ A visita a campo serve para que os jovens explorem a comunidade e conversem com os moradores e/ou pessoas que lá trabalham e vivem. Antes da saída, eles(as) devem se preparar, produzindo um questionário com perguntas a serem feitas aos moradores e trabalhadores da região.

Eles(as) devem registrar as conversas e detalhes que chamem a atenção em folhas, cadernos, vídeos, fotos e áudio, podendo utilizar apenas celulares, se quiserem.

C_ Valorize o processo! A experiência que viverão nessa atividade permitirá que eles(as) percebam como as pessoas se relacionam, como enxergam a comunidade, quais os desafios, o que valorizam, entre outros pontos.

D_ Se um dos problemas levantados pelo grupo for a falta de conservação (ou abandono) das praças na região, por exemplo, é uma boa oportunidade para registrarem tal situação – câmera ou celulares em mãos!

D_ (1h10 minutos) Momento 3: Apresentação dos desafios

Com os grupos de volta, cada um terá, em média, 10 minutos para apresentar os desafios realizados. Caso os(as) jovens tenham usado os próprios celulares para gravar fotos, vídeos e áudios, separe alguns minutos para organizar os arquivos de cada grupo. É importante que compartilhem esse material com o restante da turma.

Os grupos devem apresentar os resultados obtidos e quais os principais achados em seus desafios. É importante identificarmos os “ouros” nessa colheita, sobretudo no processo que cada grupo vivenciou para superá-los. Algumas sugestões de perguntas norteadoras para reflexão:

- _ “Houve alguma surpresa durante o percurso de vocês?”*
- _ “Como foi a organização do grupo? Todos fizeram as mesmas atividades ou dividiram-se por desafios?”*
- _ “Algo deu errado durante a saída a campo? Se sim, por quê? Conseguiram contornar a situação?”*
- _ “Qual o principal aprendizado para cada um do grupo? O que ficou de mais valioso nesta atividade?”*

saiba mais



1

O documentário “Quem se importa” foi filmado em sete países e mostra a iniciativa de empreendedores sociais ao redor do mundo que enxergam, nos desafios e problemas sociais, oportunidades valiosas de melhoria e transformação para milhões de pessoas. Assista em: <https://goo.gl/FujAeR>

2

Uma explicação simples e clara do que são negócios sociais pode ser encontrada neste texto do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae): <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-sao-negocios-sociais,b01e7b008b103410VgnVCM100000b272010aRCRD>

3

Assista à matéria “Negócios de impacto social ganham força no Brasil”, da Rede Globo de Televisão, em: <https://goo.gl/amGbqo>

4

Conheça um exemplo de negócio social: o Moradigna, idealizado por Matheus Cardoso, do Jardim Pantanal (SP). Assista <https://goo.gl/79WC7T>

5

A Artemisia criou um curso online sobre negócios de impacto social: <http://www.artemisia.org.br/conteudo/frentes/educacao/curso-online/negocios-de-impacto-social/>

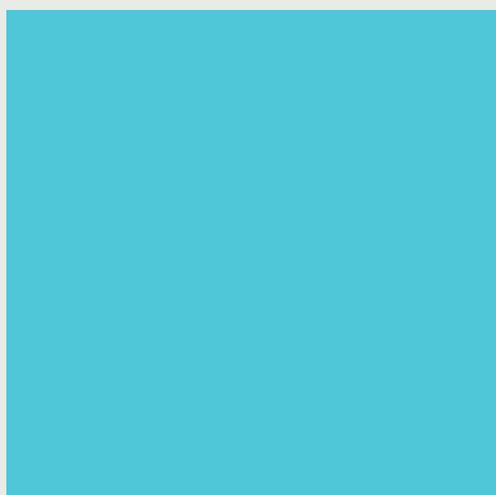
6

Se quiser se aprofundar em técnica de pesquisa para conhecer melhor uma comunidade e sua população, conheça mais sobre a etnografia: <http://www.ibpad.com.br/blog/comunicacao-digital/o-que-e-pesquisa-etnografica/>

7

Conheça os Objetivos do Milênio. Acesse: <http://www.objetivosdomilenio.org.br/>

Oportunidade



Contexto

Chegamos ao Tema 4, em mais um passo da nossa jornada empreendedora. O tema anterior trouxe desafios importantes após uma imersão na comunidade. Com um olhar mais atento e investigativo ao que (e a quem) está à nossa volta, esses desafios e problemas poderão ser superados com a atitude dos nossos empreendedores!

Nessa saída a campo, que chamaremos de “viagem”, os(as) jovens conversaram com pessoas e caminharam por ruas, avenidas, estradas, campos, casas e afins para enxergar e sentir, de forma geral, os desafios das localidades. Idealizaram também a “comunidade dos sonhos”, ou aquilo que eles(as) desejam para si e para quem está ao redor.

O que propomos agora é um aprofundamento no que foi observado na “viagem”: vamos focar, com uma espécie de lupa, nos desafios mapeados e encontrar neles as oportunidades para empreendimentos inovadores. E são esses empreendimentos que vamos construir e concretizar até o final da formação do Pense Grande. É a ideia que sai da cabeça, passa para o papel e depois se torna realidade - e isso é muito grande!

Quando falamos em oportunidades, lembramos que, na história do Pense Grande, alguns empreendimentos de sucesso nasceram de problemas sentidos na pele pelos(as) próprios(as) empreendedores(as) ou sentidos por um público que eles(as) se dedicaram a entender mais a fundo.

Trazemos alguns exemplos de empreendimentos que marcaram o programa até aqui. Vamos conhecê-los?



Empreendimento (O que é)
Sonya (antigo Sonar)

Aplicativo desenvolvido por três jovens empreendedoras de São Paulo, em 2015, para maior segurança, mobilidade e independência de pessoas com deficiência visual.

[facebook.com/br.sonya/](https://www.facebook.com/br.sonya/)

Causa (Por que)

Uma das idealizadoras conheceu um massagista com deficiência visual e, ao entender sua rotina para ir ao trabalho, resolveu procurar uma solução para que ele chegasse mais rapidamente e com mais segurança.

Estratégia (Como)

Aplicativo com sistema GPS que traça os melhores percursos (inclusive em passos) e orienta por voz seus usuários.

Cliente (Para quem)

Pessoas com deficiência visual, com perda total ou parcial da visão.



Empreendimento (O que é)
Doador Online

Banco de Sangue Virtual

Plataforma online que conecta doadores, receptores de sangue e os hemocentros. Foi desenvolvida por três rapazes de Recife em 2015.

doadoronline.com.br

Causa (Por que)

Em 2014, um amigo do grupo sofreu um acidente e precisou de três bolsas de sangue do tipo B+, um dos mais difíceis de encontrar. Enxergaram ali as dificuldades em se obter doação de sangue quando mais se precisa.

Estratégia (Como)

Por meio da plataforma online, o processo para doar sangue é facilitado pelo match entre doadores e receptores cadastrados. Notificações são enviadas para doadores segundo a necessidade dos receptores.

Cliente (Para quem)

Pessoas que necessitam ou queiram doar sangue. Também hemocentros, hospitais e clínicas de exame.



TIPITI

Empreendimento (O que é)

Tipiti

Empreendimento idealizado por 2 jovens do Pará em 2015, que valoriza a culinária e o artesanato locais, ao fazer comércio justo e contando histórias de produtores da região.

tipiti.net

Causa (Por que)

Observaram a paixão que os paraenses têm pela culinária local e a saudade daqueles que já não moram lá.

Estratégia (Como)

Site de venda online (e-commerce) de caixas com vários produtos selecionados.

Cliente (Para quem)

Paraenses e apreciadores da culinária paraense, além dos produtores locais de alimentos e artesanatos.



Empreendimento (O que é)

AfroResça

Criado por dois jovens em 2015 em Santa Cruz Cabralia (BA), é uma rede de apoio a mulheres negras da periferia.

facebook.com/pg/afroresca

Causa (Por que)

Uma das idealizadoras, ao compreender o racismo que sofreu durante sua infância, resolveu criar uma rede para resgatar a autoestima e as raízes da população negra, principalmente mulheres de periferia.

Estratégia (Como)

Utilizam o Facebook como espaço de diálogo e empoderamento da cultura negra e de periferia, além de promoverem rodas de conversa presenciais.

Cliente (Para quem)

Mulheres negras e de regiões periféricas.

Tantas histórias boas, hein? Neste Tema 4, além de aprofundarmos os desafios identificados no tema anterior, veremos a importância da empatia para o negócio e para desenvolver uma atitude empreendedora na vida.

Ao longo dos encontros, procuramos estimular sempre a troca entre os(as) jovens – saberes, escutas, falas, atenção ao outro. Empatia tem a ver com o outro e com nós mesmos.

Com isso, vamos fazer um mergulho e descobrir uma necessidade/problema real de um cliente real.

Animado, animada?

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Descobrir oportunidades de empreender a partir de desafios concretos;
- _Identificar as pessoas e instituições ligadas e impactadas pelo desafio (Mapa de Atores);
- _O que é Empatia e por que é importante para o negócio (e vida empreendedora);
- _Como descobrir uma necessidade real de um cliente real;
- _Como aplicar a empatia ao negócio (Mapa de Empatia);
- _Descobrir oportunidades a partir de uma necessidade concreta.

.....

Bora fazer!

Atividade 1: Desafio ou oportunidade?

REUNIR INFORMAÇÕES PARA COMPREENDER, COM MAIS CLAREZA, OS DESAFIOS LEVANTADOS E ENCONTRAR EVIDÊNCIAS PARA A ESCOLHA DO DESAFIO DE CADA JOVEM. MOSTRAR PARA O(A) JOVEM QUE EM CADA DESAFIO DA COMUNIDADE PODE HAVER UMA OPORTUNIDADE DE EMPREENDER.



TEMPO ESTIMADO:
40min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Computadores;
_Internet;
_Jornais;
_Revistas;
_Canetas;
_Folhas sulfite.

Importante: A partir deste momento, cada jovem vai escolher um desafio para trabalhar individualmente até estruturá-lo em uma solução possível. Só depois de as equipes serem formadas, explicaremos todos os passos até chegar lá. Confia que vai dar tudo certo!

#comofazer:

A_Retome com a turma as listas de desafios priorizados que foram construídas no Momento 4 da atividade “O que está ao nosso alcance?” (Momento 4 da Atividade 2 - Tema 3).

B_Peça para que cada jovem, individualmente, escolha um desafio que mais goste ou que mais chame sua atenção e queira solucioná-lo. Cada pessoa deve levantar pelo menos três justificativas para a escolha de seu desafio.

Incentive os(as) jovens a aproveitarem as várias reflexões, materiais e atividades que foram feitas em outros momentos desta formação para encontrar suas justificativas, como, por exemplo:

- _Projeto de Vida (Atividade 6 – Tema 1)
- _Ikigai (Atividade 3 – Tema 1)
- _Qual é a sua realidade? (Atividade 2 – Tema 3)
- _Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Atividade 3 – Tema 3)
- _Desafios da “quebrada” (Atividade complementar 1 – Tema 3)

C_De forma breve, cada jovem deve apresentar seu desafio e as justificativas para sua escolha com o resto da turma.

Agora com o desafio escolhido, a jornada empreendedora começa a ganhar mais corpo, a ter um caminho e direção mais claros. Solucionar este desafio deve ser uma das motivações mais fortes para esse(a) jovem empreendedor!

D_Encerre a atividade convidando a todos(as) a refletirem sobre a definição de empreender para o Pense Grande:

Empreender, no Pense Grande, é criar soluções viáveis para problemas reais.

Em cada desafio escolhido existe uma oportunidade de solução por meio de um empreendimento. A proposta é convidá-los(as) a terem um olhar propositivo, protagonista e empreendedor sobre sua realidade, e não ficar só reclamando e colocando a responsabilidade dos problemas ao seu redor em outras pessoas.

Atividade 2:

Mapa de atores

IDENTIFICAR OS PRINCIPAIS ATORES (PESSOAS E INSTITUIÇÕES) QUE ESTÃO RELACIONADOS AOS DESAFIOS DE CADA JOVEM E ÀS POSSÍVEIS FUTURAS SOLUÇÕES E EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:

40min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _ Folha modelo "Mapa de Atores";
- _ Blocos adesivos (post-it);
- _ Canetas e canetões;
- _ Papel sulfite.

Esta atividade foi desenvolvida pela Impact Hub, parceiro do Programa Pense Grande em São Paulo.

Seja no corpo humano, em uma empresa, em uma organização ou no governo de um país, as partes envolvidas estão interligadas e se influenciam mútua e diretamente. É um sistema. Com um empreendimento não é diferente!

Além dos usuários diretos e clientes do produto ou serviço, há todo um universo de pessoas e organizações que se relacionam com o empreendimento, que são impactados por ele e podem influenciar as decisões que são tomadas. Essas partes interessadas são chamadas de atores (ou "**stakeholders**", em inglês).

É uma responsabilidade do(a) empreendedor(a) mapear os atores e entender como cada um deles influencia e é influenciado por seu empreendimento. Além disso, é também uma questão estratégica: ficar de olho nos interesses desses atores pode antecipar problemas, adiantar e fortalecer soluções.

#comofazer:

A_Inicie a atividade com uma breve explicação do que são os atores de um empreendimento/projeto. Para isso, você pode se inspirar na explicação acima.

B_Cada jovem receberá a folha com o Mapa de Atores para preencher, de acordo com as explicações abaixo. O objetivo é criar um mapa que identifique e represente os diversos atores ligados ao desafio escolhido.

No Mapa, o "Coração" é representado pelas pessoas e/ou grupos afetados pelo desafio, aqueles que serão mais beneficiados diretamente ou têm interesse em contribuir para a solução do problema.

Essas pessoas são muito especiais, pois muito provavelmente serão seus usuários/clientes/público-alvo do seu futuro empreendimento!

_Em "**Atores diretos**", o(a) jovem deve identificar quem são as pessoas que estão imediatamente ligadas ao desafio ou impactadas por ele. Os atores diretos têm também a capacidade de influenciar sua futura ideia, de mobilizar outros atores a favor (ou contra) ela.

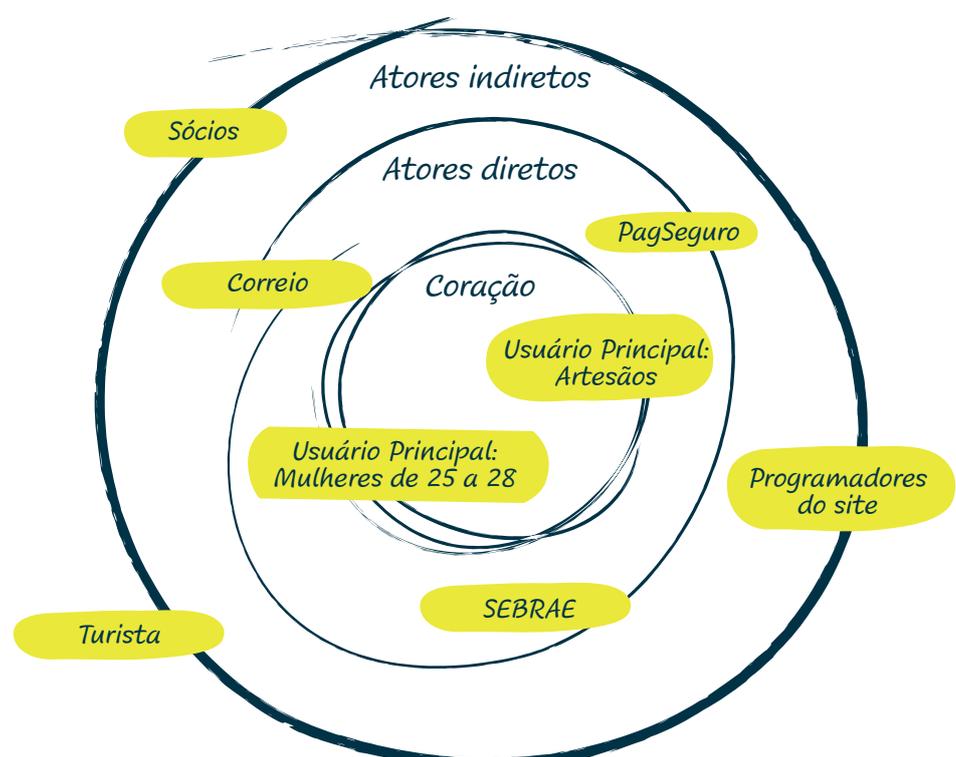
_Em “**Atores Indiretos**”, cada jovem vai identificar aqueles que não estão relacionados de imediato ou mais diretamente ao desafio, mas podem ser necessários em parceiras futuras para ajudá-lo a solucioná-lo.

C_Peça aos(as) jovens que preencham cada ator identificado em um post-it separado e cole no respectivo campo na folha do Mapa de Atores. Os post-its permitem incluir e retirar os atores quando necessário.

Para cada ator levantado, o(a) jovem deve responder às seguintes questões:

- 1_ Que contribuição este ator pode trazer para resolver o desafio?
- 2_ Em que medida está disposto a ajudar?
- 3_ Qual influência ele tem?
- 4_ Qual a sua relevância e impacto no desafio?

É importante que os(as) jovens registrem os principais pontos observados, porque isso poderá ser usado durante os próximos encontros da formação. Ao final, cada pessoa terá um mapa parecido com este exemplo:



D_Peça para os(as) jovens se organizarem em duplas e apresentarem, uns para os outros, o Mapa produzido. Cada pessoa terá 10 minutos para falar e receber feedbacks de sua dupla, depois os papéis se invertem. Quem ouviu, apresentará seu Mapa e receberá os feedbacks do outro(a).

Incentive que os(as) jovens contribuam com sua dupla apontando possíveis entraves (por exemplo, desconhecer ou não ter contato com algum ator importante mapeado) e fortalezas (ter grande proximidade, conhecimento e relação com alguns dos atores mapeados).

Isso ajudará os(as) jovens a definirem seu público-alvo, localizado no coração do Mapa. Ele poderá ser revisitado posteriormente, sempre que necessário.

Atividade 3: Vamos falar de empatia?

COMPREENDER O QUE É EMPATIA E SUA IMPORTÂNCIA PARA UMA ATITUDE EMPREENDEDORA E PARA O ENTENDIMENTO DO PÚBLICO-ALVO DO FUTURO EMPREENDIMENTO DO(A) JOVEM. ALÉM DISSO, A EMPATIA POSSIBILITA O DESENVOLVIMENTO DE UMA ESCUTA ATIVA.



TEMPO ESTIMADO:
20min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Papel sulfite
(ou bloquinhos
ou cadernos);
_Canetas.

Antes de falarmos de seu significado, vamos entender de onde vem essa palavra. **Empatia** vem do grego Empatheia (que significa “paixão”): EM – significa “no interior”, e PAHTOS, “sentimento”. Em uma tradução livre, algo como “entrar no sentimento”.

Empatia é a capacidade de percebermos e compreendermos o Outro, é nos colocarmos no lugar dele(a) e buscar entender seus sentimentos, suas percepções sobre algo ou alguém. É buscar sentir o que essa Outra pessoa sentiria em uma determinada situação. É o interesse, a vontade de conhecer o próximo.

Empatia possibilita compreender melhor o comportamento e a maneira como as pessoas tomam decisões. É saber ouvir, acolher seus problemas, suas dores e emoções.

Falaremos logo mais como a empatia é fundamental para o entendimento do público-alvo e do próprio empreendimento.

Nesta atividade, vamos exercer a escuta e procurar compreender o Outro, sem julgamentos, pré-disposições ou preconceitos.

#comofazer:

A_Inicie a atividade falando brevemente sobre o que é Empatia. Pergunte à turma o que entendem sobre o tema.

B_Oriente os(as) jovens a formarem duplas com alguém que ainda não conheçam e conversarem entre si, apresentando-se. Para isso, cada um(a) terá sete minutos para falar, enquanto o(a) outro(a) escuta e faz anotações, quando necessário. Um fala, o outro escuta – e depois se inverte. É importante dar aos(às) jovens algumas dicas para que a escuta a seu(sua) colega seja empática:

- _Tenha uma atitude de abertura, receptividade e curiosidade em relação à/ao outro(a);
- _Não julgue o que o(a) outro(a) diz. Melhor do que isso: busque os pontos que ele(a) tem em comum com você;
- _Não interrompa a fala do(a) colega;
- _Procure se colocar 'na pele' do(a) outro(a), percebendo como ele(a) sente a própria realidade;
- _Preste atenção não apenas no que o(a) outro(a) diz, mas também em seu gestos, tom de voz e olhar.

Sugerimos algumas perguntas que podem facilitar a interação:

- _Diga uma grande paixão sua: pode ser por alguém, por algo.
- _Conte uma curiosidade sobre você, que poucas pessoas sabem.
- _Fale sobre um desafio (ou um problema ou perrengue) pelo qual você já passou. Conseguiu resolvê-lo? Se sim, como?

C_Utilize os minutos finais da atividade para fazer uma colheita de como foi esse exercício para o grupo. Pergunte à turma que diferença sentiram ao fazerem uma escuta empática.

Atividade 4:

Mapa de empatia

ENTENDER O QUE É E COMO UTILIZAR UM MAPA DE EMPATIA, PARA CONHECER MELHOR O FUTURO CLIENTE E ASSIM DESENVOLVER EMPREENDIMENTOS A PARTIR DE SUAS NECESSIDADES E ASPIRAÇÕES.



Tempo estimado:

1h



Materiais necessários:

- _Folha modelo "Mapa de Empatia";
- _Blocos adesivos (post-It);
- _Canetas e canetinhas;
- _Papel sulfite;
- _Computadores;
- _Internet;
- _Revistas, jornais.

Esta atividade é uma adaptação da proposta "Conhecendo mais o(a) outro(a)", promovida pelo Impact Hub, parceiro do Programa Pense Grande.

O Mapa de Empatia foi criado por Alexander Osterwalder, o mesmo autor de outra ferramenta que veremos nos próximos encontros, o Canvas.

.....

O objetivo do Mapa da Empatia é ajudar os(as) empreendedores(as) a se colocarem no lugar do seu público-alvo, compreendendo melhor suas demandas, desejos e dificuldades. O Mapa nos indica o que o cliente diz, faz, vê, pensa, sente e ouve em relação a um produto ou serviço que o(a) empreendedor(a) quer desenvolver. Dessa forma, o(a) empreendedor(a) desenvolve seu empreendimento a partir do ponto de vista do cliente.

.....

Essa é uma informação importantíssima, pois muitas vezes empreendemos a partir de uma percepção pessoal, de uma vontade própria, e não da necessidade do outro.

Apesar de o Mapa poder ser feito com uma personagem fictícia, é recomendado mapearmos uma personagem real, um potencial (e real) cliente. O objetivo é que os(as) jovens façam realmente um esforço para se colocarem na pele desse potencial cliente, mesmo que não conheçam sua realidade profundamente.



#comofazer:

A_ Pensando no desafio escolhido por cada jovem, agora é definir quem é o seu público-alvo (ou seu cliente principal).

B_ Entregue a cada um(a) a folha modelo “Mapa de Empatia”. Cada jovem vai levantar e organizar as informações sobre esse cliente utilizando o Mapa, a partir de seus “achismos” ou de pesquisas na Internet, jornais, revistas, livros e afins. Na próxima atividade, validaremos, ou não, as impressões iniciais.

Eles(as) criarão uma personagem (persona) que represente seu público-alvo. Disponibilize vários post-its e oriente-os(as) a preencherem na seguinte ordem, respondendo às perguntas a seguir:

Passo 1: O que ele(a) pensa e sente?

- _O que esta pessoa (ou grupo) realmente quer? E o que não quer de jeito algum?
- _Quais são seus maiores desejos e objetivos?
- _Quais seus maiores temores? Quais são suas preocupações?

Passo 2: O que ele(a) escuta?

- _Como o ambiente o(a) influencia?
- _O que amigos, familiares, vizinhança dizem sobre ele(a)?
- _O que ouve de pessoas próximas? Quem realmente o(a) influencia?

Passo 3: O que ele(a) fala e faz?

- _Como se veste, como se porta (e comporta)?
- _Quais as histórias que conta?
- _O que demonstra aos outros? O que fala aos outros?

Passo 4: O que ele(a) vê? (ambiente)

- _O que as pessoas à sua volta estão fazendo?
- _Como é a casa de seus amigos e familiares?
- _O que o mercado oferece em seu entorno?

Passo 5: Fraquezas

- _Quais são seus principais medos e dores?
- _O que pode dar errado em sua vida?
- _Quais obstáculos enfrenta?
- _Qual o maior obstáculo para seus objetivos?

Passo 6: Ganhos

- _Quais são seus principais desejos e vontades?
- _Onde quer chegar?
- _Qual o seu projeto ideal?

As perguntas acima são sugestões. Você pode pensar em outras que ajudem no entendimento e reflexão de cada um.

C_Peça para que ao menos cinco jovens apresentem seus mapas. Faça um apanhado do que foi discutido e apresentado e certifique-se de que ninguém ficou com dúvidas.

D_Encerre a atividade fazendo algumas perguntas provocadoras para o grupo, como:

- _“Os registros no mapa são a partir da visão que vocês têm do cliente ou dele próprio?”
- _“O quanto você conhece deste cliente? Como chegou a estas informações?”
- _“O desafio escolhido responde às dores e objetivos do cliente? Como? De que forma?”

Deixe a palavra aberta para quem quiser responder.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

Há um vídeo produzido pelo Pense Grande que pode apoiá-lo nesta atividade. Entre outros assuntos, aborda o Mapa de Empatia.

Acesse: <https://youtu.be/YD7nW87bQhg?t=3m29s>

A tendência é que, no começo, as primeiras hipóteses sobre o cliente sejam ainda superficiais, a partir do olhar dos(as) jovens ou de suas experiências. Essas informações serão mais refinadas e comprovadas com o amadurecimento do empreendimento. Por isso fazemos a atividade com post-its, que podem ser mudados no futuro.

Importante: Os campos “Ganhos e Fraquezas” definem o que é importante para o cliente. Se o desafio escolhido não aparecer aqui, pode ser que não seja tão importante para o cliente. Provoque os(as) jovens dizendo que, quanto mais importante é o desafio para o cliente, mais impacto e mais chance de dar certo o empreendimento terá.

.....

Atividade 5: De frente com o cliente

APROFUNDAR O CONHECIMENTO SOBRE QUEM SÃO OS POTENCIAIS CLIENTES PARA CADA IDEIA DE NEGÓCIO.



TEMPO ESTIMADO:
3h30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _ Celulares;
- _ Canetas;
- _ Réguas;
- _ Papel sulfite;
- _ Flipchart;
- _ Computadores;
- _ Blocos adesivos (post-It).

O Mapa de Empatia é apenas o primeiro passo para conhecer melhor o público com quem se vai trabalhar. Para deixar o Mapa mais completo e validar as suposições, é necessário ir a campo e falar com o potencial cliente ou público-alvo.

Como se trata de uma saída a campo, planeje a atividade com antecedência. Vale reforçar as orientações dadas anteriormente:

- a) Caso a formação Pense Grande aconteça em ambiente escolar, combine e organize com a direção. Defina as responsabilidades envolvidas nesta saída para fora da escola.
- b) Convide outros professores e assistentes para auxiliá-lo(a). Apresente a proposta com antecedência e mostre como pode ser rica essa experiência interdisciplinar.
- c) Se está fora do ambiente escolar, os cuidados com o planejamento e a saída são iguais.

Peça o apoio de voluntários, amigos e conhecidos.

Dica: Há combinados fundamentais para o sucesso da visita. Não se esqueça de:

- a) Combinar horários de saída e chegada;
- b) Identificar quais os cuidados devem ser tomados durante o trajeto e nos locais visitados – e quais locais devem ser evitados!;
- c) Salvar o telefone de contato de ao menos um integrante de cada grupo (pode ser uma espécie de líder);
- d) Informar aos pais/responsáveis, se houver crianças ou adolescentes, sobre a importância dessa atividade no processo de formação do empreendedor.

.....

Importante: as etapas desta atividade podem acontecer em dias diferentes. Uma sugestão é deixar um dia para a elaboração do questionário, outro para a realização das entrevistas e um último encontro para a sistematização das respostas.

.....

**#comofazer:**

A_Cada jovem deverá identificar cinco pessoas diferentes que tenham o perfil de seu cliente ou público-alvo, traçado no Mapa de Empatia. A dica é selecionar pessoas que tenham disponibilidade de conversar ou com as quais o(a) jovem tenha possibilidade de entrar em contato.

B_Os(as) jovens devem elaborar uma lista de perguntas-chave antes de saírem para entrevistar seus(suas) possíveis clientes.

Importante: as perguntas devem permitir que os jovens conheçam melhor seus clientes. As perguntas vão alimentar e refinar o Mapa de Empatia, mas não são exatamente iguais aos campos que foram preenchidos na atividade anterior.

Além disso, é importante não induzir a pessoa a responder o que queremos. O melhor é propor questões abertas, que deem espaço para que ela possa falar livremente e se sinta confortável para respondê-las. Lembre os(as) jovens de que a pessoa está sendo convidada para ajudar em seu empreendimento: por isso, gentileza e educação sempre. Ah, e empatia, claro!

Abaixo, temos algumas sugestões de perguntas, mas também incentive que eles(as) façam outras perguntas que acharem necessárias:

_Como é seu dia a dia? O que você faz da hora que se levanta até a hora em que vai dormir?

_Por onde você anda normalmente? Quais são os lugares pelos quais circula?

_Com quem você conversa?

_Alguma dificuldade incomoda especialmente nessa rotina? Por quê?

_Você sente falta de alguma coisa? Tem algum medo?

_Qual é o ponto alto da sua semana? Por quê?

_O que você gostaria que fosse diferente na sua vida?

C_ Com os contatos definidos e o roteiro de perguntas feito, é hora de ir a campo. Faça os combinados com a turma e pé na estrada!

Peça à turma para levar celulares, canetas e papéis para anotação. É importante não perder nenhum detalhe, nenhuma informação neste momento.

Caso queiram, poderão fazer fotos, vídeos e áudios, desde que os entrevistados saibam e autorizem previamente os registros.

D_ Com todos de volta, é hora de sistematizar as informações coletadas.

As informações coletadas serão muito importantes e serão trabalhadas nos próximos encontros. Se for possível, peça a cada jovem para organizar as informações coletadas em arquivos digitais, usando, por exemplo, uma tabela em um editor de texto ou mesmo uma planilha eletrônica.

Segue uma sugestão que pode ajudá-los(as):

Entrevistado(a)	Resposta da Pergunta 1	Resposta da Pergunta 2	Resposta da Pergunta 3	Resposta da Pergunta 4	...
PESSOA 1					
PESSOA 2					
PESSOA 3					
PESSOA 4					
...					

Para cada resposta, de cada entrevistado, é importante que sejam registrados os principais pontos. Um recurso é utilizarem palavras-chave. Outro recurso são citações, frases ou trechos de frases dessas conversas. Ao citá-las, procure sempre utilizar aspas.

Se não tiverem computadores à disposição, podem utilizar folhas de flipchart ou sulfite, o importante é não deixarem de lado nenhuma informação importante.

E_Cada jovem vai revisar e atualizar seu Mapa de Empatia a partir das evidências encontradas na saída a campo, identificando as reais dores (problemas) e desejos (oportunidades) do público-alvo.

F_Para finalizar a atividade, peça para, pelo menos, cinco jovens apresentarem, de forma sucinta, os resultados obtidos. Peça que informem as principais descobertas, quais pontos merecem ser mais investigados (e por que) etc.

Algumas perguntas que podem ajudar nessa reflexão:

_ “Como foi a atividade para você? Conseguiu cumprir com o planejamento?”

_ “O que deu mais certo? A escolha do entrevistado, as perguntas feitas?”

_ “Algo deu errado? Se sim, por quê? Qual foi sua reação?”

_ “Faltou algo para conhecerem mais sobre esse cliente? Se sim, o quê?”

saiba mais



1

O que é escuta ativa e como ela pode ajudar em boas conversas. Acesse o texto da WikiHow publicado em: <https://goo.gl/pLbNJt>

2

O Social Good Brasil conta mais sobre o Mapa de Empatia. Acesse: <https://goo.gl/CJWz46>

3

O que é Empatia – de jovens para jovens. Assista ao vídeo no canal das Tititias no YouTube: <https://goo.gl/jZ2qSg>

4

A importância da Empatia – em inglês (legendado) – no canal da Ideia na Tela no YouTube. Assista: <https://www.youtube.com/watch?v=Ay846oJ8tfY>

5

O que sapatos e Empatia têm em comum? Vamos conhecer? Acesse o site Chicken or Pasta e descubra: <https://goo.gl/hHmZNg>

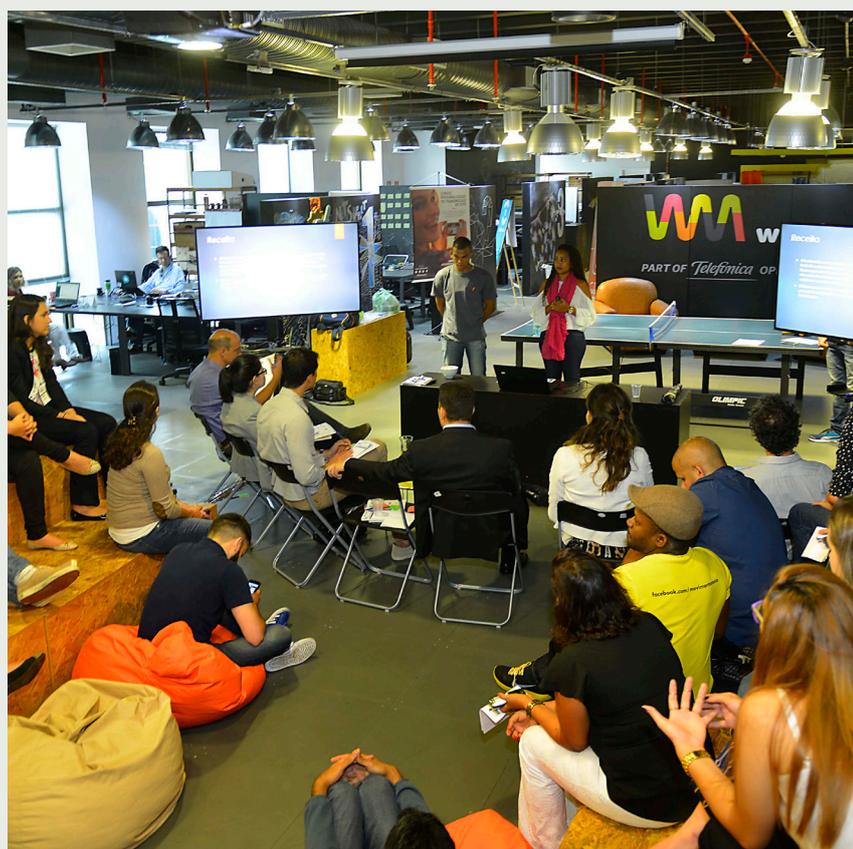
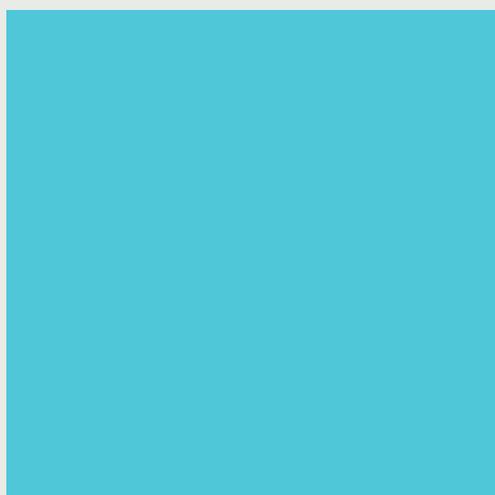
6

Uma das atividades requer um planejamento com antecedência. Que tal aprendermos mais sobre organização do nosso tempo, tarefas e o dia a dia? A Aliança Empreendedora conta mais neste vídeo do Tamo Junto, no YouTube. Acesse: <https://goo.gl/vsMaUS>

7

Conheça o Impact Hub, parceiro do Pense Grande. Acesse: <http://saopaulo.impacthub.com.br>

Modelo de negócio



Contexto

Olá! Chegamos à metade de nossa jornada empreendedora! É hora de pararmos por alguns minutinhos, tomar uma água, recuperar o fôlego e continuar o percurso. Há muitas conquistas para celebrarmos, afinal, demos passos importantes para que os(as) jovens se tornem empreendedores(as) e também desenvolvam da melhor forma possível seus futuros empreendimentos.

E esse futuro não está tão longe assim...

Ao longo do Tema 5, desenvolveremos ainda mais o lado empreendedor dos(as) jovens. Daremos passos fundamentais para o desenvolvimento dos empreendimentos, ao pensarmos em possíveis saídas para os desafios escolhidos até aqui. A proposta é criar, de maneira criativa, soluções inovadoras para as oportunidades identificadas no tema anterior.

Os(as) jovens aprenderão o que é um **modelo de negócio** e sua importância para o empreendimento. Vamos olhar para o mercado e entendê-lo: quem são os principais concorrentes de cada empreendimento? Quais soluções eles geram para seus desafios? Quais podem ser melhoradas? Para se destacar, será preciso superá-los! Para apoiar essa compreensão, apresentaremos a ferramenta **Canvas**, bem como outras ferramentas para estruturar uma ideia de empreendimento.

É um tema que envolve muitos conceitos e informações. Por isso, atenção e concentração durante as próximas atividades ajudarão muito na compreensão e elaboração do modelo de negócio dos(as) jovens e facilitarão as próximas etapas da formação.

Brainstorming

Como pensar em soluções inovadoras e criativas? O momento de "**ideação**", parte da abordagem do **Design Thinking**, um caminho que busca gerar várias ideias, capazes de solucionar um desafio e, mais tarde, levar a um empreendimento.

Diante de um desafio, estamos acostumados a buscar as soluções mais "viáveis, seguras e comprovadas", sem pensar (e avaliar) outras ideias que podem aparecer... Se queremos inovar, isso pode ser um grande equívoco!

Para as ideias inovadoras surgirem, vamos utilizar uma técnica bem conhecida chamada Brainstorming ou, em uma tradução livre, “Tempestade de Ideias” ou ainda “Toró de Parpites”. =P

No brainstorming, quanto mais ideias, melhor. Todos têm a oportunidade de falar e expor suas ideias para solucionar o desafio, levando em conta as características do público-alvo que trabalhamos no Mapa de Empatia no tema anterior (Tema 4 – Atividades 4 e 5).

De onde partimos?

A metodologia do programa Pense Grande está fundamentada, entre outras referências, nos conceitos da **Startup Enxuta** ou **Lean Startup**, em inglês.

Não adianta ter uma ideia mirabolante se ela não se sustenta, nem consegue a adesão de interessados. Vimos o começo dessa história no Mapa de Empatia (Tema 4 – Atividades 4 e 5), lembra-se? Tradicionalmente, quando uma pessoa tem uma ideia de negócio, ela planeja com detalhes e estrutura tudo em um **plano de negócio** – que contém, na maioria das vezes: sumário, planejamento estratégico, descrição do negócio, análise do mercado, plano de marketing e plano financeiro. É um olhar bastante voltado para o negócio que está nascendo e um exercício mais teórico (e normalmente otimista) de como as coisas vão funcionar.

Mas o que é startup?

De uma forma resumida e simples, é a reunião de uma equipe para validar um modelo de negócio, ou seja, validar uma ideia. Assim, pode-se garantir que o esforço do(a) empreendedor(a) está focado em desenvolver um produto ou serviço que funciona e tem demanda, sem desperdiçar tempo e recursos. Na dinâmica da startup, as respostas encontram-se no próprio mercado. Então, em vez de gastar muito em planejamento e pesquisa, testa-se rapidamente, com o mínimo que tiver, a aceitação do produto ou serviço entre os potenciais clientes – o chamado **Produto Mínimo Viável** (ou **MVP** – Minimum Viable Product, em inglês).

É um tiro no escuro: o(a) empreendedor(a) apresenta o plano de negócio para investidores, monta a equipe, faz o lançamento e começa a vender, para só depois saber como os clientes/mercado vão reagir ao negócio.

A Startup Enxuta vai na contramão desse processo mais tradicional. O empreendimento é criado após sucessivas validações junto a seu público-alvo. Funciona como um laboratório para as ideias e hipóteses relacionadas – algumas vão para frente, outras ficam pelo caminho.

A metodologia se propõe a experimentar e testar hipóteses da solução com o cliente até chegar a uma versão que vale a pena estruturar, planejar e escalar. A partir do momento que essa solução é validada, a startup se torna uma empresa ou outro tipo de organização mais estruturada.

A filosofia da Startup Enxuta pode ajudar muito o(a) empreendedor(a) desenvolver suas ideias e a lançar produtos ou serviços no mercado de forma ágil, olhando para o cliente e com baixo custo para sua produção. Economiza-se nos recursos (pessoas, dinheiro, tempo), pois se busca entender, o mais rápido possível, o público-alvo (cliente) e o que o mercado deseja e necessita. Se for pra errar, que seja rápido, sem custar muito e já incorporando os aprendizados!

De forma resumida, a Startup Enxuta tem cinco grandes características:

1_Possibilitar menos tempo de criação do produto: foca-se mais em um “**protótipo**” – um piloto para testes – que chamamos de Produto Mínimo Viável;

2_Desenvolver rapidamente o empreendimento, fazendo correções e melhorias constantes a partir do que é observado no processo, evitando um desenvolvimento sem-fim, sem nunca lançar para o mercado;

3_Testar muitas vezes o produto ou serviço junto ao público-alvo e recolher informações preciosas para sua melhor adequação e aderência às necessidades dos clientes;

4_ Utilizar a menor quantidade possível de recursos (humanos e financeiros), até o produto se encaixar às necessidades dos clientes e mercado, trabalhando com mais eficiência e menos gastos;

5_ Errar e aprender rápido: Deu errado? Se o produto (ou modelo de negócio) não estiver tendo boa aceitação do mercado, não hesite em mudá-lo. Se não fizer isso, a chance de sua ideia afundar é enorme.

No Saiba Mais deste Tema, trazemos outras referências importantes para a metodologia do programa Pense Grande. Não deixe de conhecê-las. ;)

Modelo de Negócio

Na proposta do Pense Grande trabalharemos com modelos de negócio, que é como você descreve um empreendimento:

O quê: como resolve o problema/necessidade e que benefícios fornece aos clientes (**criar valor**);

Como: como levará esses benefícios até os clientes (**entregar valor**);

Quanto: como o empreendimento irá se sustentar financeiramente (**capturar valor**).

Um modelo de negócio é diferente de um plano de negócio. Este último é um documento muito mais detalhado e aprofundado. O modelo de negócio – de forma mais prática, visual e simples – se encaixa muito bem no estágio de startup.

O conceito de modelo de negócio mais atual foi criado por Alex Osterwalder – o mesmo que criou o Mapa de Empatia – e Yves Pigneur no livro Business Model Generation. Para que um modelo de negócio possa ser descrito de forma simples, prática e bastante visual, eles criaram uma ferramenta chamada Canvas, que trabalharemos neste tema.

Essas táticas do mundo dos negócios serão muito úteis para apoiar e dar consistência às soluções levantadas pelos(as) jovens, as quais poderão futuramente virar empreendimentos que encaram os desafios de suas comunidades.

Pensando nos desafios e nos empreendimentos, os(as) jovens também olharão para o mercado em busca de inspiração em iniciativas semelhantes às suas.

Para facilitar a compreensão e entendimento dos conteúdos e atividades deste tema, vamos nos inspirar em um empreendimento que foi criado dentro do Pense Grande, em Santarém no Pará: o Embarcar. As respostas não correspondem necessariamente ao que o Embarcar preencheu na época ou ao que o empreendimento é atualmente, mas servem para ilustrar nossas atividades.

Ufa... quanta coisa! É hora de respirar fundo, tomar aquele fôlego e... bora lá!

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Listar possíveis soluções para atender à oportunidade escolhida (Brainstorming);
- _Utilizar a criatividade para criar soluções inovadoras;
- _Ter clareza sobre qual mercado o empreendimento vai atuar e seu modelo de negócio, além de desenvolver capacidade de pesquisa;
- _Organizar o modelo de negócio de seu empreendimento (ferramenta Canvas)

.....

Atividade 1:

Um olho na ideia e outro no desafio

PENSAR EM SOLUÇÕES CRIATIVAS E INOVADORAS PARA OS DESAFIOS ESCOLHIDOS NO TEMA ANTERIOR.



TEMPO ESTIMADO:
1h20min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Cartolinas ou flipchart;
- _Canetas e canetões;
- _Blocos adesivos (post-it).

Cada jovem deverá pensar em uma ideia de empreendimento para atender a seu desafio, definido no tema anterior, quando olharem para suas realidades e as conectarem aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Em um processo de Brainstorming, os(as) outros(as) jovens irão apoiá-lo(a) no aperfeiçoamento e expansão dessa ideia.

Exemplo do empreendimento Embarcar:

Desafio escolhido: Falta de informação sobre horários, preços, disponibilidade e lugar de onde saem os barcos que transportam passageiros em cidades e comunidades ribeirinhas da Região Amazônica, como Santarém no Pará.

ODS 11: Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis

Meta 11.2: Até 2030, proporcionar o acesso a sistemas de transporte seguros, acessíveis, sustentáveis e com bom custo benefício para todos(as), melhorando a segurança rodoviária por meio da expansão dos transportes públicos, com especial atenção para as necessidades das pessoas em situação de vulnerabilidade, mulheres, crianças, pessoas com deficiência e idosos.

#comofazer:

A_ Peça para que cada jovem tenha em mãos os materiais levantados sobre suas comunidades, antes e depois da saída a campo das atividades “Qual é a sua realidade?” (Tema 3 – Atividade 2), “Vamos falar de Empatia?” e “Mapa de Empatia” (Tema 4 – Atividades 4 e 5), que serão vitais para a proposição das ideias nesta atividade.

B_ Distribua folhas de flipchart ou cartolinas, muitas canetas, canetões e post-its.

C_ Peça a cada jovem que escreva no alto da folha o desafio e, na sequência, o maior número possível de soluções, lembrando que elas devem estar direcionadas ao público-alvo selecionado.

D_Divida a turma em trios para que eles(as) possam contribuir com o desafio do(a) colega. Em uma primeira rodada, que pode durar cinco minutos, cada jovem vai escrever o maior número possível de soluções para o desafio de uma das pessoas do trio. Na segunda rodada, vai gerar soluções para o desafio da outra pessoa do trio. Ao final, cada jovem terá três grupos de soluções: o primeiro grupo que ele(a) mesmo(a) escreveu e outros dois grupos dos(as) colegas do trio.

E_Agora, cada jovem volta a trabalhar sozinho(a) em seu desafio. Peça para agruparem as soluções que surgiram – algumas delas podem ter se repetido e outras serem complementares.

F_Após esse agrupamento, o(a) jovem deverá escolher e/ou reescrever uma única solução, que pode ser um conjunto de várias ideias que surgiram no Brainstorming. O ideal é que seja uma frase pequena e autoexplicativa. Se couber em um post-it, melhor ainda! ;)

Exemplo do empreendimento Embarcar:

Soluções listadas:

- _ Construir pontos de paradas dos barcos (tipo ponto de ônibus);
- _ Criar grupos de Facebook com horários, preços e locais de paradas dos barcos;
- _ Fazer placas nos barcos com as informações necessárias;
- _ Criar grupo no WhatsApp para pessoas compartilharem as informações que encontraram ou sabem dos barcos de passageiros;
- _ Abrir empresa de transporte fluvial de passageiros com esses diferenciais;
- _ Construir um aplicativo que disponibilize as informações solicitadas pelos clientes;
- _ Criar um site para venda de passagens fluviais;
- Construir um ponto de informação (tipo atendimento ao turista) na orla do rio para reunir informações sobre os barcos.

Solução escolhida:

_Aplicativo que reúne informações sobre os barcos de transporte de passageiros e faz a venda de passagens.

Os(as) jovens devem se questionar ao máximo se essas ideias são, de fato, viáveis dentro de suas realidades. A solução escolhida deve estar bem alinhada com o que foi descoberto e ouvido dos clientes para o Mapa de Empatia.

G_Convide pelo menos cinco jovens a apresentarem a solução eleita e as justificativas da escolha. Abra espaço para que a turma faça perguntas e dê sugestões para quem apresentou. Isso é um presente para os(as) jovens, um momento real de cocriação e colaboração. =)

Confira abaixo algumas perguntas que podem ajudar os(as) jovens a darem esse retorno sobre as soluções apresentadas. E lembre-se: o objetivo é ajudar a melhorar a ideia, não julgá-la.

“O que acharam da ideia?”

“Como enxergam a viabilidade da ideia como negócio?”

“Como veem a aderência da solução junto ao público-alvo?”

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_ Para um bom Brainstorming, é preciso cuidar do tempo para que os participantes possam pensar nas ideias, preferencialmente em um espaço agradável e confortável. Se for possível, vale disponibilizar um café e/ou algum doce para dar aquela energia e pensar melhor.

B_ Não existem ideias certas ou erradas, todas são válidas e merecem ser consideradas no processo.

C_ Incentive que os(as) jovens estejam abertos(as) a receber as contribuições dos colegas. Muitas vezes, eles(as) se apegam a uma única ideia, se fixam em algo e não se abrem para que outras possibilidades surjam. O exercício aqui é colaborar, cocriar, fazer junto. ;))

.....

Atividade 2: Círculo Dourado

DEIXAR MAIS CLARO
AOS(ÀS) JOVENS
QUAL O PROPÓSITO
QUE GUIARÁ SEUS
EMPREENHIMENTOS.



**TEMPO
ESTIMADO:**
1h40min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Papel sulfite;
- _Cartolinas ou flipchart;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Canetas.

Esta é uma adaptação da atividade de mesmo nome criada pela Impact Hub, parceira do Pense Grande.

Neste momento da jornada empreendedora, mais importante do que ter uma solução definida é responder à pergunta: “Por que fazemos o que estamos fazendo?”.

Quem traz esse questionamento é Simon Sinek, especialista em inovação. Ele notou que grandes líderes mundiais respondem a essa pergunta em seus projetos. “Segundo a teoria, todas as pessoas sabem bem o que elas fazem, algumas pessoas e empresas sabem como, mas apenas uma pequena quantidade sabe bem o porquê”, explica no livro “Marketing de Conteúdo: a Moeda do Século XXI”.

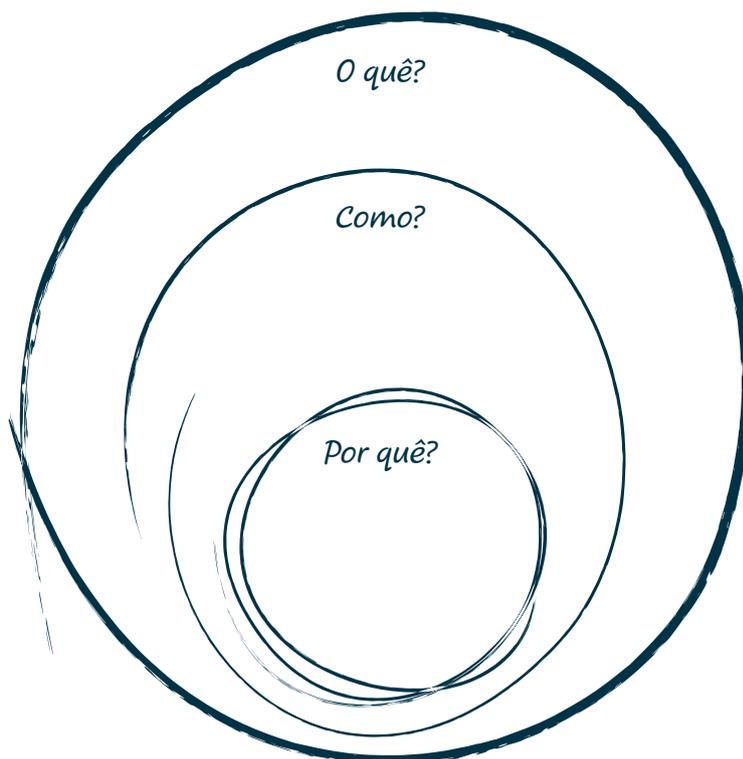
Saber o porquê empreender é fundamental para entender a motivação do(a) empreendedor(a). Cada jovem deve saber responder por que acredita em sua ideia a ponto de transformá-la em um empreendimento.

Já começamos a trabalhar essa motivação dos(as) jovens no Tema 1, nas atividades do “Ikigai” (Tema 1 – Atividade 3) e “Você é o seu(sua) super-herói(heroína)” (Tema 1 – Atividade 4). Todos esses elementos, juntos, ajudarão a responder a atividade de agora.

#comofazer:

Parte 1 - O quê?

A_Cada jovem recebe uma folha sulfite, cartolina ou folha de flipchart e desenha três círculos, um dentro do outro – sendo um maior, outro tamanho médio e um menor –, conforme o exemplo abaixo:



Material para formação de Voluntários Pense Grande, produzido pela Impact Hub.

No círculo menor, mais interno, está a pergunta "POR QUÊ?". No círculo intermediário, a pergunta "COMO?" e, no círculo maior, mais externo, a pergunta "O QUÊ?".

B_Retome a atividade "Um olho na ideia e outro no desafio" (Tema 5 - Atividade 1), em que, a partir do Brainstorming, cada jovem definiu uma solução possível para transformar em negócio e solucionar um desafio. Essa solução é "o quê" queremos fazer. Peça para os(as) jovens escreverem a solução em um post-it e colar no círculo maior "O QUÊ?".

Parte 2 - Como?

O "COMO?" diz respeito à forma de se fazer e inclui os valores e crenças que o(a) empreendedor(a) e seu negócio tem. Ao responder "como", o(a) jovem identificará o seu diferencial, aquilo que irá fazer se destacar na multidão.

A_Cada jovem deve pensar na maneira como seu empreendimento se destacará no mercado. Qual seu diferencial, qual sua riqueza, seu “ouro”? Eles(as) devem anotar nos post-its todas as ideias surgidas.

B_Forme duplas para os(as) jovens colaborarem uns com os outros. Cada jovem compartilha suas ideias – os seus “como” – com sua dupla, que depois pode fazer perguntas e dar sugestões. Depois, os papéis se invertem: quem escutou na primeira rodada agora fala. Um olhar de fora pode ajudar muito na definição do “COMO?” de cada empreendimento.

C_Com as anotações das sugestões recebidas, cada jovem volta a trabalhar individualmente para refinar seu “COMO?”. A sugestão é escolher o que for mais aderente à solução (que responde ao desafio), mas também que represente os valores de cada um(a). Uma vez definido o “COMO?”, o(a) jovem deve colar esse post-it no círculo intermediário.

Parte 3 - Por quê?

No Círculo Dourado, o grande salto é conseguir responder a “Por que fazemos o que estamos fazendo?”. Se tal clareza for alcançada, a chance de fazer algo realmente inovador é enorme.

A proposta aqui é enxergar o significado e o verdadeiro propósito do(a) jovem e responder a perguntas do tipo:

“Qual é sua causa?”

“Por que você quer empreender?”

“Por que você levanta e sai da cama todos os dias?”

“Qual é a sua motivação?”

“O que motiva a transformar essa ideia em um empreendimento?”

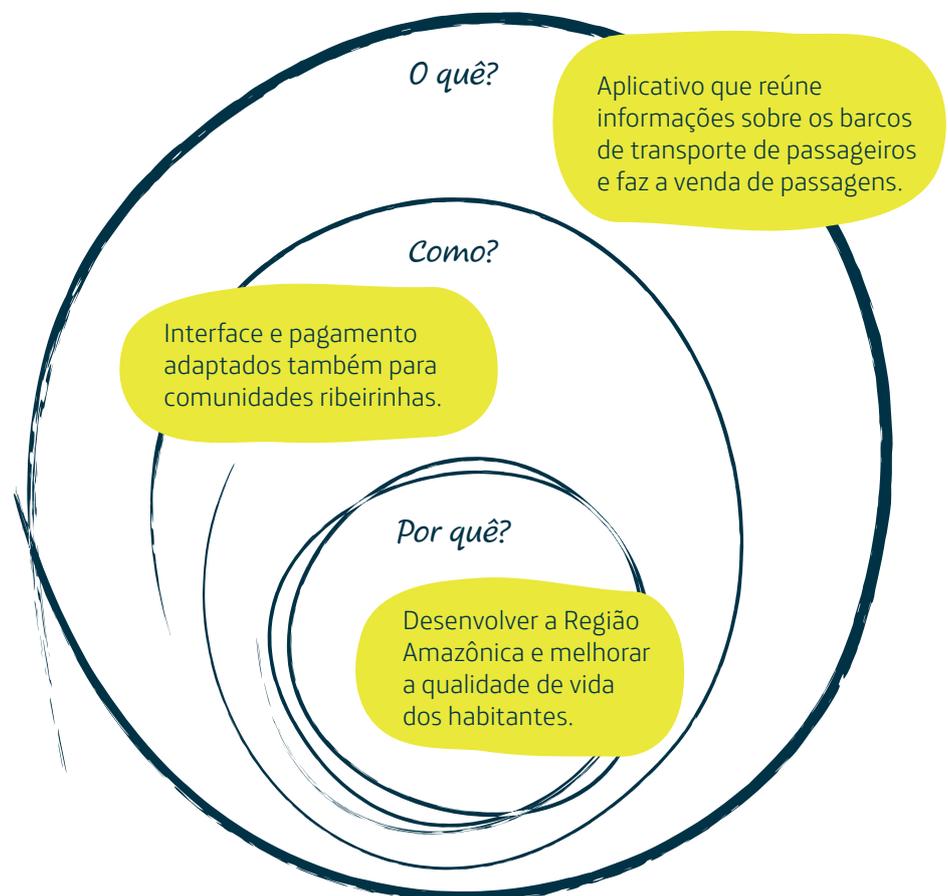
A_Novamente forme duplas, mas diferentes da etapa anterior. O objetivo é refinar ao máximo para chegar concretamente à resposta da pergunta “POR QUÊ?” do negócio. Sendo assim, após um(a) dos(as) jovens expor seu “O QUÊ?” e seu “COMO?”, o(a) outro(a) pergunta, de três a cinco vezes: “Você quer fazer o que se propõe fazer por quê?”.

É uma boa provocação para evitar respostas com pouca consistência como “Porque sim”, “Porque me identifico com o tema”, “Porque acho legal fazer algo assim”...

Enquanto um(a) fala, outro(a) escuta. E depois inverte. O objetivo é que se chegue em um “porquê” essencial e cada jovem se sinta confortável e motivado(a) a levar essa convicção adiante.

B_ Com as provocações feitas para as duas partes da dupla, cada jovem define individualmente a questão “POR QUÊ?”, escrevendo-o em um post-it e colando-o no círculo menor, central.

Exemplo do empreendimento Embarcar:



C_Novamente, para finalizar a atividade, peça para que cinco jovens apresentem, em até três minutos, seus Círculos Dourados preenchidos. É importante que valorizem e explicitem, de forma clara, as escolhas feitas.

D_Faça o fechamento da atividade, perguntando ao grupo suas principais descobertas e como foi a troca de informações com os(as) outros(as) jovens.

Atividade 3: Quem já faz o que quero fazer?

LEVANTAR INFORMAÇÕES DOS PRINCIPAIS CONCORRENTES (SE EXISTIREM) E SUAS CARACTERÍSTICAS MAIS IMPORTANTES, PRINCIPALMENTE QUAIS SEUS MODELOS DE NEGÓCIOS, PARA DIFERENCIAR OS EMPREENDIMENTOS QUE ESTÃO SURGINDO.



TEMPO ESTIMADO:
1h20min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computadores;
- _Internet;
- _Canetas e canetões;
- _Régua;
- _Papel sulfite;
- _Cartolinas ou flipchart.

#comofazer:

A_Cada jovem pesquisa quais são seus principais concorrentes, principalmente aqueles que já possuem um negócio estruturado e estão no mercado, levantando as características de cada um deles. Quanto mais ampla a pesquisa, quanto maior o número de concorrentes e informações sobre o mercado, melhor. Munidos das novas informações, os(as) jovens terão inspiração para desenhar seu modelo de negócio na próxima atividade.

B_Os(as) jovens devem registrar as seguintes descobertas:

- _As soluções (empreendimentos) que são bem parecidas com o que acabaram de pensar;
- _As soluções (empreendimentos) que abordam o mesmo desafio escolhido;
- _As soluções que trabalham com o mesmo público-alvo que eles(as) escolheram trabalhar.

Oriente-os(as) para que organizem as informações colhidas em uma tabela ou planilha eletrônica, como no exemplo abaixo:

Exemplo do empreendimento Embarcar

SOLUÇÕES BEM PARECIDAS COM O QUE PENSEI:	SOLUÇÕES QUE ABORDAM O MESMO DESAFIO:	SOLUÇÕES PARA O MESMO PÚBLICO-ALVO:
<p>App Tapajós Aplicativo gratuito, disponível para IOS e Android, permite compra de passagens e acesso a filmes para assistir a bordo</p>	<p>Navegação Sousa (expresso Golfinho) Empresa consolidada (mais de 30 anos), informação dos barcos e preços na página do Facebook.</p>	<p>Supermercado flutuante (produtos Nestlé) Barco com produtos da Nestlé, percorrendo 18 cidades do Rio Pará, multiplicadores nas comunidades para vendas de porta em porta.</p>
<p>Empreendimento B Características: ...</p>	<p>Empreendimento E Características: ...</p>	<p>Empreendimento H Características: ...</p>
<p>Empreendimento C Características: ...</p>	<p>Empreendimento F Características: ...</p>	<p>Empreendimento I Características: ...</p>

C_Os(as) jovens apresentam os resultados obtidos. Peça que ao menos cinco pessoas exponham as listas de soluções (empreendimentos) concorrentes encontradas no mercado. É importante que informem as características mais marcantes de cada.

D_Faça algumas perguntas para os(as) jovens que apresentaram, a fim de provocar a reflexão final da atividade:

“Quais os insights que você teve para o futuro de seu empreendimento a partir dessa pesquisa?”

“Quais são as características positivas que podem impulsionar seu empreendimento?”

“Quais as barreiras e os pontos de atenção observados que podem atrapalhar o empreendimento? Por quê?”

Esse é mais um momento super-rico: os(as) demais jovens podem enxergar pontos que não haviam pensado ao escutar as apresentações e respostas daqueles(as) que expuseram.

Atividade 4:

Organizando o negócio (Canvas)

SISTEMATIZAR O MODELO DE NEGÓCIO DO EMPREENDIMENTO DE CADA JOVEM E ORGANIZÁ-LO, PARA QUE SE TORNE UM EMPREENDIMENTO POSSÍVEL DE SER REALIZADO.



TEMPO ESTIMADO:
2h30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _ Folhas com o modelo de canvas impresso;
- _ Canetas e canetões;
- _ Régua;
- _ Blocos adesivos (post-it);
- _ Cartolinas ou flipchart.

Como organizar uma ideia de forma clara e objetiva em apenas uma folha de papel, e explicar como o empreendimento funciona (ou irá funcionar)? Isso é possível por meio do Canvas.

Ao se criar um modelo de negócio, pode-se enxergar, com clareza, como ele resolve uma necessidade ou problema (cria valor), chega até o cliente ou público-alvo (entrega valor) e ganha dinheiro (captura valor).

O Canvas possibilita a organização do empreendimento por meio de nove blocos (segmentos) a serem preenchidos pelo empreendedor. É preciso uma reflexão séria para preencher, pois uma informação confusa, rasa ou falsa pode atrasar e atrapalhar a realização do negócio.

Esta é uma atividade extensa, portanto, é preciso planejá-la com antecedência e dispor de tempo para realizá-la. Dividiremos a atividade por blocos, para facilitar a compreensão dos(as) jovens. Caso haja dúvidas, é fundamental que sejam trabalhadas de imediato.

Vamos lá?

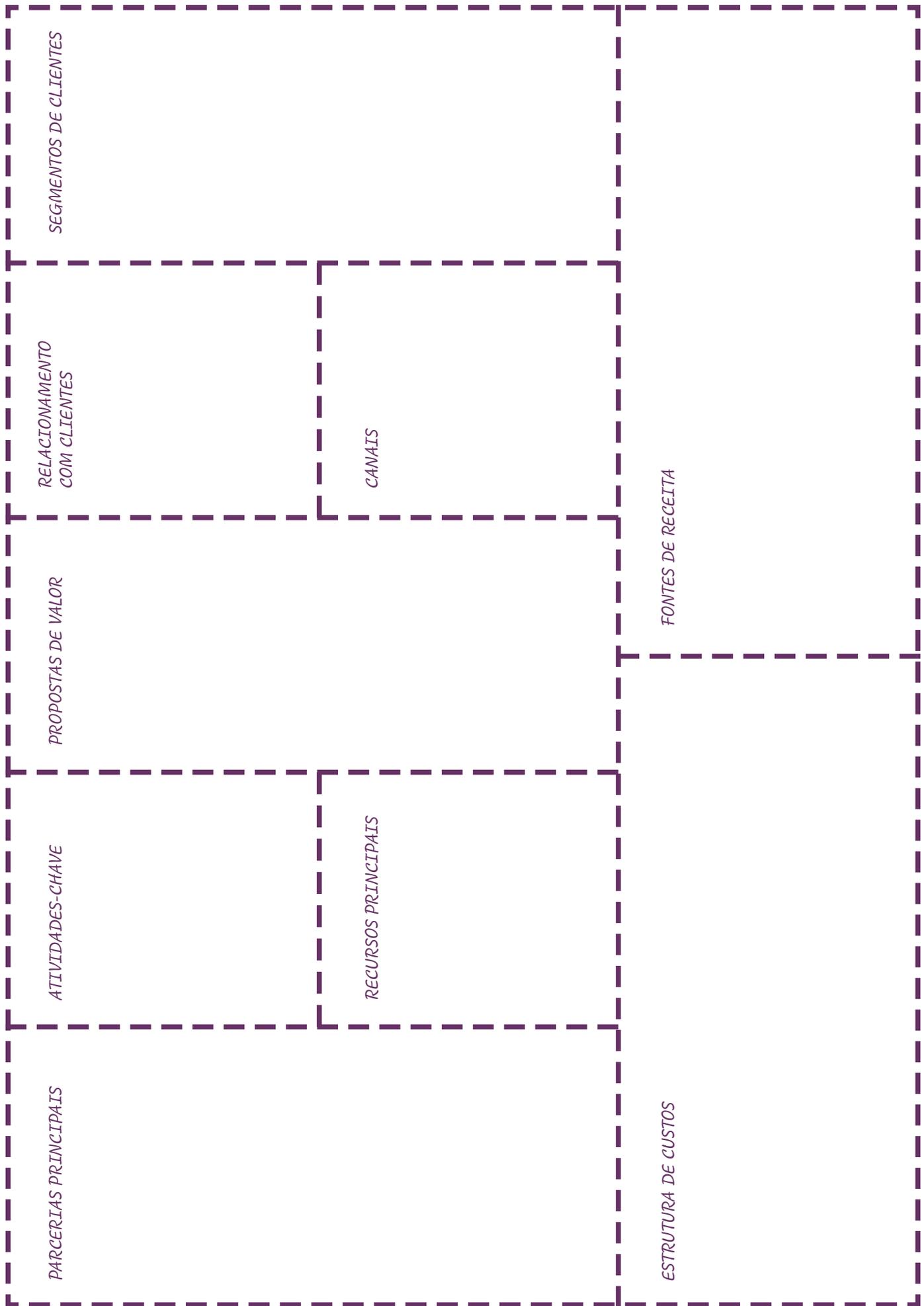
#comofazer:

A_ Cada jovem receberá uma folha impressa com o modelo de Canvas para preenchimento, seguindo a ordem dos blocos abaixo.

Disponibilize muitos post-its, pois a ideia é que o preenchimento seja flexível, as informações entrem e saiam a cada novo olhar para o modelo de negócio. Elas vão sendo refinadas até chegar ao modelo aprovado pelo mercado.

Para apoiá-lo(a), separamos um vídeo bastante didático e esclarecedor sobre o Canvas, que mostra como preenchê-lo e do que se trata cada um de seus nove blocos: "Pense Grande 2 – Canvas: montando o seu modelo de negócio". Acesse: <https://goo.gl/yAY28k>

Recomendamos assisti-lo com todo o grupo e, para cada bloco a ser preenchido, voltarem ao vídeo para melhor aproveitamento e compreensão.



Modelo de Canvas.

B_Cada jovem vai preencher individualmente o Canvas de seu empreendimento, na ordem a seguir. A sugestão é gastar em torno de 10 minutos para o preenchimento de cada bloco.

BLOCO 1: Para quem? (Segmentos de Clientes)

O objetivo é identificar o público para quem o produto/serviço será direcionado.

Retomamos aqui as atividades “Mapa de Atores” (Tema 4 – Atividade 2) e o “Mapa de Empatia” (Tema 4 – Atividade 4), que definem quem será o público-alvo (cliente) de seu empreendimento.

Perguntas-chave:

“Para quem você está criando valor (resolvendo uma necessidade)?”

“Quem são seus clientes mais importantes?”

BLOCO 2: Vou fazer o quê? (Propostas de Valor)

Este segundo bloco está bem ligado à atividade do “Círculo Dourado” (Tema 5 – Atividade 2), em que foram definidos “O QUÊ?”, “COMO?” e “POR QUÊ?” do empreendimento.

A proposta de valor é o campo “O QUÊ?” que cada jovem definiu: como o produto ou serviço funciona, o que o cliente ganha com isso e o impacto social dessa solução.

Perguntas-chave:

“O que você está oferecendo para os seus clientes?”

“Quais problemas dos seus clientes está ajudando a resolver?”

“Qual a necessidade atendida e qual o diferencial/inação do produto ou serviço?”

“Qual o impacto você quer atingir/provocar?”

BLOCO 3: Como chegarei a meus clientes? (Canais)

Neste bloco, os(as) jovens devem especificar como o produto (ou serviço) chegará até o cliente: por quais canais os clientes vão conhecer o produto (ou serviço), comprá-lo ou utilizá-lo.

Pergunta-chave:

“Quais canais de comunicação, distribuição e venda você usará para entregar a proposta de valor aos clientes?”

BLOCO 4: Como conversarei com meus clientes? **(Relacionamento com Clientes)**

Aqui, o(a) jovem deve informar como o empreendimento se comunicará com seus clientes, de que maneira vai se conectar a eles e engajá-los em seu negócio.

Perguntas-chave:

“Que relacionamento você quer estabelecer com os clientes?”

“Que meios vai utilizar para chegar até eles?”

“Você quer contar alguma história a eles?”

“Como eles podem te ouvir e como você pode escutá-los?”

BLOCO 5: Quanto e como vou ganhar dinheiro com o negócio? (Fontes de Receita)

Este bloco é fundamental na sustentabilidade financeira do empreendimento. A ideia é identificar quais serão as fontes de receita do negócio, como ele se sustentará e como se ganhará dinheiro.

Perguntas-chave:

“Quanto seus clientes estão dispostos a pagar pela proposta de valor?”

“Como seus clientes preferem ou podem pagar?”

BLOCO 6: O que eu preciso fazer para meu negócio funcionar? (Atividades-Chave)

Cada jovem deve informar aqui as principais atividades envolvidas no negócio, quais as principais ações para fazer o modelo de negócio funcionar e quais rotinas serão executadas no empreendimento.

Pergunta-chave:

“Quais são as atividades mais importantes para fazer o seu modelo de negócio funcionar?”

BLOCO 7: O que preciso ter para meu negócio existir? (Recursos Principais)

O(a) jovem determina os recursos físicos, humanos e tecnológicos necessários para fazer o negócio acontecer. A ideia é listar todos os recursos, mesmo que ele(a) não tenha ou ainda não saiba como consegui-los.

Perguntas-chave:

“Quais recursos são necessários para o empreendimento?”

“O que preciso ter para o negócio acontecer?”

BLOCO 8: Quem me apoiará? (Parcerias Principais)

Cada jovem identifica os principais fornecedores e parceiros que o(a) ajudarão a fazer seu empreendimento funcionar. Podem ser pessoas ou organizações que ajudarão a entregar o modelo de negócio.

Pergunta-chave:

“Quais as parcerias necessárias para criar e entregar a sua proposta de valor?”

BLOCO 9: Quanto vou gastar com tudo isso? (Estrutura de Custos)

Neste último bloco, o(a) jovem descreve a estrutura de custos do modelo de negócio, ou seja, quais são os custos (gastos) para manter o negócio de pé e funcionando.

Pergunta-chave:

“Quais são os custos mais importantes relacionados à operação do modelo de negócio?”



*Vídeo 02 – Canvas:
Montando o seu modelo
de negócio, do canal da
Fundação Telefônica Vivo
no YouTube.*

C_A fim de enriquecer os empreendimentos, promova novamente um momento de colaboração entre os(as) jovens para aprofundar o processo de revisão de seus modelos de negócio. Forme trios para facilitar a troca. Peça para cada jovem apresentar seu Canvas preenchido com os componentes de seu trio. Ao final de cada apresentação, separe alguns minutos para perguntas e apontamentos dos demais. Todos(as) do trio devem apresentar e receber sugestões. Esta etapa deve durar por volta de 50 minutos.

D_Com os(as) jovens de volta à roda, faça perguntas para finalizar a reflexão e abra a palavra para quem quiser respondê-las.

Sugestão de perguntas:

“Em seu modelo de negócio, o que mais gera dúvidas e incertezas?”

“Algum segmento (bloco) do Canvas necessita ser aprofundado?”

“É preciso consultar alguém do mercado para saber se uma das

partes de seu Canvas funcionará ou não? Com quem poderiam falar?”

saiba mais



1

Entendendo a Startup Enxuta em 5 pontos, com a matéria da Revista Exame. Acesse: exame.abril.com.br/pme/5-pontos-basicos-para-entender-o-lean-startup/

2

Entenda por que o movimento Lean Startup muda tudo, a partir deste artigo da Harvard Business Review. Acesse: hbrbr.uol.com.br/por-que-o-movimento-lean-startup-muda-tudo/

3

Conheça mais sobre a Semente Negócios, parceira de metodologia do Pense Grande. Acesse: <http://www.sementenegocios.com.br/>

4

“Startup: Manual do Empreendedor”, de Steve Blank e Bob Dorf. Um guia fundamental para quem quer construir um empreendimento inovador de maneira ágil e enxuta. Conheça os principais conceitos abordados neste vídeo publicado no canal EmpreDig do YouTube: <https://goo.gl/LkKYmw>

5

“Business Model Generation: inovação em modelos de negócios”, de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. O livro explica o Canvas, a ferramenta mais utilizada para enxergar modelos de negócio. Acesse: <https://goo.gl/Yw6exa>

6

“A Startup Enxuta”, de Eric Ries, explica a filosofia que ganhou o mundo e hoje é a principal maneira de criar empreendimentos inovadores. Acesse mais informações neste artigo da Wikipédia: https://pt.wikipedia.org/wiki/Lean_startup

saiba mais



7

O que é o Design Thinking? Para saber, assista a este vídeo no canal Na Prática, do YouTube: <https://goo.gl/3WSZ2u>

8

De onde vêm as boas ideias? Descubra assistindo a este vídeo no canal Globulo Celula Creativ, do YouTube: <https://goo.gl/W6EGs9>

9

Doze técnicas para um Brainstorming, no canal Viver de Blog, do YouTube, com o vídeo “Brainstorming: ideias para soluções inovadoras”: <https://goo.gl/JyxJRP>

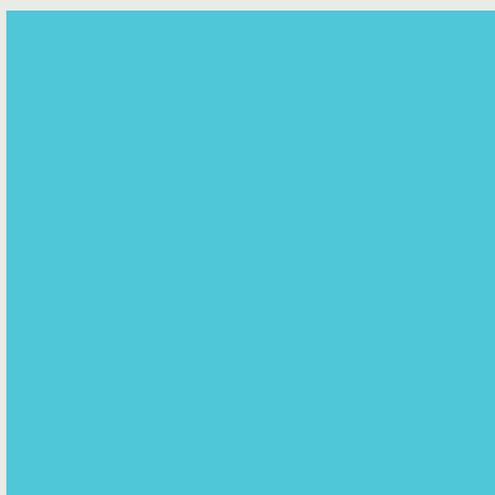
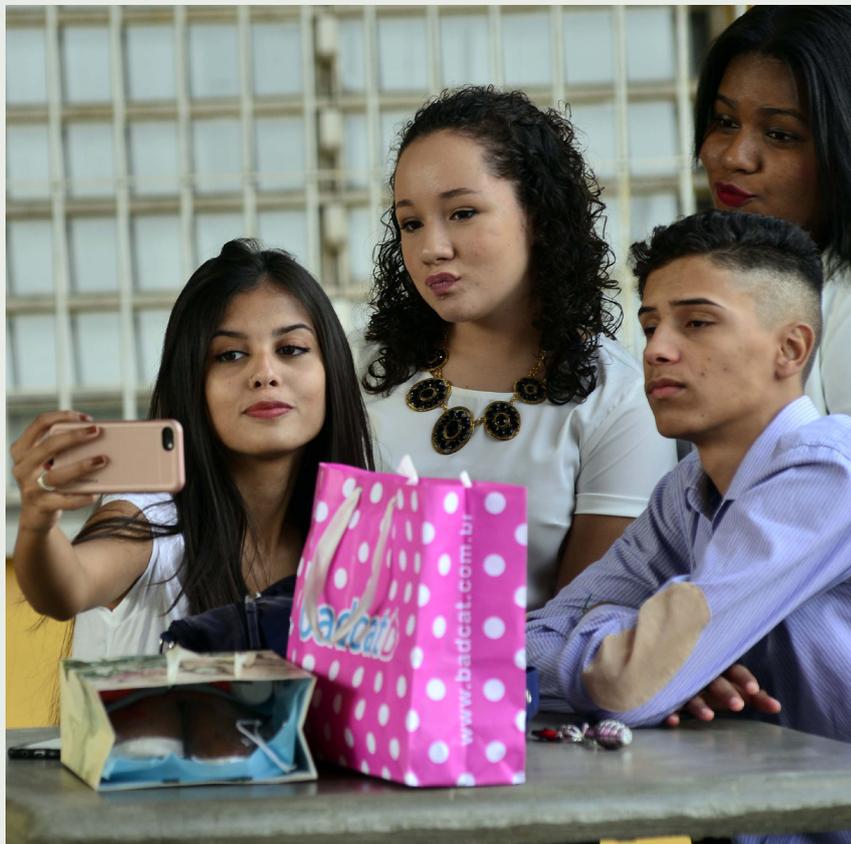
10

Palestra de Simon Sinek sobre o círculo dourado e sua importância na estratégia de negócios e líderes, no canal do TED, no YouTube: <https://goo.gl/edd4dB>

11

O Sebrae disponibiliza uma cartilha completa sobre Canvas e Modelo de Negócio. Acesse: <https://goo.gl/aqBFL2>

Equipe



Contexto

Olá! Bem-vindo(a) de volta à formação Pense Grande.

Até o tema anterior, cada jovem estava desenvolvendo seu empreendimento de maneira individual, olhando para sua realidade e seu contexto de vida. Revisitou sua história, seus saberes, interesses e aquilo que já sabe fazer.

Ao mergulhar em sua comunidade, encontrou nos desafios locais grandes oportunidades para solucioná-los, e isso é fundamental para quem quer ter uma atitude empreendedora. Sabe aquela história de com um limão fazer uma limonada?

Se no tema “Oportunidade” os(as) jovens encontraram desafios em seu entorno e os relacionaram a uma agenda global como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no tema “Modelo de Negócios” definiram soluções a fim de superá-los, organizando essas ideias no formato de um modelo de negócio, lembrando sempre de seu propósito para empreender.

No tema “Equipe”, eles(as) dão continuidade a seus modelos de negócio a fim de que se tornem empreendimentos reais. Mas, para que os sonhos saiam do papel, é necessário formar uma equipe. Afinal, como já dizia uma canção de Raul Seixas, “sonho que se sonha só é só um sonho, mas sonho que se sonha junto é realidade”.

É possível empreender sozinho? Sim, mas é muito mais difícil. Possivelmente, o(a) empreendedor(a) não dará conta de tudo para sempre, afinal, para um negócio realmente acontecer – e se manter – são necessárias muitas frentes.

Queremos desmistificar a ideia do “faz-tudo” no empreendimento.

O objetivo central do tema “Equipe” é como o(a) jovem pode se cercar de outras pessoas que tenham conhecimentos e habilidades complementares para criar uma equipe e desenvolver o negócio.

É um tema mais “leve” e rápido, mas não menos importante do que os demais. É uma tomada de fôlego para os próximos assuntos que virão. Neste tema, há uma importante mudança: o negócio deixará de ser “eu” e passará a ser “nós”.

Na jornada de um(a) empreendedor(a), o que normalmente acontece é ele(a) se unir a outras pessoas a partir de uma ideia, de uma vontade em comum, de um propósito. Isso também acontece em muitos outros momentos da vida. Por exemplo, na escola, na faculdade, com amigos(as) do bairro, em uma banda, um grupo de teatro, uma equipe de esporte, um grupo religioso, entre outros.

É importante refletir, neste momento do empreendimento, quem está apoiando ou pode apoiar o(a) jovem nessa ideia? Que competências e conhecimentos são necessários ter na equipe para levar o empreendimento adiante, concretizando-o?

Propomos neste tema maneiras de encontrar pessoas com as competências primordiais para cada empreendimento ou, ainda, encontrar “consultores(as)” que auxiliem a equipe em seus desafios e tarefas. O que se espera é a formação de equipes consistentes com clareza sobre como cada integrante vai contribuir, quais habilidades cada um(a) pode oferecer para o empreendimento.

Temos muito a fazer. Vem!

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Identificar as necessidades e competências de uma equipe para o empreendimento;
 - _Pensar e formar uma equipe com habilidades complementares para desenvolver um empreendimento;
 - _Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe, tendo clareza dos papéis e responsabilidades de cada componente;
 - _Alinhar a equipe sobre o modelo de negócio proposto.
-

Atividade 1:

De quem você precisa?

IDENTIFICAR QUAIS SÃO OS PERFIS DE PESSOAS NECESSÁRIOS PARA CONCRETIZAR O EMPREENDIMENTO DO(A) JOVEM.



TEMPO ESTIMADO:

2h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Folhas de papel sulfite;

_Canetas;

_Modelo de Canvas preenchido da atividade "Organizando o negócio (Canvas)" (Atividade 4 – tema "Modelo de Negócios").

#comofazer:

A_ Peça aos(às) jovens para analisarem o que listaram na seção "Atividades-chave" em "Organizando o negócio (Canvas)" (Atividade 4 – tema "Modelo de Negócios") e, a partir das anotações, fazerem duas listas: uma com as atividades que eles(as) têm capacidade e conhecimento para executar, e outra com as ações que demandam pessoas com outros perfis e conhecimentos para se responsabilizarem por sua execução.

B_ Pensando nas outras pessoas com perfis complementares, os(as) jovens devem responder às seguintes perguntas:

"Quem eu preciso, junto comigo, para colocar essa ideia em pé?"

"Quais características essas pessoas devem ter?"

Você pode dar exemplos de perfil: o(a) outro(a) integrante deve ser mais extrovertido(a) e gostar de conversar com outras pessoas, possuir um perfil interessante para se relacionar com futuros clientes? Ou precisa ser alguém mais "nerd", que conhece muito de tecnologia? Ou ainda alguém mais "popular", que conheça todos(as) da região e possa ajudar a chegar melhor no cliente?

Aqui não estamos falando de fornecedores e parceiros, mas sim de pessoas que formam uma mesma equipe que colocará a mão na massa: os(as) cofundadores(as) do empreendimento.

C_ Os(as) jovens encerram o exercício tendo em mãos duas listas de atividades necessárias para seu empreendimento e um mapeamento dos perfis que precisam buscar. É importante que esteja claro quais habilidades e conhecimentos são necessários e quantas pessoas precisam ser incorporadas à equipe para responder às demandas levantadas.

Atividade 2: Vamô, time!

FACILITAR A FORMAÇÃO DAS EQUIPES DOS EMPREENDEMENTOS, COMBINANDO PESSOAS COM TEMAS DE INTERESSE EM COMUM, AFINIDADES E COMPETÊNCIAS COMPLEMENTARES COM AS NECESSIDADES DOS NEGÓCIOS.



TEMPO ESTIMADO:
2h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:
_Papel sulfite;
_Canetas.

Chegou a hora de formar os times de empreendedores(as)! Até aqui, os(as) jovens caminharam individualmente em suas jornadas empreendedoras, agora vão compor equipes que, em conjunto, atenderão a um desafio único.

Cada jovem tem uma decisão a fazer: permanecer com sua solução inicial e convidar outras pessoas para seu empreendimento OU se incorporar ao time de outro empreendimento que lhe pareceu mais interessante, factível e/ou alinhado com seus interesses.

#comofazer:

A_ Peça para os(as) jovens formarem duplas. Cada jovem apresenta seu empreendimento para sua dupla, focando nos seguintes pontos:

- a_ O desafio escolhido (a oportunidade encontrada);
- b_ A solução proposta que responderá ao desafio (O quê?);
- c_ O segmento de cliente ou público-alvo da solução (Para quem?);
- d_ Ações necessárias para o negócio acontecer (Atividades-chave);
- e_ Os perfis de pessoas que necessita para apoiá-lo(a) e colocar seu empreendimento na rua

B_ Depois que a primeira pessoa se apresentar, ela vai escutar a apresentação de sua dupla.

C_ Quando ambas já tiverem apresentado, os(as) jovens devem buscar outra pessoa para uma nova dupla e repetirem suas falas, até que todos(as) se apresentem e escutem os(as) demais.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Sugerimos cinco minutos para a apresentação, pois é o tempo médio de um pitch que, resumidamente, é a maneira como um(a) empreendedor(a) apresenta seu negócio para possíveis investidores. É o famoso “vender seu peixe”. Falaremos com maior profundidade sobre esse assunto no Tema 9 da formação. Fique ligado(a)!

B_As falas precisam ser objetivas e claras: é uma arte conseguir comunicar aquilo que desejamos dizer ao outro em pouco tempo. Para isso, vale usar palavras simples, ser direto(a) nas ideias e explicitar as justificativas.

C_É importante que você, multiplicador(a), faça o papel de “cuidador(a) do tempo”. Todos(as) devem ter a mesma oportunidade de expor suas ideias, sem privilégios. Avise o grupo quando faltar um minuto para terminar o tempo estipulado para cada fala. Pode usar um celular, por exemplo, para cronometrar o tempo.

D_Incentive os(as) jovens a tomarem notas das apresentações dos(as) outros(as) colegas, coletando o que mais chamou a atenção deles(as).

.....

D_Com as apresentações feitas, comunique a turma o desafio que tem de formar as equipes, preferencialmente, com duas a quatro pessoas, para continuar desenvolvendo os empreendimentos. Cada pessoa tem três opções nesse momento:

- 1_Conversar com os(as) colegas para convidar pessoas para sua equipe – de acordo com os perfis e necessidades levantadas;
- 2_Abrir mão de sua solução e se juntar à equipe de outro empreendimento;
- 3_Continuar empreendendo sozinho(a) – caso não consiga ninguém para sua equipe.

Os(as) jovens podem se juntar em equipes a partir de vários critérios, como:

- _Afinidade com o desafio escolhido;
- _O mesmo tema ou ODS;
- _O mesmo público-alvo ou cliente;
- _Habilidades que possuem e que são necessárias em outro empreendimento (“eu sei algo que aquela outra pessoa precisa”);
- _Afinidade com algumas pessoas do grupo.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_É possível me juntar a um grupo pela amizade? Sim, os(as) jovens podem se juntar com aqueles(as) que consideram amigos(as) ou colegas mais próximos(as). Isso é importante, mas lembre-se que empreender não é como fazer um trabalho de escola ou faculdade. É algo que exige um comprometimento muito maior e que todos(as) precisam, igualmente, colocar a mão na massa. Só alerte o grupo para não deixar de lado a parte técnica, isto é, as necessidades do empreendimento ou as habilidades e competências de seus(uas) integrantes.

B_Cada equipe deve ter de dois a quatro integrantes no máximo. Equipes menores, até quatro pessoas, funcionam melhor do que as muito numerosas, pois nas equipes grandes fica difícil manter o mesmo comprometimento e volume de trabalho entre todos(as) seus(uas) integrantes. Estamos criando uma startup e todos(as) agora são cofundadores(as). Não faz sentido começar um empreendimento com muitos(as) sócios(as).

C_Pode ser que alguém queira continuar sozinho(a) ou que não consiga recrutar ninguém. Tudo bem se isso acontecer, mas sempre incentive a formação das equipes: é muito mais rico tanto para o empreendedor quanto para o empreendimento!

D_A composição das equipes pode ainda se alterar durante os próximos encontros. É comum isso acontecer, na medida em que os empreendimentos vão tomando corpo. Há a possibilidade de outras pessoas comporem o time durante o processo.

E_Procure acolher todo o grupo nas equipes. Caso algum(a) jovem não encontre um tema de seu interesse, procure compreender suas habilidades e ajude-o(a) a se encaixar em algum time.

F_As equipes devem analisar se conseguiram todas as competências necessárias para fazer o empreendimento acontecer. Caso contrário, devem pensar em pessoas de fora do grupo para agregar as competências que faltam para completar os times.

G_Em geral, as pessoas de fora, se não puderem participar da formação Pense Grande, transformam-se em uma espécie de “consultores(as)” para as equipes, auxiliando os(as) jovens em todos desafios do empreendimento.

H_Caso essa formação aconteça em um ambiente em que, por exemplo, não seja permitida a participação de pessoas de fora, será preciso encontrar soluções para lidar com as limitações. Uma estratégia é propor que a pessoa externa participe online ou que a equipe encontre a ajuda necessária nas pessoas de outros grupos.

.....

Atividade 3:

O meu, o seu, o nosso Canvas

INTEGRAR A NOVA EQUIPE DO EMPREENDIMENTO E REFORMULAR O MODELO DE NEGÓCIO A PARTIR DAS CONTRIBUIÇÕES DE CADA MEMBRO.



TEMPO ESTIMADO:
2h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Blocos adesivos (post-it);
- _Cartolinas ou flipchart;
- _Canetas;
- _Folhas sulfite;
- _Folha-modelo "Canvas".

#comofazer:

A_Cada pessoa das novas equipes formadas se apresenta para seus(suas) parceiros(as) de caminhada empreendedora. Incentive que cada um(a) fale brevemente sobre si e o porquê decidiu se juntar a esse empreendimento.

B_Cada equipe revisa a solução e refina o modelo de negócio proposto. A ideia é passar pelos nove blocos do Canvas para que os(as) novos(as) integrantes contribuam com pontos para melhorar o modelo de negócio da equipe. Não é necessário que todos os blocos sejam um consenso geral da equipe, mas é importante que todos(as) integrantes contribuam e se sintam confortáveis com as decisões tomadas.

Se a equipe chegar à conclusão de que vale a pena iniciar uma nova ideia, ela pode visitar seus Canvas individuais e extrair o que há de melhor em cada um deles. Não se trata de montar um Frankenstein, mas sim de compor uma proposta com o que de melhor pensaram até ali.

C_(1 hora e 30 minutos) Com o Canvas de cada equipe definido e revisado, cada equipe deve apresentá-lo aos demais. Ao final de cada apresentação, as demais equipes podem fazer perguntas que ajudarão a refinar o modelo de negócio de quem está apresentando. Dessa forma, todos saberão as propostas de empreendimento de todas as equipes.

Atividade 4: Análise F.O.F.A. do seu negócio

REALIZAR UMA ANÁLISE INTERNA E EXTERNA DO NOVO EMPREENDIMENTO, IDENTIFICANDO SEUS PONTOS FORTES E FRACOS.



TEMPO ESTIMADO:

1h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Cartolinas ou flipchart;
- _Canetões;
- _Blocos adesivos (post-it).

A **análise F.O.F.A.** (também conhecida como SWOT, em inglês) permite que empreendedores(as) mapeiem fatores internos e externos que podem interferir no sucesso do empreendimento: Forças e Fraquezas são características internas do projeto, enquanto que Ameaças e Oportunidades são características do ambiente em que o empreendimento está inserido.

#comofazer:

A_Peça para os(as) jovens continuarem em suas equipes de empreendimento e distribua uma cartolina ou folha de flipchart por equipe.

B_Os(as) jovens deverão dividi-la em quatro quadrantes:

- 1_ No quadrante superior esquerdo, escreverão "Principais FORÇAS";
- 2_ No quadrante superior direito, escreverão "Principais FRAQUEZAS";
- 3_ No quadrante inferior direito, escreverão "Principais AMEAÇAS";
- 4_ No quadrante inferior esquerdo, escreverão "Principais OPORTUNIDADES".

C_A partir daqui, eles(as) deverão preencher cada um dos quadrantes de acordo com as orientações abaixo. Para facilitar, podem utilizar post-its, pois as anotações podem mudar rapidamente de acordo com a discussão nas equipes.

Forças

São os recursos que cada equipe tem a seu alcance. Exemplos:

- _Pessoas com diferentes habilidades e conhecimentos;
- _Recursos financeiros;
- _Recursos físicos (um local para se reunir, equipamentos e ferramentas, etc.);
- _Capacidade do empreendimento – suas vantagens, em relação aos concorrentes, que geram competitividade e destacam o negócio do restante da multidão.

Algumas perguntas podem ajudar nessa definição:

- _“O que vocês fazem de melhor em suas atividades? Quais são as melhores coisas que seu empreendimento faz?”
- _“Quais recursos vocês já têm à disposição que fortalecem o negócio?”
- _“O que destaca o seu empreendimento dos demais concorrentes?”
- _“Que valores vocês têm que os outros não têm (ou não conseguem ter)?”

Incentive as equipes a buscar outras fortalezas de seu empreendimento. Podem retomar aqui a atividade “Círculo Dourado” (Atividade 2 – tema “Modelo de Negócios”), já que o “porquê” e o “como” podem ser grandes fortalezas do empreendimento.

Oportunidades

Vimos que podemos transformar um problema em uma oportunidade para solucioná-lo por meio de um negócio. Oportunidade é a capacidade de enxergar além do que temos em nossa frente; é identificar e aproveitar

situações que podem ser muito positivas para o negócio. É tudo que influencia positivamente o empreendimento. É algo que não controlamos, que está “fora”, mas pode ser aproveitado a favor do empreendimento. Por meio de pesquisas, observação e planejamento, é possível enxergar o que as outras pessoas não veem. Questões econômicas, políticas, novas tecnologias criadas, modismos e outras mudanças (até meteorológicas) podem abrir brechas e novos rumos para o empreendimento.

Fraquezas

Aqui identificamos os pontos mais vulneráveis do negócio (ou organização) em comparação a seus concorrentes (atuais e em potencial). A grande pergunta é: o que pode prejudicar seu negócio? Sem #mimimis, é necessário reconhecer aqui o que é preciso fortalecer, em que precisa investir, melhorar. De nada adianta olhar para um problema e sentar em cima dele... ele continuará existindo e sem resolução.

Algumas perguntas podem ajudar na reflexão desse quadrante:

- _ “Por que seu público-alvo escolhe (ou poderia escolher) a concorrência e não o seu negócio?”*
- _ “A equipe está qualificada para tocar o empreendimento? Todos dominam o que fazem (ou precisam fazer)?”*
- _ “Em que pontos o negócio pode melhorar?”*

Ameaças

São eventos externos que também não conseguimos controlar, mas é preciso ficar sempre atento(a). É tudo aquilo que pode prejudicar o empreendimento, afetá-lo de maneira negativa e comprometer seu presente e futuro. As ameaças podem ser também medos de seus(uas) empreendedores(as). É preciso pensar quais são os obstáculos que poderão ou não ser evitados. Essa é uma questão central aqui.

Outras perguntas que podem ajudar na reflexão:

- _ “O que os outros (concorrentes) andam fazendo?”*
- _ “Quais obstáculos vocês têm neste momento na vida?”*

Questões pessoais, financeiras, de trabalho?"

_ "As novas tecnologias são um problema para você e para o empreendimento?"

D_Com a F.O.F.A. consolidada, cada equipe tem até três minutos para apresentar suas análises ao grupo. Quem for apresentar, precisa ser objetivo(a) e claro(a) na fala, pois, dessa maneira, as demais equipes podem ajudá-lo(a) a refinar a análise ou ter novas ideias para seus empreendimentos.

E_Para encerrar a atividade, faça algumas perguntas e depois deixe o espaço aberto para quem quiser respondê-las:

_ "Esta análise trouxe novidades para o negócio? Se sim, quais?"

_ "O que a equipe pode fazer para, desde já, diminuir suas fraquezas e os riscos para o negócio?"

saiba mais



1

“5 passos para fazer o trabalho em equipe funcionar”. Leia esse artigo no portal Vagas Profissões: <https://goo.gl/7iJQAn>

2

O que NÃO fazer num trabalho em equipe. Acesse a matéria do site da Revista Exame “10 atitudes proibidas no trabalho em equipe”: <https://goo.gl/woZwKS>

3

Colaboração, liderança, organização na equipe e outros assuntos. Assista ao vídeo “Equipes e Colaboração”, do canal Afferro Lab, no YouTube: <https://goo.gl/Ly7ZQA>

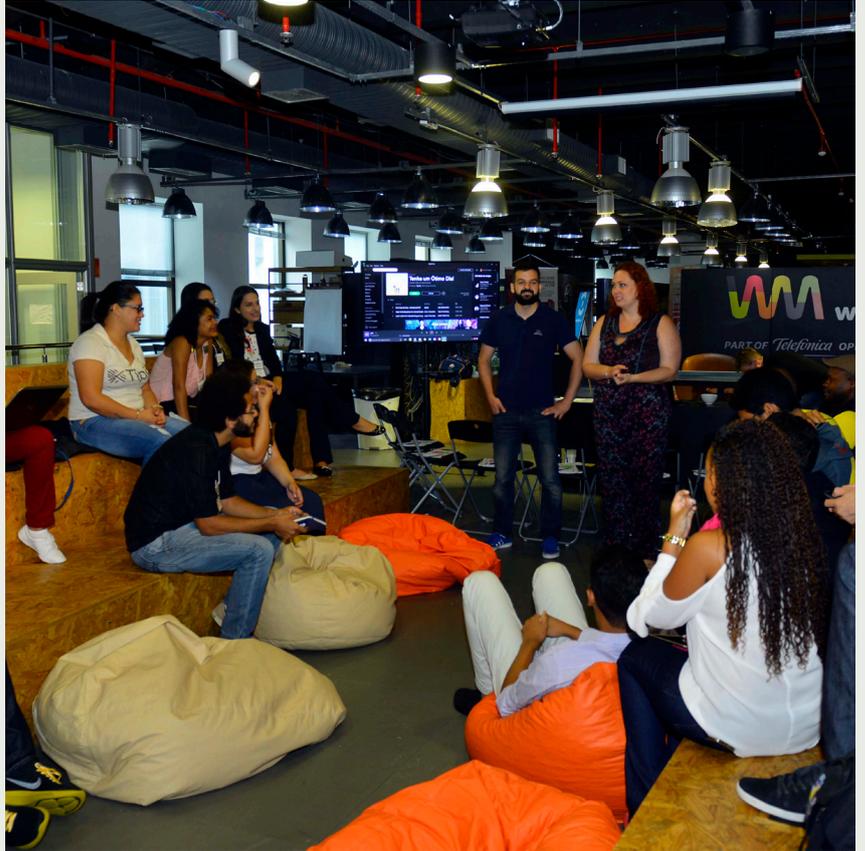
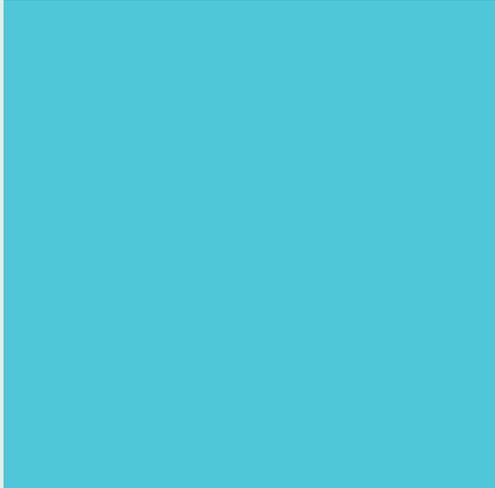
4

“11 apps para trabalhar em equipe”. Leia a matéria no site da Revista Exame: <https://goo.gl/vzPYYy>

5

A análise F.O.F.A é uma ferramenta bem conhecida, principalmente na Administração de Empresas e no Marketing. Confira dois artigos para entender um pouco mais sobre essa ferramenta:
Site do Sebrae <https://goo.gl/vgBs5d>
Site da Endeavor Brasil <https://goo.gl/swcCZT>

Prova de Oportunidade



Contexto

Olá! Neste tema os empreendimentos passam a tomar mais forma, pois ganham as ruas pela primeira vez! Eles passaram por um importante período de estruturação, em que os modelos de negócio foram organizados utilizando o Canvas, conforme vimos nos temas “Modelo de Negócio” e “Equipe”.

Os empreendimentos agora têm uma equipe de empreendedores(as) dedicados(as) a concretizá-los, e, como observamos nos princípios da Startup Enxuta, é preciso ouvir e testar muitas vezes (mas muitas mesmo!) o negócio junto ao público-alvo, compreender e recolher o maior número de informações para adequá-lo ao interesse e necessidade dos clientes.

Para colocar o bloco na rua, ou melhor, os negócios na rua, as equipes criarão uma **identidade visual** para seus empreendimentos: terão uma visão do produto ou serviço que propõem e construirão uma **marca** simples, que será usada para os testes do negócio.

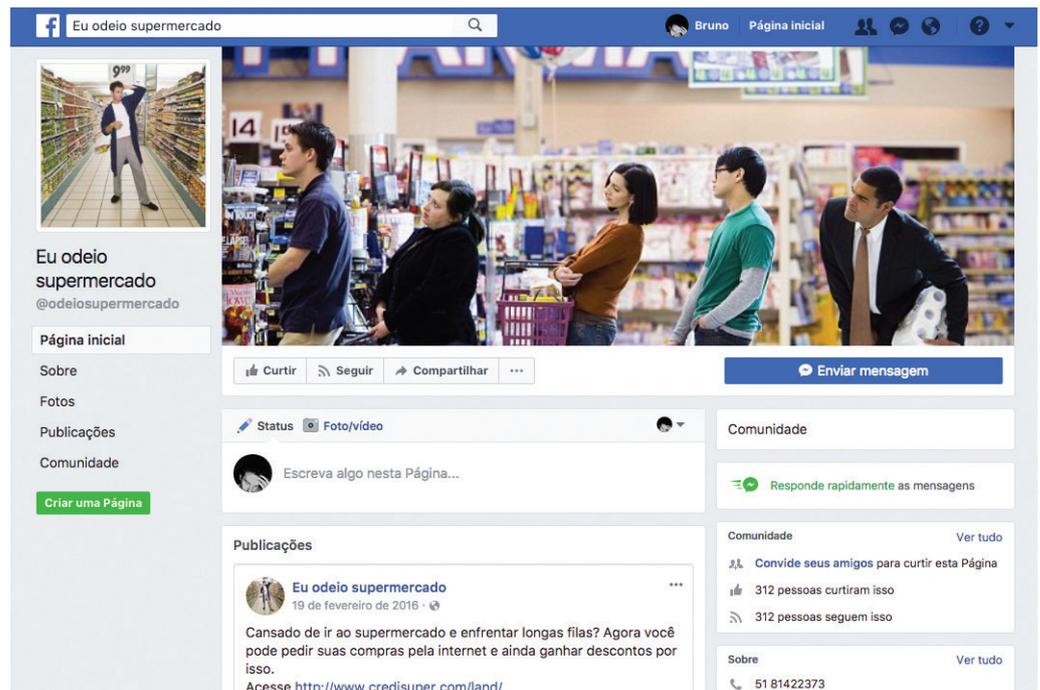
Teste Fumaça

Teste o quê?

O Teste Fumaça é um blefe; é como gritar “TRUCO!!!!” com aquela carta baixinha nas mãos... ;P

Ele acontece quando uma equipe de empreendedores(as) finge que está lançando um serviço (ou produto) no mercado para entender a reação de seus potenciais clientes. Este teste pode ser feito por meio de um anúncio (online ou off-line) para colher opiniões, ou por entrevistas para se aproximar e conhecer pessoas realmente afetadas com aquele problema - o desafio dos grupos - e/ou possivelmente interessadas em uma solução - o negócio proposto pelo time -, entre outras formas.

Para explicar melhor, vamos usar o exemplo de um negócio fictício. Uma equipe escolheu trazer soluções para o desafio de melhorar a experiência de fazer compras no supermercado, pois a hipótese do grupo é que muitas pessoas odeiam essa tarefa. Na imagem abaixo, a equipe resolveu criar uma página no Facebook chamada “Eu odeio supermercado”, a fim de divulgá-la em suas redes sem gastar nada com isso e conversar com as pessoas que curtiam a página:



O objetivo desta equipe era confirmar sua hipótese de que várias pessoas odeiam essa tarefa, entender melhor seu potencial cliente, e testar a atratividade de sua solução, que era oferecer um drive-thru, igual ao de lanchonete, para que ninguém mais precisasse perder tempo dentro do supermercado (sua proposta de valor). Além disso, a página era uma forma de já conseguir um banco de contatos de potenciais clientes para quando o produto ou serviço estivesse mais maduro.

E o que estava por trás disso?

A partir da página, os empreendedores entenderam melhor o tipo de cliente que se interessou pela proposta de valor do empreendimento. Conversando com essas pessoas também surgiram hipóteses a respeito de como prestar um melhor serviço a elas, mesmo sem ter, de fato, um drive-thru para oferecer de imediato.

Tão importante quanto realizar o Teste Fumaça, é compreender os resultados e seus aprendizados e tirar dessa experiência lições importantes para o modelo de negócio.

OBJETIVOS DO TESTE FUMAÇA

O Teste Fumaça pode ter dois objetivos: testar a oportunidade relacionada ao desafio ou testar a solução.

No desafio, testa-se para verificar se existe mesmo um grupo de pessoas interessadas na oportunidade ou na resolução do problema mapeados pela equipe. A maneira mais fácil é gerar conteúdo, por exemplo, criando eventos ou grupo no Facebook sobre o tema. Esta é uma forma de verificar se é possível reunir um grande número de pessoas interessadas no assunto, que são impactadas pelo problema e/ou que se interessam por alguma solução relacionada ao desafio. Estes eventos podem ser presenciais também.

Na solução, o objetivo é saber se alguém se interessa pelo produto ou serviço definido, antes mesmo de desenvolvê-lo. Para realizar testes de solução, a equipe de empreendedores(as) pode fingir que está lançando o serviço (ou produto) no mercado. Um anúncio (online ou off-line) pode ser feito para colher impressões, conhecer pessoas realmente incomodadas com aquele problema (desafio) ou interessadas em sua solução e pegar seus contatos para construir um banco de contato de potenciais clientes.

Após realizar o Teste Fumaça, normalmente surgem elementos suficientes para se produzir uma primeira versão do produto ou serviço, com o objetivo de aprender ainda mais sobre o modelo de negócio e entregar algum valor aos clientes (mesmo que ainda não seja a solução completa e pronta). Isto é o que chamamos de Produto Mínimo Viável (ou MVP – Minimum Viable Product, em inglês).

Mas, são cenas dos próximos capítulos, ou melhor, o que veremos no próximo tema. ;)

Para finalizar o Tema Prova da Oportunidade, trabalharemos, a partir do Teste Fumaça, estratégias para a **mobilização, engajamento e relacionamento** com os clientes, além da descoberta do real perfil do público-alvo.

Neste momento da formação Pense Grande, acontece uma mudança importante na condução: cada empreendimento tem seus desafios e particularidades, portanto, começa a ter necessidade de um acompanhamento mais personalizado, o qual chamamos de assessoria.

Recomendamos que a assessoria seja realizada com no máximo 3 empreendimentos ao mesmo tempo, em sessões de aconselhamento que podem durar entre 30 e 120 minutos, a depender do planejamento logístico de cada localidade.

Desta maneira, é necessário agendar previamente os horários e times a serem trabalhados no dia, ou ainda, trazer outras pessoas para auxiliá-lo(a) neste processo de assessorias. Nessas sessões de aconselhamento, as atividades mais frequentes são:

A partir da Atividade 3 deste tema, os times passam a ter um ritmo próprio no desenvolvimento de seus empreendimentos. Ou seja, é muito provável que cada equipe esteja em momentos e ritmos diferentes na execução das atividades propostas. Então, não é mais necessário que todos realizem as mesmas atividades no mesmo momento, de forma sincronizada.

É preciso um olhar bastante atento para que ninguém fique para trás. Verifique continuamente em que ponto cada time se encontra nas atividades. O importante é compreenderem as etapas a serem cumpridas e o que precisam entregar para que os empreendimentos se concretizem.

- _ Acompanhar a execução das atividades e estratégias da equipe
- _ Definição conjunta de próximos passos para o empreendimento
- _ Conversas para gerir algum problema na equipe
- _ Chuvas de ideias e momentos de criação
- _ Realização conjunta de tarefas, inclusive contatos com clientes
- _ Indicações de contatos e referências que merecem ser pesquisadas
- _ Solução de dúvidas e retomada de conteúdos trabalhados anteriormente
- _ Conversas para dar apoio e inspiração aos(às) jovens para melhores atitudes e resultados

O status de cada empreendimento e equipe deve ser atualizado durante ou logo após cada sessão de assessoria, em uma planilha de acompanhamento, como o exemplo abaixo da CEDEDICA-Vale, parceira do Programa no Vale do Jequitinhonha (MG):

			EVIDÊNCIAS DE QUE O GRUPO CONCLUIU ESTA ETAPA OU PROBLEMAS QUE O GRUPO ESTÁ ENFRENTANDO NESTA ETAPA					
Nome do empreendimento	Resumo do negócio	Próximos passos	Oportunidade /desafio	Modelo de negócio	Equipe	Teste Fumaça	MVP	Pitch

Temos muita coisa pela frente, hein? V'ambora!

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _ Estimular a criatividade para criar uma marca para a solução que está sendo construída;
- _ Apresentar e guiar a execução do Teste Fumaça;
- _ Mobilizar e engajar potenciais clientes;
- _ Construir o relacionamento com possíveis clientes.

.....

Atividade 1:

Se te derem um limão, faça **a melhor** limonada

APRESENTAR E
DISCUTIR CONCEITOS
RELACIONADOS
À CRIAÇÃO DE
UMA MARCA E
DESENVOLVER
HABILIDADES DE
TRABALHO EM
EQUIPE POR MEIO
DE UM EXERCÍCIO
DE ELABORAÇÃO DE
SOLUÇÕES CRIATIVAS
E EMPREENDEDORAS
PARA DEMANDAS
INESPERADAS.



**TEMPO
ESTIMADO:**
1h



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Três caixas ou saquinhos;
- _Papéis para o sorteio (para escrever as demandas, tecnologias ou recursos e público-alvo);
- _Papel;
- _Lápis e borracha;
- _Cartolinas;
- _Canetinhas;
- _Computadores e Internet (se possível).

Esta é uma adaptação da atividade “Demandas Absurdas”, idealizada pela CEDEDICA Vale, parceira do Pense Grande no Vale do Jequitinhonha (MG).

A partir de combinações de características inusitadas, os(as) jovens têm que criar soluções criativas para demandas “absurdas”, contendo proposta de valor, logomarca e um slogan. Além disso, devem também listar três benefícios do produto ou serviço elaborado.

#comofazer:

PARTE 1 – A ideia

A_Prepare três caixas diferentes (podem ser caixas de sapato, por exemplo) e escreva várias possibilidades para cada caixa, seguindo as instruções abaixo, em papéis pequenos para realizar um sorteio entre as equipes.

A **caixa #1 demandas** contém necessidades e desafios das comunidades, como: mobilidade, lazer, saúde, educação, segurança pública, etc.

A **caixa #2 tecnologias e recursos** traz possibilidades tecnológicas e analógicas, como: raio laser, pau de selfie, fita dupla face, tesoura, arduíno, smartphone, papelão, impressora 3D etc.

A **caixa #3 público-alvo** pode conter: bebês, produtores rurais, estudantes, mães de primeira viagem, funcionários públicos etc.

Procure ter muitas opções. Isto torna a atividade ainda mais interessante!

B_Separe os(as) jovens em suas equipes de empreendimento. Cada time sorteará um papel de cada uma das três caixas. Mexa bem cada caixa antes do sorteio de cada equipe! ;)

C_Misturando esses dados (que propositalmente são desconexos e inusitados), as equipes devem conceber uma solução criativa que resolva tal demanda, utilizando a tecnologia ou recurso sorteado para atender o público-alvo específico. O conjunto disso formará a ideia e proposta de valor deste exercício.

PARTE 2 – A marca (e sua cara)

D_ Com a ideia definida, os grupos partem agora para a construção da marca, pensando em uma identidade visual que representa o novo negócio (que pode ser um produto ou serviço) para seu público-alvo. É como a ideia ficará conhecida por todos. Cada equipe deve criar sua marca com um logotipo e um slogan.

Para isso, os(as) jovens podem utilizar cartolinas, canetas, canetinhas etc. O importante é deixarem a inspiração e a criatividade fluírem! Se preferirem, podem utilizar computadores para essa produção.

E_ Cada time deve pensar em uma frase, quase uma #hashtag que expresse a **proposta de valor** do negócio. Vale pensar em todas as possibilidades, lembre-se do brainstorming em “Um olho na ideia e outro no desafio”(Atividade 1 -Tema “Modelo de Negócio”): quanto mais opções falarem e compartilharem, mais chances têm de chegar a uma boa ideia! Separe meia hora para essa parte.

Para apoiá-los(as), trazemos alguns conceitos importantes que são trabalhados nas formações dos(as) jovens nos territórios de Minas Gerais (CEDEDICA Vale) e São Paulo (Arrastão e Impact Hub).

O que é identidade visual?

Identidade visual é o conjunto de elementos que representa visualmente uma empresa, produto ou ideia. É sua **MARCA**, que traz consigo o conceito, os valores e a personalidade do negócio.

A criação da identidade visual de um empreendimento proporciona:

- _Empatia (que vimos no Tema Oportunidade);
- _Identificação (como me vejo e como quero ser visto);
- _Credibilidade e profissionalismo.

Cores, fontes, ícones e **tipografia** (como o exemplo da figura abaixo) são alguns dos elementos que compõem a identidade visual de um negócio:

ISSO SE CHAMA TIPOGRAFIA!

Lembra algo?

As **cores** são fundamentais para uma melhor e correta identificação da marca com seu propósito, aquilo que se quer comunicar às pessoas. Sabia que existe uma “psicologia das cores”? Vale muito a pena estudar um pouco como funciona essa dinâmica, bem como entender a chamada “psicologia das **formas**”. São conhecimentos de fundo que podem fazer toda a diferença na hora de criar a marca do empreendimento.

Outros elementos compõem uma marca como mascotes, logo, jingles, estampas, texturas, cheiros, sabores, às vezes até atores e atrizes.

O **nome** da empresa, produto ou serviço é outro importante elemento da marca:

Você reconhece os produtos ao lado? O nome das marcas ‘colou’ tanto nos produtos que virou o “nome do produto”!

Ou você vai à farmácia comprar curativo adesivo?



E o logotipo?

De acordo com o Wikipédia, “um logotipo, logótipo ou simplesmente logo é um conjunto formado por duas ou mais letras fundidas em um só tipo, compondo uma sigla. Essa peça de design identifica ou representa uma entidade (marca de produto ou serviço)”.



Como as pessoas lembram dos logos? O que “fica”? Um exemplo bastante atual de logo.

E sabe aquela frase que você escuta em uma propaganda e gruda na cabeça como chiclete? Possivelmente trata-se de um slogan. Mas o que é isso?

“Slogan é uma frase de fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa.” Alguns exemplos bem conhecidos estão abaixo:

“1001 utilidades”

“Amo muito tudo isso”

“Porque se sujar faz bem”

PARTE 3 – A apresentação

F_“Vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho porque vende mais?” Este é o slogan de uma conhecida bolacha (ou seria biscoito?). Esse slogan já apresenta algumas qualidades do produto. No caso desta atividade, cada time deve pensar em três benefícios do produto ou serviço elaborado. Isto é, o que esse produto (ou serviço) traz ao cliente, faz pelo cliente, o porquê utilizar ou comprar a solução proposta. Exemplo: “o sabão em pó X, com sua exclusiva fórmula Y, remove todas as manchas de suas roupas, até aquelas mais difíceis”.

G_Para finalizar, cada equipe faz uma apresentação de até três minutos da solução elaborada, englobando: demanda, tecnologia ou recurso

e público-alvo sorteados, ideia elaborada, a marca e sua identidade visual, o slogan e os benefícios do produto ou serviço.

H_Pergunte à turma como foi a experiência de solucionar a demanda em grupo, em um tempo reduzido e com informações inesperadas. Algumas perguntas que podem ajudar nesta condução:

- _ *“Como foi trabalhar em equipe?”*
- _ *“Que desafios encontraram juntos?”*
- _ *“O que os ajudou a resolver o desafio?”*

Isso é exercer a criatividade e o trabalho em equipe. :)

Atividade 2: Criando uma marca para seu empreendimento

DESENVOLVER
UMA MARCA
SIMPLES PARA OS
EMPREENDIMENTOS A
PARTIR DA PROPOSTA
DE VALOR DE CADA
EQUIPE.



**TEMPO
ESTIMADO:**
2h



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**
_Computadores e Internet;
_Canetas e Canetões;
_Folhas sulfite ou cartolinas.

Os objetivos desta atividade são muito parecidos com os da Atividade #1 deste tema, porém, as equipes devem olhar para a proposta de valor construída no tema anterior -definidos na “Vamô, time!” (Atividade 2– tema “Equipe”), quando consolidaram a ideia para a solução de seus respectivos desafios. É importante revisitarem seus Canvas.

Ao final da atividade, as equipes terão:

- _Uma marca simples (identidade visual) construída para o negócio contendo o nome do negócio e sua logomarca;
- _Três benefícios que esse produto (ou serviço) traz ao cliente;

#comofazer:

A_ Peça às equipes retomarem seus empreendimentos e os materiais que já foram produzidos, principalmente o Canvas feito em “Organizando o negócio (Canvas) - (Atividade 4- tema “Modelo de Negócio”) e o “Círculo Dourado” (Atividade 2- tema “Modelo de Negócio”).

B_ Os times têm a missão de criar uma marca simples (e logo) para seus empreendimentos.

Para ajudá-los(as), existem sites gratuitos e específicos para a criação de marcas simples que disponibilizam tipografias, ícones, esquema de cores e outros elementos gráficos já pré-definidos, e ainda categorizados por temas como Meio Ambiente, Esportes, Saúde etc.

Isso é uma grande mão na roda para quem não tem recursos financeiros disponíveis para investir nesse momento. #ficaadica

C_ Após criarem a marca e o logo, peça para pensarem em três benefícios para seus empreendimentos (produto ou serviço). :P

D_ Os times apresentarão, em até cinco minutos, suas marcas, logos e os benefícios que seus empreendimentos oferecem. É importante que explicitem, de maneira clara e objetiva, suas escolhas e o caminho que fizeram para chegar às marcas e suas principais características.

Como multiplicador(a), você pode lançar algumas perguntas aos times após cada apresentação:

- _ “Como foi o processo de criação da marca para a equipe? O que descobriram neste percurso?”*
- _ “Como chegaram à marca? Qual foi o ponto de partida? Se espelharam em alguma referência para criá-la?”*
- _ “Como a proposta de valor da marca está representada nos benefícios? Por quê?”*

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_É possível que os times peçam apoio para pessoas externas que tenham maior conhecimento sobre criação de marca e topem apoiá-los(as) nesta fase do empreendimento. Lembrem-se do segmento “Parcerias” do Canvas ou do Mapa de Atores.

.....

Atividade 3:

Teste Fumaça

VALIDAR HIPÓTESES
RELACIONADAS AO
DESAFIO QUE AS
EQUIPES BUSCAM
SOLUCIONAR OU
RELACIONADAS A
ALGUM ASPECTO DO
EMPREENDIMENTO.



**TEMPO
ESTIMADO:**
6h



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _ Computadores e Internet (preferencialmente);
- _ Folhas sulfite;
- _ Cadernos;
- _ Canetas e canetões;
- _ Blocos adesivos (post-it).

O Teste Fumaça é uma forma inteligente e barata de testar o interesse do mercado pelo produto ou serviço. O(A) empreendedor(a) simula situações envolvendo o empreendimento para entender a reação de potenciais clientes em relação à proposta de valor (ou o que o negócio oferece para resolver um problema ou satisfazer uma necessidade) do negócio por meio de uma mensagem.

Esta mensagem pode vir de diferentes formas: vídeos, eventos (online ou off-line), landing pages (em uma tradução livre, algo como página de destino), uma página no Facebook, cartazes, anúncios em rádios/jornais comunitários, e-mail, conversas com pessoas, veículos de som, entre outras.

Entre as estratégias mais usadas, rápidas e com maior potencial de alcance está a criação de **landing pages**. De acordo com o Wikipédia, "Landing page é a página de destino ou página de entrada. É a página por onde o visitante chega a um site, quando um usuário clica em um resultado de busca ou em um anúncio de banner ou links patrocinados, eles são direcionados para as landing pages."

A landing page precisa conter uma informação chamativa, algo que desperte a atenção do potencial cliente para que ele(a) se interesse pelo assunto e queira saber mais. Para isso, é fundamental que, além de um conteúdo atrativo, a página tenha também um formulário simples para colher alguns dados básicos do(a) cliente, como nome e e-mail, para posterior contato. Você "fisga" o(a) cliente a partir do interesse e curiosidade dele(a) pelo tema de seu negócio e a solução que você propõe.

Não basta enviar a mensagem, é preciso também conversar e principalmente ouvir os potenciais clientes. Já exercitamos, em temas anteriores, a importância da escuta, da observação e do diálogo com aqueles(as) que estão a nossa volta.

A Semente Negócios, parceira do Pense Grande, produziu um vídeo bem bacana sobre Teste Fumaça e outros assuntos do tema Prova de Oportunidade. Recomendamos assisti-lo com toda a turma antes de colocarem a mão na massa. Acesse: goo.gl/wDXpNc

Neste tema, os times conversam diretamente com seus potenciais clientes, a fim de testarem as hipóteses de seus negócios. É preciso definir quais canais serão utilizados para difundir a mensagem planejada e as conversas com os(as) interessados. Uma dica é retomar os canais mapeados no Canvas.

Recomendamos dividir esta atividade em blocos ou, ao menos, dois períodos.

#comofazer:

Etapa 1: Planejamento do Teste

A_Para realizar o Teste Fumaça (seja com o desafio, a solução ou ambos), as equipes devem planejá-lo com atenção e se prepararem para sua execução. Para isso, é importante que você auxilie as equipes a delimitarem as questões abaixo:

- 1_ Quem, exatamente, é o público-alvo do anúncio?
(Clientes diferentes precisam de roteiros e mensagens diferentes).*
- 2_ O que se deseja descobrir com esse experimento?*
- 3_ Quais são exatamente as hipóteses que querem testar sobre a oportunidade/desafio e proposta de valor?*
- 4_ Como a equipe irá escrever uma mensagem que represente sua proposta de valor?*
- 5_ Qual estratégia será utilizada para executar o Teste Fumaça?
(vídeos, eventos, landing pages, página no Facebook, cartazes, anúncios em rádios/jornais comunitários, e-mail, entrevistas etc).*
- 6_ Quanto vai custar realizar o Teste e onde vão encontrar esses recursos? (lembre-se: o negócio ainda não gera receitas, portanto, criatividade e pés no chão é o segredo aqui!).*
- 7_ Quanto tempo é necessário para fazer o Teste Fumaça?*
- 8_ Como os dados serão colhidos dos clientes?*

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Busque as hipóteses a serem testadas sobre o empreendimento nos materiais que já foram produzidos:

- _Sobre os potenciais clientes e entrevistados, olhe no “Mapa de Empatia” (Atividade 4 - Tema “Oportunidade”) e “Mapa de Atores” (Atividade 2 - tema “Oportunidade”);
- _Sobre a oportunidade/desafio, retome a atividade de saída a campo “Qual é a sua realidade?” (Atividade 2 - tema “Comunidade”);
- _Sobre a solução e a proposta de valor, busque o “Círculo Dourado” (Atividade 2 - tema “Modelo de Negócio”) e o “Canvas” (Atividade 4 - tema “Modelo de Negócio”).

B_A hipótese mais relevante a ser comprovada em relação à oportunidade (ou desafio) é se o público-alvo a considera importante ou se impacta sua vida. A hipótese mais relevante em relação à proposta de valor é se ela atende, ou supera, as expectativas dos potenciais clientes. Isso tudo para descobrir se eles(as) estariam dispostos(as) a pagar pela resolução deste problema/desafio.

.....

B_Os times terminam este planejamento com uma lista de quais hipóteses querem testar em relação ao público-alvo e seu modelo de negócio, e qual a estratégia escolhida para o Teste Fumaça. Como é uma etapa essencial, pode separar uma hora para realizá-la.

Etapa 2: Coleta dos dados

C_As equipes vão executar a estratégia escolhida para o Teste Fumaça. Combine com cada time qual o cronograma e data limite para realizarem o teste, pois alguns testes podem se resolver em uma saída a campo, enquanto outros precisam de mais dias para que aconteça a interação com os potenciais clientes.

Vamos nos aprofundar nas três estratégias de Teste Fumaça mais comuns dentro da nossa experiência do Pense Grande - landing page, página do

Facebook e entrevistas com potenciais clientes – mas os grupos podem utilizar outras que sejam mais adequadas para seus empreendimentos.

1_Se a estratégia do grupo for criar uma landing page, os(as) jovens podem utilizar ferramentas gratuitas e bem intuitivas da Internet. Inserimos uma no Saiba Mais.

Trazemos um exemplo de landing page para inspirar os grupos disponível no link <http://ideianoar.com.br/como-colocar-sua-startup-no-ar/>):



O empreendedor da startup EasyMap identificou uma oportunidade de ferramenta de busca com mapa para o mercado de imóveis.

Assim, criou uma página para passar a mensagem que a solução já existia e que poderia até ser “contratada”, como mostram as imagens ao lado.

	RECOMENDADO	
<p>BASIC R\$19</p> <p>Free Setup 1 - 500 imóveis easymap.co/sua_imobiliaria Suporte ilimitado por e-mail 4 leituras/dia do XML</p> <p>CONTRATAR AGORA</p>	<p>STANDARD R\$29</p> <p>Free Setup 501 - 2000 imóveis easymap.co/sua_imobiliaria Suporte ilimitado e-mail + telefone 8 leituras/dia do XML</p> <p>CONTRATAR AGORA</p>	<p>PREMIUM CONSULTE</p> <p>Free Setup +2001 imóveis easymap.co/sua_imobiliaria Suporte ilimitado e-mail + telefone</p> <p>CONTRATAR AGORA</p>

A intenção do empreendedor era validar se as pessoas tinham interesse na sua proposta de valor e o quanto estavam dispostas a pagar por ela. A resposta do público foi ótima e o empreendedor conseguiu definir melhor seus potenciais clientes e as parcerias, além de identificar quanto poderia cobrar pela solução.

2_ O grupo que decidir fazer uma página no Facebook provavelmente vai conseguir sozinho, já que quase todo mundo tem alguma experiência com essa rede social. O importante é ficar atento para a linguagem e imagens usadas porque se trata de uma página de empresa e não uma pessoal. Consulte um passo-a-passo em Saiba Mais.

3_ Se a estratégia for entrevistar potenciais clientes, siga as instruções da atividade “Teste Fumaça por entrevista”, que está na seção de Atividades complementares no final deste tema.

D_ Após realizar o Teste Fumaça, é preciso tabular os resultados obtidos, independente da estratégia escolhida. A equipe deve organizar todos os dados que conseguiu capturar durante o período do Teste.

Quem fez entrevistas presenciais, terá que reunir as respostas, transcrevê-las e organizá-las, preferencialmente, em tabelas ou planilhas eletrônicas. Quem utilizou o recurso do Google Forms, por exemplo, terá os dados já compilados e os resultados iniciais, prontos para análise.

Etapa 3: Aprendizados do Teste & resultados iniciais

D_ Reúna as equipes em roda após todas finalizarem seus Testes Fumaça para promover uma reflexão em conjunto.

E_ Os times devem ter um tempo para analisar os resultados do Teste Fumaça, fazer adaptações e incorporar as descobertas ao modelo de negócio. Instigue as equipes a refletirem sobre esses resultados e seus modelos de negócio por meio de algumas perguntas endereçadas a todos as equipes:

_As hipóteses iniciais foram validadas ou refutadas?

_A oportunidade (desafio) do negócio foi provada? É viável como empreendimento?

- _A partir da interação com os clientes, o que mudou no modelo de negócio? Por quê?*
- _O que foi descoberto sobre os potenciais clientes?*
- _Quem foram as pessoas que mais se interessaram? Já é possível saber o perfil dessas pessoas? O que elas disseram a respeito do que estamos oferecendo ao mercado?*
- _Quais os próximos passos do empreendimento?*

Após cada pergunta, deixe alguns minutos para cada equipe discutir entre si.

F_Os times devem revisar e atualizar seus Canvas (se necessário) e terão cinco minutos cada para compartilhar com todo o grupo suas descobertas e refinamento dos empreendimentos. Os demais times poderão fazer perguntas ao final de cada apresentação que ajudarão nessa revisão.

Atividade 4: Relacionamento com o(a) cliente (Jornada do Usuário)

COMPREENDER COMO O(A) USUÁRIO(A) SE RELACIONA COM O EMPREENDIMENTO.



TEMPO

ESTIMADO:

1h



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _Folhas sulfite;
- _Cadernos;
- _Canetas e canetões;
- _Blocos adesivos (post-it).

Trata-se de uma adaptação da atividade “Jornada do Usuário”, desenvolvida pelo Impact Hub para o Pense Grande em São Paulo.

Nesta quarta e última atividade deste tema, retomaremos o “Mapa de Empatia” (Atividade 4 -tema “Oportunidade”) e o Teste Fumaça que acabamos de executar. No Mapa, iniciamos o mergulho no mundo do público-alvo escolhido, em que os(as) jovens se colocaram no lugar do outro para entender suas reais necessidades, e não apenas a partir de uma vontade e visão pessoal.

No Teste Fumaça, as equipes jogaram uma isca para saber se, de fato, o público-alvo que escolheram realmente se interessa pelo desafio que se propuseram a solucionar. E com o Teste, as hipóteses iniciais de cada time puderam ser validadas ou refutadas, novos insights surgiram e, com isso, outras hipóteses para testar.

Nesta atividade, a proposta é entender o ciclo de relacionamento do potencial cliente com o empreendimento. Para tal, veremos por meio da Jornada do Usuário - uma das ferramentas presentes no Design Thinking - como o(a) cliente se relaciona com o negócio antes, durante e depois de usar o produto ou serviço.

Um exemplo para entender essa jornada é o vídeo produzido, com poucos recursos, para simular a experiência do(a) cliente com o futuro serviço da Bike Box. Aproveite e utilize este vídeo para explicar esta atividade: goo.gl/rRp3iT

#comofazer:

A_Distribua uma folha de Flipchart ou cartolina para cada equipe, que deve dividi-la em quatro frentes conforme o exemplo abaixo:

Evidência física	
Ações do usuário	
Ações dos bastidores	
Sistemas de apoio	

B_Os times vão preencher cada frente, registrando as ideias em post-its, de acordo com as instruções abaixo:

Evidência física do empreendimento

É aquilo que se vê, se olha, toca, recebe... aquilo que percebemos com nossos sentidos. São muitas, e diferentes, as possibilidades destas evidências. Algumas delas: a decoração do ambiente onde o serviço é executado, comprovante entregue para o(a) cliente, embalagem de um produto, essência aromática desenvolvida e borrifada na loja, uniforme da equipe, elementos da identidade visual, entre outras.

Neste exemplo do vídeo do projeto Bike Box, as evidências físicas são a cabine, as instalações do empreendimento, seus móveis (o armário, por exemplo), a toalha que o usuário recebe entre outros.

Mas se o empreendimento for online, como seria? O site, o atendimento online realizado, um e-mail enviado podem ser consideradas evidências físicas do serviço (ou produto).

Ações do usuário

As ações do usuário são tudo aquilo que ele faz. Nesse exemplo do vídeo, é a maneira como o rapaz chega ao estabelecimento, entra pela porta principal, interage com o atendente, guarda suas coisas, encontra os armários e chuveiros, toma seu banho, troca sua roupa e sai para o trabalho.

É importante também mapear as ações que o usuário pratica durante seu dia antes e depois de usar o serviço ou produto. No caso da Bike Box, o que ele faz antes de chegar? Como é sua rotina? Toma café? Passa no posto para calibrar os pneus da bicicleta?

Ações dos Bastidores

Quando vamos a um show, por exemplo, para que ele aconteça, é necessária uma equipe enorme e uma estrutura idem, que precisam funcionar muito bem para quem está à frente do palco brilhar.

Quais são os serviços que o usuário não percebe, mas são fundamentais para o bom desenvolvimento e funcionamento do serviço? Nesse exemplo do Bike Box, o que a equipe faz para que a experiência seja positiva? Quais ações de toda a equipe devem ser executadas para que o usuário saia satisfeito? Aqui certamente vai aparecer as funções e responsabilidades que definimos para cada pessoa da equipe no tema Equipe.

Sistemas de Apoio

O que é preciso ter para que aconteça o serviço ou produto? O bloco “Recursos principais” do Canvas pode ser resgatado nesse momento para preencher essa frente.

No caso deste vídeo do Bike Box, os sistemas de apoio poderiam ser a estrutura da cabine, sistema hidráulico para o chuveiro, sistema de estacionamento das bicicletas, as toalhas, entre outros.

Os times devem considerar os recursos que já estão acessíveis ou próximos, e outros que ainda precisam ser buscados.

C_Após o preenchimento de todas as frentes, as equipes terão a jornada do usuário mapeada e completa. Faça algumas perguntas para o grupo para que possam refletir sobre a atividade:

– “Qual é a jornada que o usuário enfrenta SEM a solução (empreendimento)?”

– “Por onde o usuário caminha, do começo ao fim da experiência? Em que momento de seu dia o problema (pelo qual o negócio se propõe a solucionar) se manifesta mais?”

– “Para o(a) cliente, ao utilizar a sua solução, quais coisas são perceptíveis a ele(a)?”

– “Que características do serviço (ou produto) chamam a atenção do usuário?”

D_Peça para que pelo menos três times apresentem, em até cinco minutos, suas respectivas jornadas. É importante que os demais grupos possam fazer perguntas e contribuições, para exercer colaboração e cocriação. ;)

Atividade complementar 1: Construindo uma marca para seu negócio (em modo avião)

DESENVOLVER
UMA MARCA
SIMPLES PARA OS
EMPREENHIMENTOS
A PARTIR DA
PROPOSTA DE VALOR
DE CADA EQUIPE.



**TEMPO
ESTIMADO:**
1h30min



**MATERIAIS
NECESSÁRIOS:**

- _Caixas diversas;
- _Papelões;
- _Revistas, jornais etc;
- _Canetões e Canetinhas;
- _Cola, Tesoura e Barbante;
- _Fita adesiva;
- _Cartolinas.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 2.

Os objetivos são os mesmos da Atividade #2: Desenvolver uma marca simples para os empreendimentos a partir da proposta de valor de cada equipe. Entretanto, o #comofazer são para as localidades que não dispõem de recursos como computadores e Internet, mas a criatividade e inspiração são as mesmas, não importa o meio.

Trabalhe os mesmos referenciais e orientações para a construção de uma marca, como vimos no começo deste tema.

#comofazer:

A_Cada equipe deverá criar uma caixa, catálogo, pôster ou outra representação material do produto (ou serviço) contendo:

- _Nome do negócio
- _Logomarca
- _Três principais benefícios que traz ao cliente

B_ As orientações são as mesmas dos itens B e C da Atividade #2.

Atividade complementar 2: Teste Fumaça por entrevista

ESTRUTURAR UM ROTEIRO DE PERGUNTAS A SER REALIZADO COM O PÚBLICO-ALVO QUANDO A ESTRATÉGIA DE ENTREVISTA É ESCOLHIDA PARA O TESTE FUMAÇA, ALÉM DE APOIAR OS TIMES NA EXECUÇÃO DAS ENTREVISTAS.



TEMPO ESTIMADO:
2h30mim



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Caixas diversas;
- _Papelões;
- _Revistas, jornais etc;
- _Canetões e Canetinhas;
- _Cola, Tesoura e Barbante;
- _Fita adesiva;
- _Cartolinas.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 3.

#comofazer:

O Arrastão, parceiro do Pense Grande em São Paulo, produziu um material super bacana que ajuda os times nas entrevistas. Vamos começar?

A_Oriente as equipes a elaborarem uma lista de perguntas a serem feitas para potenciais clientes, a fim de testar as hipóteses levantadas na Atividade #3 deste tema. Dicas para os(as) jovens melhor formularem o roteiro:

_Formular perguntas claras e objetivas, sem palavras “difíceis” ou de duplo sentido;

_Fugir de perguntas óbvias, que caiam no senso comum, como, por exemplo: “O que você acha da corrupção?”. Em vez disso, você poderia perguntar: “Por que há corrupção no Brasil?” ou “O que fazer para combater a corrupção?”;

_Ser específico nos questionamentos – como facilitador(a), oriente as equipes a elaborarem roteiros que misturem perguntas quantitativas (fechadas, com opções prévias de respostas) e qualitativas (abertas, para que o(a) entrevistado(a) possa escrever ou responder livremente);

_Uma forma de elaborar questões quantitativas é usar uma espécie de escala, exemplo: “De 0 a 10, como você avalia...”.

_Em geral, evite perguntas fechadas cujas respostas sejam apenas “Sim” ou “Não”. Se você fizer uma pergunta e a pessoa responder dessa forma, complemente com “por quê?”, “como foi?”, “você pode me contar mais sobre isso?”

_O roteiro de perguntas é apenas um ponto de partida. Preste atenção às respostas e faça novas perguntas sobre o que despertar sua curiosidade.

B_ Com os roteiros em mãos, as equipes devem sair em busca das pessoas que mapearam nas atividades de “Mapa de Atores” (Atividade 2 - tema “Oportunidade”) e “Mapa de Empatia” (Atividade 4 - tema “Oportunidade”). Os times podem escolher agendar as entrevistas ou abordar potenciais clientes na rua. Todo o planejamento e estruturação das entrevistas deve levar pelo menos meia hora.

C_ Combine com cada equipe o cronograma e a data limite para realização das entrevistas, que podem ser feitas em saída a campo ou online. Se o grupo escolher fazer presencialmente, vale relembrar as orientações das saídas a campo que vimos no tema Comunidade:

Se você realiza a formação Pense Grande em um ambiente escolar, é preciso alinhar com a direção as responsabilidades envolvidas em levar um grupo de jovens para fora da escola. Se for esse seu caso, convide outros professores e assistentes para auxiliá-lo(a), apresente a proposta com antecedência e mostre como pode ser rica essa experiência interdisciplinar. Ainda que você não esteja no ambiente escolar, os cuidados com o planejamento e a saída são parecidos. Peça apoio a voluntários, amigos e conhecidos para ajudá-lo(a).

Peça às equipes que levem cadernos e canetas para as anotações e possíveis insights que surgirem durante as entrevistas.

Dicas básicas a serem passadas para as equipes que escolherem fazer entrevistas presenciais:

_Ser educado(a) e simpático(a) faz com que a pessoa se sinta mais à vontade para responder às perguntas;

_Ser sincero(a) sobre o objetivo da entrevista;

_Cuidar para não ficar nervoso(a) nem ter pressa para terminar a entrevista, para não perder informações importantes;

_Não forçar a barra: se a pessoa não quiser responder uma pergunta, tente reformulá-la ou entender por que ela gerou

incômodo. Não insistir repetindo a mesma pergunta várias vezes;

_Se for uma entrevista não agendada (por exemplo, na rua), começar perguntando se a pessoa pode falar com você naquele momento. Se for agendada, seja pontual;

_Não induzir a resposta. Evitar, por exemplo, perguntas como: “Você concorda que é preciso ter mais parques na cidade?”

_Uma entrevista não é feita só do que é dito. A linguagem corporal e o ambiente podem revelar novas informações sobre o(a) entrevistado(a). É importante investigar também aspectos emocionais dos potenciais clientes.

D_As entrevistas podem acontecer também de forma online. Se essa for a opção, é preciso que os times organizem as perguntas em formulários online, como o Google Forms, por exemplo.

O formulário online pode ser disponibilizado por email, WhatsApp, Messenger, em grupos ou páginas no Facebook, blogs e sites. Isso economiza bastante tempo, pois é possível alcançar um número maior de pessoas em poucos cliques.

E_Independente da forma escolhida para as entrevistas (presencial ou online), é necessário tabular os resultados.

saiba mais



1

Conheça 70 (!) slogans famosos no site da Publicinove.

Acesse: <http://publicinove.com.br/70-slogans-criativos-de-marcas-famosas-para-voce-se-inspirar/>

2

Dez dicas para fazer boas entrevistas pelo blog Jornalismo nas Américas. Acesse:

<https://goo.gl/sucsNY>

3

Teoria das Cores: o que é? Conheça no site Follow the Colours, disponível em português: <https://goo.gl/F2VVdn>

4

Entenda a “psicologia das cores” para usar na criação da marca, pelo site Viver de Blog.

Acesse: viverdeblog.com/psicologia-das-cores/

5

Entenda a “psicologia das formas” para usar na criação da marca. Leia textos interessantes no site Immaginare Design: imaginare.com.br/pt/a-psicologia-de-formas-do-logo/ e no site Criativo: criativito.com.br/os-significados-das-formas-na-criacao-de-logotipos/.

6

Geradores de logotipos online. Acesse: <https://studio.tailorbrands.com/login>, <https://www.freelogoservices.com/pt> e <https://pt.freelogodesign.org/>

7

Editor de gráficos vetoriais livre e gratuito. Conheça o Inkscape, acesse: <https://inkscape.org/pt-br/>

8

Precisa de ícones (gratuito) para sua marca? Acesse: <https://thenounproject.com/> ou <https://material.io/icons/>

saiba mais



9

Uma boa marca precisa de uma boa fonte. Acesse: <http://www.dafont.com/pt/> ou <http://1001freefonts.com/>

10

Ferramenta de Design online. Acesse: <https://www.canva.com/>

11

Seis dicas para montar uma boa landing page pelo site Resultados Digitais. Acesse: <https://goo.gl/wvqmGn>

12

Conheça um pouco mais sobre a Jornada do Usuário com essa matéria do MJV Blog. Acesse: <https://goo.gl/hqSZR4> e <https://goo.gl/tJMzxA>

13

Conheça o famoso e diferente vídeo de Teste Fumaça usado pelo Dropbox, quando a iniciativa era apenas uma ideia. Acesse: <https://goo.gl/EX8UfQ>

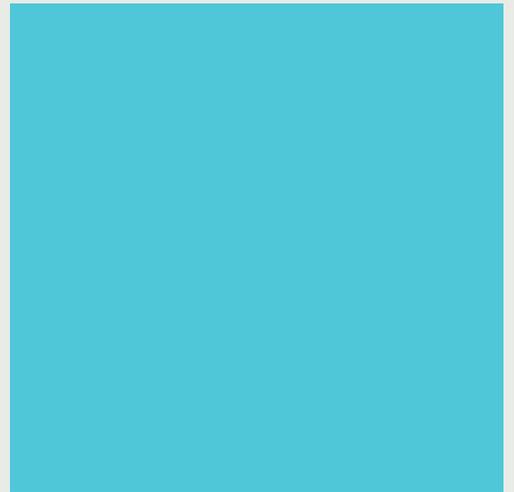
14

Um passo-a-passo para se montar uma página de empresa no Facebook feito pela Marketing de Conteúdo. Acesse: <https://goo.gl/U6ttXg>

15

Um passo-a-passo para criar um formulário do Google. Acesse: <https://goo.gl/CJVdaw>

Prova da Solução



Contexto

Bem-vindo(a) ao tema Prova da Solução!

Conhece aquela expressão “Prova dos 9”? Ela serve para quando queremos confirmar algo, comprovar uma ideia, uma opinião, uma situação. Outra expressão que pode ser utilizada é “prova de fogo”, como já dizia a música da Wanderléa – musa da Jovem Guarda – ou até a primeira frase da música dos Novos Baianos – um dos grandes nomes da Tropicália: “chegou a hora dessa gente bronzada mostrar seu valor” ;P

Mas o que isso tem a ver com os empreendimentos? Neste tema, é hora de provar que os negócios têm, de fato, como **entregar valor** aos(às) clientes. É um momento fundamental para o(a) empreendedor(a), pois agora é hora de testar se realmente entrega o que promete em sua proposta de valor. É uma fase diferente da que vimos no tema anterior, quando o foco era checar se havia interessados(as) pela ideia do empreendimento.

De que adianta um sabão em pó com uma nova fórmula mais cheirosa, se não tira as manchas mais difíceis que prometeu tirar? Não adianta se propor a resolver um problema do(a) cliente e entregar outra coisa totalmente diferente. Vamos lembrar que a proposta de valor é o coração do negócio, é aquilo que fará o empreendimento ser aceito ou não pelos(as) clientes, se destacar (ou não) dos concorrentes. É a hora da verdade!

Vale retomar alguns princípios da Startup Enxuta, conforme aprendemos no tema “Modelo de Negócio”:

_Errar e aprender rápido: Deu errado? Deu ruim? Se o produto ou serviço (ou modelo de negócio) não tiver aceitação do mercado, não hesite em mudá-lo;

_Utilizar a menor quantidade possível de recursos (humanos e financeiros) até o produto ou serviço se encaixar nas necessidades dos(as) clientes e mercado;

_Possibilitar lançamento mais rápido ao mercado: foca-se mais no “protótipo” – um piloto para testes – que chamamos de Produto Mínimo Viável (ou MVP – Minimum Viable Product em inglês).

MVP ou Produto Mínimo Viável

O MVP é o grande foco deste oitavo tema. De maneira simples e objetiva, é o momento de colocar em prática as soluções definidas pelos times.

A sigla MVP traz três elementos fundamentais:

Minimum (mínimo)

O menor tamanho possível, que possa ser entregue no menor tempo possível.

Viable (viável)

uma proposição de valor, importante o suficiente para que o(a) potencial cliente adote esse produto ou serviço e, se possível, gere receita para o empreendimento.

Product (produto)

funcionalidades e benefícios juntos em uma entrega que se assemelhe a um produto coeso e útil.

No tema anterior, cada time deu uma “cara” para o empreendimento a partir da construção de sua marca. Vimos a importância das cores, tipografia, logotipo e nome para comunicar e aproximar o negócio de seu público-alvo.

Esta marca foi fundamental para os times realizarem o Teste Fumaça, buscando verificar o interesse dos potenciais clientes no produto ou serviço. Mas era um blefe, certo?

Agora, no MVP, não é mais blefe... é pra valer! E, para começar a concretizar o empreendimento, vamos prototipá-lo. Mas o que é prototipar?

De acordo com Tom Wujec, um designer americano, “prototipar é uma forma de brincar com as suas ideias como uma criança”. A prototipagem ou experimentação é uma fase lúdica, em que os times vão modelar suas ideias, tornando-as mais concretas para apresentá-las às pessoas.

Prototipar é experimentar uma solução: torná-la concreta e testar sua eficiência. A lógica é do testar, errar e aprender rápido: quanto mais cedo um empreendimento é testado, mais rápido o(a) empreendedor(a) descobre

seus pontos fortes e fracos. Não é preciso esperar até que o produto ou serviço esteja plenamente pronto, como se faz em um ciclo tradicional de desenvolvimento de produtos: o próprio processo de teste vai contribuir para seu aperfeiçoamento.

As hipóteses testadas no MVP normalmente estão relacionadas à proposta de valor do empreendimento, isto é, o que será entregue (ou que se quer entregar) aos(as) potenciais clientes. Se não há demanda pelo produto ou serviço – ou pela resolução do problema –, o empreendimento não dará certo. Vamos pegar o exemplo do aplicativo Sonya, que se propõe a melhorar a mobilidade urbana de pessoas cegas ou de baixa visão. Antes de testar qual plataforma e linguagem mais adequadas para desenvolver o aplicativo ou por qual canal o serviço vai chegar ao(à) usuário(a), é preciso saber se o público-alvo usaria ou vê valor nesse serviço. Um MVP possível, rápido e de baixo custo seria combinar um trecho a ser testado com um(a) usuário(a) cego(a), gravar os comandos de voz de orientação (ex.: “Dê dez passos para frente, vire 90 graus para a direita, ande mais trinta passos para frente, pare e dê três passos lateralmente para desviar do orelhão.”) e enviar por WhatsApp. Se o(a) usuário(a) aprovar esses comandos de voz para se orientar, o coração da proposta de valor foi validado.

Além disso, outros questionamentos são igualmente importantes neste momento:

“Que problema dos(as) clientes o negócio ajuda a resolver?”

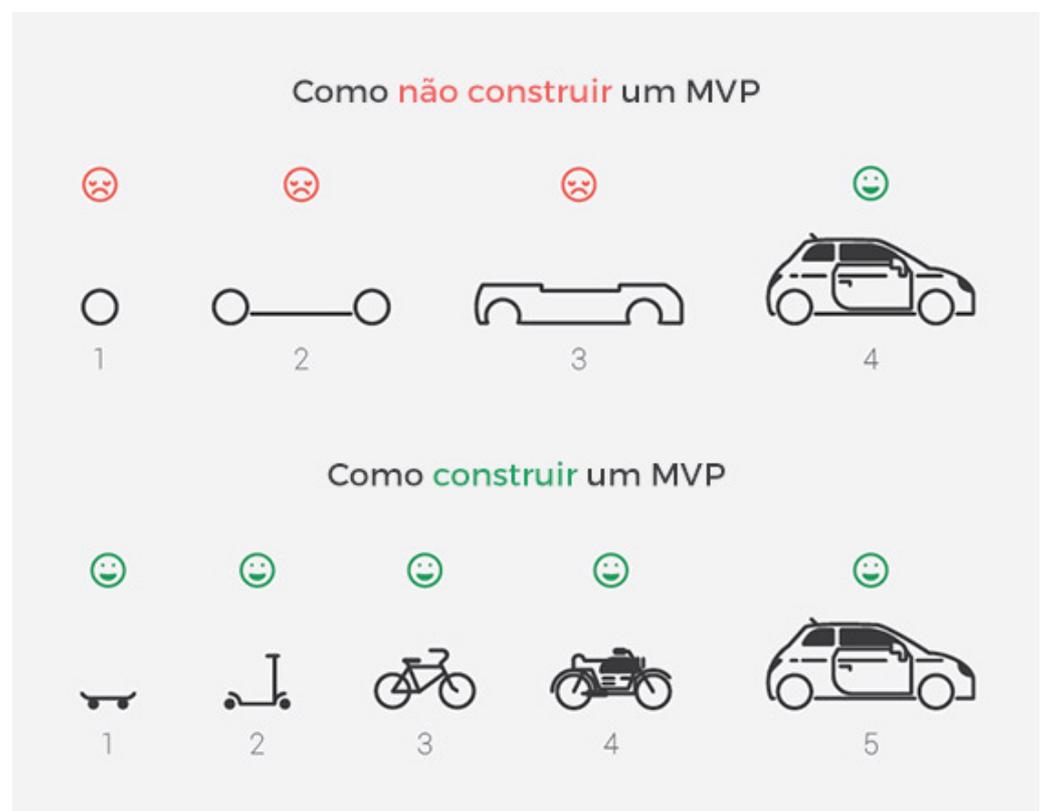
“Quais necessidades dos(as) clientes estão sendo satisfeitas?”

“A proposta de valor atende ao segmento de clientes escolhido?”

O fundamental no MVP é saber, antes de começar, quais hipóteses do Canvas serão validadas. O grande segredo é escolher aquelas que são fundamentais para validar, comprovar o modelo de negócio como um todo, ou seja, as hipóteses que geram mais incertezas e importância para o empreendimento.

O MVP também pode testar, por exemplo, as fontes de receita do negócio, que já foram listadas no Canvas. Ao lançar o protótipo no mercado, é possível já começar a gerar receita e capturar valor. Isso pode acontecer de acordo com o formato de protótipo produzido pelos times e a maneira como é oferecido aos(às) clientes.

Para cada hipótese validada ou refutada, é necessário atualizar o Canvas para deixá-lo mais útil e adequado. E, em seguida, escolher novas hipóteses para testar, até que o modelo de negócio esteja validado. Esse não é um processo que se resolva da noite para o dia. É preciso testar; falar com o(a) cliente; coletar os feedbacks; melhorar o protótipo; e testá-lo novamente, até que as hipóteses levantadas sejam confirmadas.



Técnicas para criar um MVP

Selecionamos três diferentes técnicas de MVP:

ALFAIATE	MÁGICO DE OZ	PIECEMEAL (aos pedaços, em inglês)
<ul style="list-style-type: none"> _Serviço ou produto bastante customizado e personalizado; _Para apenas um(a) ou poucos(as) clientes; _Bastante interação e proximidade com o(a) cliente (presencial e/ou virtualmente); _Cliente sabe que é um teste desde o início. 	<ul style="list-style-type: none"> _Simulação mais próxima da experiência que o(a) cliente terá quando o produto ou serviço estiver pronto; _Fazer manualmente o que o seu produto (ou serviço) faria automaticamente; _Cliente não percebe que os processos por trás do produto ou serviço ainda não são automáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> _É praticamente igual ao MVP Mágico de Oz, mas o backstage (processos de apoio) são feitos manualmente por meio de ferramentas já existentes, por exemplo, Google Drive, WhatsApp, e-mail, entre outros.

O que todas essas técnicas têm em comum é a criação de uma versão “gambiarra” da solução, com a finalidade de comprovar hipóteses sobre o produto ou serviço.

Não se trata de entregar uma versão malfeita para o(a) cliente, mas de validar essas suposições sem gastar tanta energia e dinheiro. Há quem diga que, se você não sente nem um pouquinho de vergonha do seu MVP, você demorou demais para lançá-lo. :p

Mesmo que os empreendimentos não consigam chegar a uma versão final de seu produto ou serviço durante esta formação do Pense grande, desenvolver um bom protótipo, que entregue valor ao(à) cliente e traga aprendizado, já é um excelente resultado!

Esses ciclos de validação do MVP podem durar até o pitch, que é o momento em que os times apresentam seus negócios para uma banca avaliadora ou, quem sabe, para possíveis investidores e apoiadores! Veremos como

fazer o pitch no próximo tema, mas, até lá, ainda tem muita transpiração, análise dos resultados, trabalho em equipe e persistência!

Importante: Na história do Pense Grande, esta é uma etapa na qual os times recebem a orientação em formato de assessorias, ou seja, é feito um trabalho de acompanhamento mais personalizado e cara a cara com você, multiplicador(a). Isso porque as equipes caminham em ritmos diferentes, possuem demandas e desafios específicos em seus empreendimentos e, portanto, é necessário um acompanhamento mais próximo para cada time. Nos territórios da formação do Pense Grande, entre o início do MVP e a apresentação dos pitches, temos, em média, um mês e meio para os times trabalharem e testarem seus protótipos. O que não é regra, cada turma tem seu próprio ritmo e contexto. O importante é não pular essa fase dos protótipos.

Caso seja possível, convide consultores(as) voluntários(as) para auxiliar nesta etapa. Assim como os times, você, multiplicador(a), poderá contar com o apoio de outras pessoas, contribuindo na orientação dos empreendimentos a partir de suas especialidades, nessa grande jornada empreendedora!

Isso não significa que deixarão de entregar algo, muito pelo contrário: a produção e a validação do MVP são etapas cruciais para o(a) empreendedor(a) em sua jornada.

Recomendamos que assista com toda a turma ao vídeo “Pense Grande 4 – MVP: como lançar o seu produto com pouco tempo e dinheiro”, que a Semente Negócios, parceira do Programa, preparou para nós. Acesse: <https://goo.gl/D9zf1S>

Simbora!

Ao contrário dos outros temas até aqui, o tema “Prova da Solução” apresentará mais orientações gerais sobre como desenvolver um MVP pelos times do que, propriamente, atividades passo a passo como vimos anteriormente.

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Apresentar o que é um MVP e a importância de testar os empreendimentos;
 - _Apoiar e orientar os times no planejamento, execução e medição do MVP;
 - _Introduzir estratégias para vender o produto ou serviço.
-

Atividade 1: Vai testar o quê?

DEFINIR E
SELECIONAR AS
HIPÓTESES A SEREM
TESTADAS NO MVP.



TEMPO ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computador;
- _Papéis ou cadernos;
- _Canetas;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Flipchart ou cartolina;
- _Canvas de cada equipe.

#comofazer:

A_O primeiro passo é pedir para as equipes voltarem a seu Canvas e analisarem o lado direito, a fim de escolher hipóteses para o MVP. Assim, as hipóteses terão uma fonte além das ideias dos integrantes da equipe.

Lembra-se do que temos no lado direito do Canvas?

- _Proposta de Valor;
- _Segmentos de Clientes;
- _Canais de Relacionamento;
- _Relacionamento com Clientes;
- _Fontes de Receita.

B_Os times devem fazer uma lista com as hipóteses que gostariam de testar no MVP, priorizando aquelas mais fundamentais e críticas para a continuidade do negócio.

A proposta de valor é, sem dúvida, uma das hipóteses mais importantes a ser validada. Ainda que as equipes tenham passado pelo Teste Fumaça e as entrevistas com potenciais clientes, é preciso checar se, de fato, aquilo que foi eleito pelos times tem aderência como negócio. O MVP, nesse caso, testará com o mercado se a maneira que querem resolver o desafio (ou problema) dá certo.

Porém, é possível (e necessário) testar diferentes hipóteses, e não apenas uma única.

Para ficar mais claro, vamos retomar o exemplo do Embarcar, empreendimento criado durante a formação Pense Grande em Santarém, no Pará, que usamos no tema “Modelo de Negócio”:

O desafio identificado foi a falta de informação sobre as viagens de barcos de transporte de passageiros na Região Amazônica. Essas são algumas hipóteses relacionadas à solução que poderiam ser testadas:

_Se as informações sobre viagens de barcos de passageiros estivessem concentradas e acessíveis, mais viagens de barco aconteceriam, o que geraria mais atividade comercial e turística na região.

_O melhor meio de disponibilizar essas informações é o online.

_Os(As) potenciais clientes, inclusive as comunidades ribeirinhas, têm smartphones.

_Os(As) potenciais clientes estão dispostos(as) a pagar para baixar o aplicativo.

C_As equipes devem definir os objetivos ao testarem cada hipótese, ou seja, o que querem descobrir ao realizar o teste e como isso vai impactar e direcionar o desenvolvimento do empreendimento.

Sugerimos organizar essas informações em uma planilha eletrônica. Se não for possível, peça para os times desenharem uma tabela em cartolina ou flipchart, preencherem as informações em post-its e colarem na tabela. A ideia é possibilitar que as informações sejam atualizadas à medida que o MVP vai se desenvolvendo.

Voltando ao exemplo do Embarcar, o grupo poderia ter chegado a uma tabela como essa:

HIPÓTESE	OBJETIVO (O QUE SE QUER DESCOBRIR)
Se as informações sobre viagens de barcos de passageiros estivessem concentradas e acessíveis, mais viagens de barco aconteceriam, o que geraria mais atividade comercial e turística na região.	Testar se os(as) potenciais clientes veem valor e viajam mais por causa das informações mais acessíveis.
O melhor meio de disponibilizar essas informações é o online.	Descobrir se a melhor solução é online ou off-line.
Os(As) potenciais clientes, inclusive as comunidades ribeirinhas, têm smartphones.	Decidir se a equipe desenvolve um site ou um aplicativo.
Os(As) potenciais clientes (usuários/as) estão dispostos(as) a pagar pelo serviço.	Testar se essa fonte de renda é uma opção e, se sim, qual o valor razoável a ser cobrado.

O MVP deve ser capaz de validar as hipóteses, mesmo que não valide a ideia da solução como um todo, apesar de ser o ideal a ser buscado.

Ficou claro? Esperamos que sim. :)

Atividade 2: Testando... 1, 2, 3... testando!

DEFINIR A(S) ESTRATÉGIA(S) A SEREM UTILIZADAS PARA EXECUTAR O MVP, A FIM DE VALIDAR OU REFUTAR AS HIPÓTESES LEVANTADAS NA ATIVIDADE ANTERIOR E REFINAR O MODELO DE NEGÓCIO.



TEMPO ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computador e/ou smartphone;
- _Papéis ou cadernos;
- _Canetas;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Flipchart ou cartolina;
- _Canvas de cada equipe;
- _Materiais levantados para a execução dos protótipos.

#comofazer:

Conforme dissemos acima, esta atividade não tem um tempo específico, ela varia de equipe para equipe. Porém, é preciso que o MVP tenha sido testado ao menos uma vez antes do pitch – o próximo tema que trataremos nesta formação.

A_Considerando as hipóteses levantadas e seus objetivos correspondentes, peça para que cada equipe defina qual e como será seu protótipo.

Lembre-se que o protótipo é a versão mais simples e enxuta possível do produto ou serviço, mas que ainda entrega valor para o(a) potencial cliente e resolve, pelo menos em parte, o desafio escolhido pela equipe.

No caso do Embarcar, poderíamos ter algumas opções de MVPs:

HIPÓTESE	OBJETIVO (O QUE SE QUER DESCOBRIR)	PROTÓTIPO
Se as informações sobre viagens de barcos de passageiros estivessem concentradas e acessíveis, mais viagens de barco aconteceriam, o que geraria mais atividade comercial e turística na região.	Testar se os(as) potenciais clientes veem valor e viajam mais por causa das informações mais acessíveis.	Montar uma "banca" com informações sobre barcos de passageiros no cais do Porto de Santarém (PA).
O melhor meio de disponibilizar essas informações é o online.	Descobrir se a melhor solução é online ou off-line.	Divulgar por meio de mídias online (site, redes sociais, aplicativo etc.) e off-line (folders, cartazes, jornal etc.).
Os(As) potenciais clientes, inclusive as comunidades ribeirinhas, têm smartphones.	Decidir se a equipe desenvolve um site ou um aplicativo.	Criar uma landing page sobre o serviço para o(a) usuário escolher como gostaria de acessar as informações (site ou aplicativo) e qual plano gostaria de contratar.
Os(As) potenciais clientes (usuários/as) estão dispostos(as) a pagar pelo serviço.	Testar se essa fonte de renda é uma opção e, se sim, qual o valor razoável a ser cobrado.	

Por exemplo, para testar a hipótese de que a oferta organizada de informações sobre as viagens de barco faz com que as pessoas viajem mais, os(as) empreendedores(as) poderiam preparar um teste analógico: levantar os horários e destinos de cada barco; organizar essa informação e montar uma barraquinha no cais do Porto de Santarém (PA) com uma placa “Informação sobre chegadas e saídas dos barcos”, para checar o interesse dessas pessoas.

Independentemente de ser um protótipo de produto ou serviço – online ou off-line – é possível desenvolvê-lo inicialmente de maneira analógica. Por exemplo: um aplicativo pode ser primeiramente desenhado no papel, tela por tela. Porém, ainda recomendamos que os times utilizem recursos digitais variados para sua produção. Vale lembrar: a dica é investir pouco tempo e recursos, principalmente dinheiro, nessa fase do protótipo.

Caso o negócio seja um serviço, o MVP pode envolver a realização de um evento, criação de material de divulgação, reuniões de venda, entre outros. Caso seja um produto, o MVP pode demandar um investimento maior na criação da experiência da solução ou do protótipo material.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Sabia que é possível criar um aplicativo mesmo não sabendo programar? Isso pode acontecer graças a aplicações como o App Inventor. Saiba mais acessando a plataforma, em inglês, MIT App Inventor (<https://goo.gl/ATYmeG>). E leia este artigo da Wikipédia: <https://goo.gl/UCsToi>

B_Um canal de atendimento e vendas pode ser simulado por vários meios acessíveis, como WhatsApp, telefone, SMS, Messenger, página do Facebook etc.

C_É possível construir um site de forma bem simples e rápida, por exemplo, utilizando o Wix (<https://pt.wix.com>) ou o Google Sites (<https://sites.google.com/new>).

.....

B_Depois de definir qual a estratégia a ser seguida, as equipes têm o desafio de planejar como vão executar o MVP.

A implementação do protótipo requer um planejamento. Uma sugestão para organizar é definir:

_O que: a relação das atividades a serem executadas;

_Quando: quanto tempo vai durar e o cronograma com datas e horários. É preciso prever também as próximas reuniões de planejamento para que a equipe siga discutindo os avanços ou os possíveis problemas na execução do MVP;

_Quem: o nome das pessoas responsáveis por cada atividade, segundo a divisão de tarefas feita conforme o interesse e o perfil de cada pessoa;

_Quanto: os recursos/investimentos necessários.

É importante que a cada encontro de planejamento, alguém faça um relato das decisões que estão sendo tomadas e depois compartilhe com a equipe, para que os combinados fiquem sempre disponíveis e claros para todos(as).

Existe a possibilidade das equipes contarem com o apoio de outras pessoas para auxiliarem nessas tarefas, se for necessário. Por exemplo: chamar alguns(mas) voluntários(as) para ajudar na organização de algum evento, pedir ajuda a um(a) amigo(a) para melhorar a landing page ou campanha de divulgação.

No Saiba Mais trazemos alguns conceitos básicos e importantes sobre gestão de projetos, que podem ajudar muito no planejamento do MVP. Fique ligado(a)! ;)

C_Os times podem executar uma ou várias rodadas de testes do protótipo até chegarem ao ponto de validar ou refutar as hipóteses levantadas. Reforce com os times a importância de sempre anotarem e registrarem todas as informações e resultados da execução dos testes. Certamente vários aprendizados valiosos sairão dessa experiência.

Atividade 3: Será que deu certo?

MEDIR OS RESULTADOS E AVALIAR A EXECUÇÃO DO MVP, COM A FINALIDADE DE GERAR LIÇÕES APRENDIDAS NO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENHIMENTO.



TEMPO ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_ Computador ou smartphone;
_ Papéis ou cadernos;
_ Canetas.

#comofazer:

Agora que já foi definido o que será testado, o objetivo e a estratégia do protótipo, é preciso encontrar uma forma de saber se o teste atingiu ou não os resultados esperados. Como os times vão realmente saber se “deu certo”?

Como já disse o estatístico americano Willian Deming: “O que não pode ser medido, não pode ser gerenciado.” Para saber se os testes deram certo e se as hipóteses foram validadas ou refutadas, é preciso medir.

E não adianta medir qualquer coisa! Tem que estar conectado com a hipótese, saber o que se quer descobrir e o que se quer alcançar com o teste. Para isso, é importante definir: aonde se quer chegar (meta), e a “régua” para dizer se está perto ou longe de alcançar (métrica).

A_ Para medir os resultados do MVP e saber se os objetivos foram alcançados, os times agora definem as metas e as métricas relacionadas. Métricas são as medidas usadas para acompanhar o andamento de um projeto e fazer comparações ao longo de um tempo definido. Meta é o resultado a ser atingido.

Definir a métrica (o que vou medir) e a meta (quanto espero alcançar) possibilita declarar o sucesso do MVP.

Vamos usar um exemplo simples para esclarecer esses conceitos.

Imagine uma pessoa que quer perder peso. Esse é o desafio. Sua hipótese é: acrescentar algum exercício aeróbico, como caminhada, em sua rotina é suficiente para resolver esse desafio. Ela se propõe a testar essa hipótese, definindo as seguintes metas e métricas:

HIPÓTESE	OBJETIVO	TESTE	MÉTRICA	META
Acrescentar caminhada na rotina é suficiente para uma pessoa perder peso.	Descobrir se a caminhada é uma solução eficaz para perder peso.	Acordar 1 hora mais cedo e andar no parque em frente à casa.	Quilômetros (km). Quilos (kg).	Caminhar 2 km por dia. Perder 1 kg por semana.

Nesse caso, se a pessoa caminhar dois quilômetros por dia e perder um quilo em uma semana, a hipótese terá sido validada. Se o resultado não for esse, ela pode gerar novas hipóteses, ajustar a estratégia e testar até atingir a meta.

Voltando ao caso do Embarcar, poderíamos chegar a esta proposta, por exemplo:

HIPÓTESE	OBJETIVO	PROTÓTIPO	MÉTRICA	META
Se as informações sobre viagens de barcos de passageiros estivessem concentradas e acessíveis, mais viagens de barco aconteceriam, o que geraria mais atividade comercial e turística na região.	Testar se os(as) potenciais clientes veem valor e viajam mais por causa das informações mais acessíveis.	Montar uma "banca" com informações sobre barcos de passageiros no cais do Porto de Santarém (PA).	Pessoas interessadas que pararam para pedir informações sobre barcos. Passagens de barco vendidas por barcos parceiros.	30 pessoas em uma semana. 5% a mais, se comparado ao mês anterior.
O melhor meio de disponibilizar essas informações é o online.	Descobrir se a melhor solução é online ou off-line.	Os dois protótipos (online e off-line)	% de alcance da meta do MVP off-line (banca). % de alcance da meta do MVP online (landing page).	Não se aplica.
Os(As) potenciais clientes, inclusive as comunidades ribeirinhas, têm smartphones.	Decidir se a equipe desenvolve um site ou um aplicativo.	Criar uma landing page sobre o serviço, para o(a) usuário(a) escolher como gostaria de acessar as informações (site ou aplicativo) e qual plano gostaria de contratar.	Usuários(as) únicos(as) que acessaram a landing page. Usuários(as) únicos(as) que responderam a pesquisa (site ou aplicativo).	200 usuários(as) únicos(as) em duas semanas. 50% dos(as) usuários(as) que acessaram o site.
Os(As) potenciais clientes estão dispostos(as) a pagar para baixar o aplicativo.	Testar se a fonte de renda é uma opção e, se sim, qual o valor razoável a ser cobrado.		Usuários(as) únicos(as) que clicaram para contratar algum plano oferecido.	10% dos(as) usuários(as) que acessaram o site.

B_ Peça para as equipes montarem tabelas, a fim de organizarem todos os resultados da execução do MVP. Assim, fica muito mais fácil analisarem, a partir de dados e fatos, o que realmente aconteceu, deu certo ou errado nas estratégias adotadas.

C_ Agende uma assessoria com todos(as) os(as) integrantes de cada equipe para discutirem e analisarem em conjunto os resultados dos testes do MVP. É um passo fundamental para fechar o ciclo do primeiro teste do MVP e, se necessário, abrir novos ciclos de testes.

Algumas perguntas podem auxiliar nessa reflexão conjunta:

- _ “Como a equipe avalia a execução do MVP? O que foi muito legal e o que pode melhorar?”*
- _ “Quais foram os principais resultados do MVP? Chegaram perto ou longe das metas acordadas?”*
- _ “Quais os principais aprendizados para o empreendimento?”*
- _ “Quais hipóteses foram validadas e quais foram refutadas?”*

Atividade 4: Aprender, ajustar e recomeçar!

REVISAR E AJUSTAR O MODELO DE NEGÓCIO DAS EQUIPES, A PARTIR DOS RESULTADOS E APRENDIZADOS DA EXECUÇÃO DO MVP.



TEMPO

ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _ Computador ou smartphone;
- _ Papéis ou cadernos;
- _ Canetas.

#comofazer:

A_ Peça para resgatarem o Canvas e a análise dos resultados do MVP feita na atividade anterior. Cada equipe vai se reunir e discutir quais ajustes precisam ser feitos no modelo de negócio, a partir do que conseguiram aprender durante a execução dos testes.

Essa reflexão em equipe é fundamental para o desenvolvimento do empreendimento. Você, como facilitador(a), pode cuidar para que essa conversa seja o mais produtiva possível, focando nas soluções e aprendizados e não nos problemas e dificuldades. Algumas perguntas podem nortear essa conversa com as equipes:

- _ *“Como foi o desempenho do produto (ou serviço) em cada uma das metas propostas?”*
- _ *“O protótipo conseguiu transmitir valor ao cliente? Se sim, como? Qual a evidência?”*
- _ *“Quais descobertas foram feitas no relacionamento com o(a) cliente e na realização do MVP?”*
- _ *“Quais foram as lições aprendidas da primeira versão do produto (ou serviço)?”*
- _ *“Quais hipóteses foram, afinal, validadas? Quais foram refutadas?”*
- _ *“Quais mudanças serão feitas no Canvas?”*
- _ *“Que melhorias no produto ou serviço são necessárias para uma nova versão do protótipo?”*
- _ *“Quais novas hipóteses surgiram que precisam ser validadas?”*
- _ *“O que pode ser melhorado na execução do protótipo e trabalho em equipe?”*
- _ *“Quais são as atividades e responsabilidades de cada pessoa do time para realizar essas mudanças?”*
- _ *“Qual o prazo para implementar essas mudanças?”*
- _ *“Quais os custos para implementar uma nova rodada de testes do protótipo? Qual a fonte dos recursos para arcar com esses novos custos?”*

Como falamos anteriormente, tão importante quanto o protótipo feito é o processo de seu desenvolvimento e validação que, aliás, deve ser constante. É

uma experiência única poder ter contato com clientes reais e estar aberto(a) a receber feedbacks, sugestões e críticas desses(as) clientes.

B_Ao final das discussões, peça para as equipes registrarem os resultados, conclusões, ajustes e próximos passos na tabela que vem sendo construída para o MVP.

Continuando com o exemplo do Embarcar, a tabela poderia terminar o ciclo assim:

HIPÓTESE	OBJETIVO	PROTÓTIPO	MÉTRICA	META	RESULTADOS	CONCLUSÕES	AJUSTES E PRÓXIMOS PASSOS
Se as informações sobre viagens de barcos de passageiros estivessem concentradas e acessíveis, mais viagens de barco aconteceriam, o que geraria mais atividade comercial e turística na região.	Testar se os(as) potenciais clientes veem valor e viajam mais por causa das informações mais acessíveis.	Montar uma "banca" com informações sobre barcos de passageiros no cais do Porto de Santarém (PA).	Pessoas interessadas que pararam para pedir informações sobre barcos. Passagens de barco vendidas por barcos parceiros.	30 pessoas em uma semana. 5% a mais, se comparado ao mês anterior.	25 pessoas em uma semana. 10% a mais de passagens vendidas.	Hipótese validada: as pessoas veem valor e isso influencia nas vendas de passagens.	Comprovar se os donos de barco têm interesse em fazer parcerias. Testar se as pessoas têm interesse em comprar as passagens de forma online.
O melhor meio de disponibilizar essas informações é o online.	Descobrir se a melhor solução é online ou off-line.	Os dois protótipos (online e off-line)	% de alcance da meta do MVP off-line (banca). % de alcance da meta do MVP online (landing page).	Não se aplica.	116% de alcance da meta do MVP off-line. 190% de alcance da meta de MVP online.	O primeiro caminho a ser seguido pela equipe é desenvolver uma solução online mesmo (pela escala e custo).	
Os(As) potenciais clientes, inclusive as comunidades ribeirinhas, têm smartphones.	Decidir se a equipe desenvolve um site ou um aplicativo.	Criar uma landing page sobre o serviço, para o(a) usuário(a) escolher como gostaria de acessar as informações (site ou aplicativo) e qual plano gostaria de contratar.	Usuários(as) únicos(as) que acessaram a landing page. Usuários(as) que responderam a pesquisa (site ou aplicativo). Usuários(as) únicos(as) que clicaram para contratar algum plano oferecido.	200 usuários(as) únicos(as) em duas semanas. 50% dos(as) usuários(as) que acessaram o site. 10% dos(as) usuários(as) que acessaram o site.	1.000 usuários(as) únicos(as) em duas semanas. 30% dos(as) usuários(as) responderam a pesquisa (90% preferem aplicativo). 1% dos(as) usuários(as) clicaram para contratar algum dos planos.	Interesse e demanda dos(as) usuários(as) por solução online foi maior que o esperado. Maioria dos(as) potenciais clientes prefere aplicativo a site. Usuários(as) não estão dispostos(as) a pagar pelo aplicativo.	Desenvolver um protótipo de aplicativo e validar com um grupo pequeno de clientes. Testar novas formas de receita – novas hipóteses: Publicidade no aplicativo? Venda de passagens online?
Os(As) potenciais clientes estão dispostos(as) a pagar para baixar o aplicativo.	Testar se a fonte de renda é uma opção e, se sim, qual o valor razoável a ser cobrado.						

E, assim, o empreendimento vai ganhando vida e forma! :D

Atividade complementar 1: Vender e coçar... é só começar!

APRESENTAR
QUESTÕES BÁSICAS
E FUNDAMENTAIS
SOBRE VENDAS PARA
APOIAR OS TIMES NA
EXECUÇÃO DO MVP E
NAS FUTURAS VENDAS
DE SEUS PRODUTOS
OU SERVIÇOS.



TEMPO ESTIMADO:

não há um tempo estimado, são dicas a serem incorporadas, quando necessário, nas assessorias.

Alternativa e/ou complemento para: Atividade 2.

#comofazer:

Assim como na atividade anterior, não temos aqui um passo a passo muito definido, mas, sim, orientações gerais que ajudam os times na venda de seus negócios, inclusive durante o MVP.

Etapa 1: Por onde começar a vender? Como distribuir?

Os times devem planejar e definir quais serão os canais de venda que serão testados. Para isso, peça para retomarem os “Canvas” e revisarem os canais listados. (Atividade 4 - Tema “Modelo de Negócio”).

Ao revisarem os canais de vendas, as equipes devem se perguntar:

- _ “Como os(as) clientes ficarão sabendo que o produto ou o serviço existe?”
- _ “As vendas serão presenciais ou online?”
- _ “Em que local o(a) cliente poderá adquirir o produto ou o serviço?”
- _ “Como o produto ou serviço vai chegar ao(à) cliente?”

Etapa 2: Quanto vai custar vender e distribuir?

Os(as) empreendedores(as) precisam estar atentos(as) e levantar todos os custos relacionados às vendas – divulgação e materiais de comunicação; produção; distribuição; deslocamento para reuniões de vendas; e ações de relacionamento com os(as) clientes –, visto que estes precisam estar equilibrados e condizentes com os recursos das equipes e as expectativas de receitas. Do contrário, é prejuízo na certa!

Vender um serviço ou produto com valor abaixo do custo de se gerar e entregar a proposta de valor compromete a continuidade do empreendimento e sua sustentabilidade financeira. Porém, vender acima do que o(a) cliente pode pagar ou percebe como valor adequado também é uma ameaça ao negócio, pois pode afastar as vendas. O jeito é ir testando e refinando as hipóteses em relação ao preço, receitas e custos.

Etapa 3: Como controlar as vendas e o relacionamento com os(as) clientes?

Ao ir para a rua (ou a Internet) com a finalidade de vender o produto ou serviço, é possível, de forma simples e rápida, organizar o que foi vendido. Para isso, os(as) empreendedores(as) podem criar uma planilha e manter as informações de seus(suas) clientes e vendas.

Também, é preciso manter e gerenciar o relacionamento com os(as) clientes – do momento que entrou em contato com o negócio até o pós-venda. É o que chamamos de gerenciamento de relacionamento com o(a) cliente, mais conhecido pela sigla CRM (Customer Relationship Management, em inglês).

Para gerenciar o relacionamento com os(as) clientes, é necessário levantar algumas informações básicas deles(as) como, por exemplo: nome, organização, contatos (telefones, e-mail), status do pedido, próximos passos (que ação tomar) etc. Essas informações variam de acordo com cada empreendimento.

saiba mais



1

Aprenda mais sobre a importância da validação do seu negócio neste texto da Endeavor. Acesse: <https://endeavor.org.br/validacao/>

2

Conheça mais sobre MVP e como ele acelera o desenvolvimento de um produto ou serviço. Acesse o site do empreendedor Ramon Kayo: <https://goo.gl/ofStcU>

3

Videoaula sobre o que é um projeto e por onde começar a organizá-lo. Confira no canal do Mario Trentim, no YouTube: <https://goo.gl/dUfyYF>

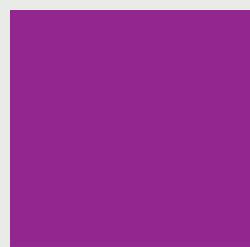
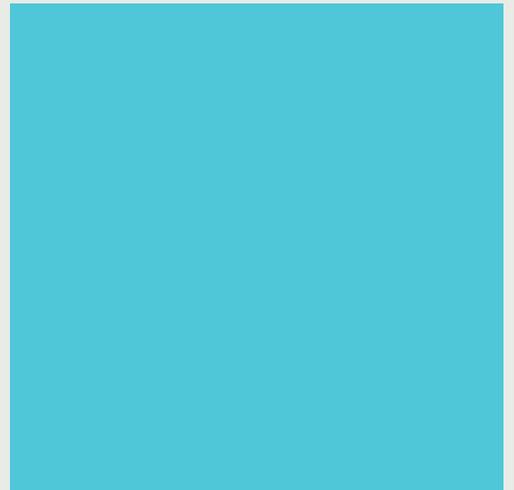
4

A experiência muito bem relatada no LabHacker mostra como o erro e seu aprendizado podem melhorar um projeto ou empreendimento. Acesse: <https://goo.gl/qsLPt2>

5

Entenda o que é CRM (Customer Relationship Management, em inglês), como funciona e sua contribuição para o negócio neste texto do CRM Educacional. Acesse: <https://goo.gl/P9SJft>

Pitch



Contexto

Olá... Estamos chegando perto do fim!

Que alegria estarmos juntos(as)! Esta jornada tem sido incrível, de muitos aprendizados, dedicação, criatividade e descobertas, e isso graças ao empenho de todos(as): multiplicadores(as), os times de empreendedores(as) e quem apoia esta caminhada.

É importante olhar para trás e reconhecer os esforços dos times e de cada um(a) neste processo de formação, que está chegando ao fim. O que fica para o resto da vida e não tem fim é o desenvolvimento da atitude empreendedora! <3

Como diz a música “A Estrada” da banda carioca Cidade Negra:

*“Você não sabe o quanto eu caminhei
Pra chegar até aqui
Percorri milhas e milhas antes de dormir
Eu nem cochilei”.*

No tema anterior, as equipes tiveram que comprovar o interesse de seus potenciais clientes por suas propostas de valor, através da execução de seus MVPs (ou protótipos). Além desta comprovação de interesse e aproximação real com o mercado, os(as) empreendedores tiveram a possibilidade de capitalizar recursos, ou seja, tiveram oportunidade de gerar renda com os negócios.

Após a realização do Teste Fumaça (tema “Prova de Oportunidade”) e criação e oferta do MVP (tema “Prova da Solução”), chegou o momento de apresentar o empreendimento ao mundo – e quem sabe a possíveis investidores – por meio de um pitch. É isso que veremos neste penúltimo Tema.

Pitch é uma maneira rápida e estruturada de apresentar seu negócio. Trata-se de apresentar o negócio em pouco tempo, com o objetivo de despertar o interesse de um(a) investidor(a) ou dos próprios clientes.

De onde vem a palavra pitch?

Ela vem do beisebol: é o nome do arremesso/lançamento da bola, que normalmente ultrapassa 150km/h, ou seja, o pitch é beeeem rápido! :O

O pitch é conhecido também como “Elevator Pitch” (em inglês), ou “Discurso do Elevador”. É a apresentação feita no tempo de uma viagem de elevador, que normalmente é bem rápida.

Sabe aquela frase que diz que sorte é estar preparado(a) para aproveitar quando a oportunidade passar na sua frente? Preparar o elevator pitch é aumentar a sorte como empreendedor(a). Imagine se um potencial cliente ou investidor entra no mesmo elevador que você e esta é uma oportunidade de ouro para o negócio? Quando a oportunidade bate à porta – ou entra no mesmo elevador - é preciso agarrá-la com unhas e dentes, ou melhor, com uma apresentação bastante objetiva, segura e que faça os olhos de quem a escute brilharem!



Estruturar, customizar e treinar o pitch é bastante útil para diversas situações da trajetória empreendedora: serve tanto para apresentar o empreendimento para seus públicos de interesse, recrutar pessoas para a equipe, vender o produto ou serviço, quanto para pedir investimento para ganhar escala e mercado.

Apesar do nome, o pitch dura normalmente mais que apenas uma viagem de elevador... Em geral, varia de dois a dez minutos por empreendimento. Ao longo da formação do Pense Grande, intencionalmente, fomos preparando os times e jovens para apresentarem suas ideias em, no máximo, cinco minutos. Faz sentido agora? ;)

De acordo com o site “Capital Social, ganhar escala é quando acontece um aumento na produção, comercialização ou prestação de serviços que não vem acompanhado de um aumento proporcional no custo, fazendo com que o custo médio seja mais barato e assim gerando redução de custos e aumento da lucratividade.

No próximo tema, vamos trazer várias opções de investimentos e programas de apoio que os empreendimentos podem escolher para continuar sua trajetória e ganhar o mundo. Em todas opções, ter o pitch redondo e bem treinado é essencial :D

Atenção: Todos os empreendimentos que terminarem a formação devem fazer o pitch, mas nem todos chegarão a ele tendo, de fato, concluído uma venda para um cliente real. Isso pode acontecer porque o tempo para os testes não foi suficiente ou porque os testes fizeram com que a equipe voltasse algumas etapas.

Este “atraso”- que não é nada negativo porque faz parte do processo - normalmente acontece porque o teste de validação refutou as primeiras hipóteses e é preciso voltar para gerar novas hipóteses e, depois, fazer novos testes - seja de prova da oportunidade ou da solução, como na Atividade “Será que deu certo?” (Atividade 3 – Tema “Prova de Oportunidade”). Mesmo aqueles que ainda não tiverem encerrado os testes da etapa do MVP (Tema “Prova da Solução”), podem e devem apresentar seus pitches.

Veremos nas atividades abaixo um passo a passo de como os times podem planejar suas apresentações e também, para você, multiplicador(a), orientações para a organização de um evento de pitches.

Respire fundo, alongue o corpo, prepare a voz e v'ambora!

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Apresentar o que é um pitch;
 - _Dar instruções e um roteiro de como preparar as apresentações dos times;
 - _Compartilhar dicas de organização de um evento de pitches;
 - _Apresentar uma avaliação dos negócios para encerrar o processo de formação.
-

Atividade 1:

Roteiro para um pitch certo

APRESENTAR RECURSOS SIMPLES E UM ROTEIRO PARA PLANEJAMENTO E ESTRUTURAÇÃO DE APRESENTAÇÕES EFICIENTES DOS EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Papéis ou cadernos;
- _Canetas;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Computador;
- _Todos os materiais já produzidos sobre o empreendimento durante a Formação Pense Grande.

Recomendamos assistir com os times o vídeo que a Semente Negócios preparou sobre o pitch. Retome o vídeo a cada passo (como veremos a seguir), é fundamental que os times tenham clareza do que vão apresentar. Assista em: <https://goo.gl/byfes6>

#comofazer:

A_ Peça para as equipes reunirem todos os materiais relacionados ao empreendimento que foram produzidos até este momento na Formação Pense Grande.

A ideia é fazer um resumo claro e consistente de toda trajetória do empreendimento, destacando os pontos mais essenciais para transmitir a mensagem e despertar o interesse do público ou banca avaliadora.

B_ Apresente para cada time o roteiro abaixo de 10 passos para estruturar o pitch e apoie os(as) jovens na construção da estratégia de apresentação – se vão utilizar slides de apoio, vídeo, encenação, entre outros.

Trazemos novamente o exemplo do Embarcar para ilustrar cada passo. O empreendimento ganhou destaque desde sua criação em 2014 e esteve presente no programa televisivo “Shark Tank Brasil”. Você pode conferir o pitch dos empreendedores neste link: <https://goo.gl/cRQAfQ>

Os 10 passos para um Pitch

Passo 1: Pé na Porta – É importante começar bem, causando uma boa impressão e chamando a atenção da plateia. Normalmente, se começa com o logo e uma frase que descreve o empreendimento.

“Uma Startup para a venda de passagens do transporte hidroviário na região Amazônica.”

Passo 2: Identifique o problema ou desafio – O time deve deixar bem claro qual é o problema ou desafio que quer resolver.

Apresentar o problema por meio de uma narrativa, pegando um exemplo real, ajuda a aproximar a plateia deste problema, já que nem sempre ela conhece a realidade a ser apresentada.

“Somos da Amazônia, de origem ribeirinha e sempre tivemos o barco como meio de transporte. Para algumas cidades amazônicas, o único meio de acesso é pelos rios.

Para comprar uma passagem, temos que nos deslocar até um dos portos, ir até uma banquinha de vendas ou ir direto até uma embarcação. (...) Precisei comprar uma passagem de barco, busquei informações na internet e não encontrei nenhuma. Tive que pegar um transporte público até um dos portos da cidade, e chegando lá não tinha mais passagem para aquele dia. Tive que voltar outro dia. Tudo isso é um grande transtorno. ”

Passo 3: Apresente a solução – Assim que os(as) expectadores(as) entenderem o problema ou desafio, o time apresenta a solução logo em seguida, que no caso é o produto ou serviço que foi desenvolvido.

O desafio é deixar bem claro, de forma sucinta e simples, qual a proposta de valor e como esta solução resolve o desafio. Uma dica é usar figuras, diagramas e até fotos da solução, se for o caso.

“O Embarcar resolve este problema por meio de um aplicativo e site, que disponibilizam a opção de comprar o tíquete de transporte hidroviário.”

Site: <http://www.embarcar.net/site/>

App: https://play.google.com/store/apps/details?id=app.embarcar.app&hl=pt_BR

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_Uma maneira interessante para explicar como chegaram à solução é compartilhando as lições aprendidas nas interações com os clientes. No Pitch, é importante demonstrar que realmente viveram a experiência de mobilizar, engajar e entregar valor aos clientes.

.....

Passo 4: Tamanho de Mercado – O desafio agora é provar que o mercado para o qual o empreendimento está apontando é grande e relevante, para mostrar o potencial de crescimento da solução.

É a hora de trazer os dados que foram coletados nas atividades do Tema “Comunidade”: primeiras pesquisas e saídas a campo para definição e escolha do desafio! Também é importante citar as fontes dos dados, para trazer credibilidade.

“Circulam pelos rios da Amazônia cerca de 14 milhões de pessoas anualmente, segundo dados da ANTAQ - Agência Nacional de Transportes Aquaviários. Destes 14 milhões, 60% têm acesso à Internet, o que representa cerca de 8,4 milhões de pessoas. “

Passo 5: Fontes de Receita - Mostra como o negócio vai gerar receita e se sustentar financeiramente. Se tiver o preço do produto ou serviço, melhor ainda. Se ainda não estiver claro ou ainda não tiver sido testado, a equipe pode mostrar as possíveis estratégias. Esta informação está no Canvas (Atividade 4 - Tema “Modelo de Negócio”)

“O Embarcar quer 10% do valor de cada bilhete vendido, por meio do aplicativo ou site.”

Passo 6: Concorrentes – O time deve mostrar que entende de seu mercado e listar seus principais concorrentes. É o momento de destacar quais são as vantagens e diferenciais do empreendimento apresentado.

No caso do Embarcar, eles não chegaram a citar os concorrentes, mas poderiam citar os exemplos que trabalhamos em “Quem já faz o que quero fazer?” (Atividade 3 - Tema “Modelo de Negócio”).

“App Tapajós - Aplicativo gratuito, disponível para IOS e Android, permite compra de passagens e acesso a filmes para assistir a bordo das embarcações.

Navegação Sousa (expresso Golfinho) - Empresa consolidada com mais de 30 anos oferece informações sobre os barcos e preços na página do Facebook.

Os diferenciais do Embarcar são:

- Concentrar informações de várias empresas de transporte hidroviário, possibilitando a comparação de preços;
- Ser uma plataforma web/mobile e aplicativo para Android e IOS;
- Possibilitar pagamento por cartão de crédito e boleto bancário."

Passo 7: Canais – A equipe deve apresentar como pretende chegar aos clientes, ou seja, como eles vão conhecer o empreendimento e como poderão comprar o produto ou serviço. Essa informação também está no Canvas (Atividade 4 - Tema "Modelo de Negócio").

- "- Placas e panfletos
- Indicações de agências de turismo
- Próprio Site ou aplicativo"

Importante: Se o time conseguiu finalizar os testes do MVP, este é um ótimo momento para falar do estágio do empreendimento, quantos clientes já foram abordados ou atendidos, e se alguma venda já foi realizada.

Passo 8: Planos futuros e próximos passos – É importante mostrar para a plateia que a equipe sabe onde quer chegar e quais são suas metas.

Também é o espaço para deixar claro quais são os próximos passos e desafios no desenvolvimento do negócio. Na maioria das vezes, os(as) empreendedores(as) não conseguem o investimento esperado de primeira, mas em muitos casos, os(as) investidores(as) (e até algumas pessoas da plateia) podem colaborar com contatos e conhecimento para os próximos passos – o que neste estágio inicial pode ser até mais produtivo do que apenas dinheiro.

"O Embarcar planeja conquistar, inicialmente, 3% do mercado de 14 milhões de passageiros anuais (...) e esperamos faturar R\$600.000,00 em um ano."

Importante: Veja que esse passo não consta no vídeo da Semente Negócios, mas é possível trazer essa informação para a apresentação do empreendimento.

Passo 9: Equipe – Agora, chegou a hora de apresentar todos integrantes da equipe, com suas responsabilidades e competências. A ideia é passar segurança para a plateia e mostrar que essas pessoas são as mais adequadas para levar o empreendimento adiante.

“ Maickson Bhoim – Captação de clientes e vendas
Taissir Wilkerson – Programação e Operações“

Passo 10: Final Feliz – Para fechar com chave de ouro, a equipe faz um chamado para que a apresentação termine em um clima positivo. Muitos(as) empreendedores(as) gostam de usar frases de pessoas conhecidas ou alguma frase de efeito para encerrar o pitch.

Lembra que o pitch pode ser utilizado para várias ocasiões e ter diferentes objetivos? É importante deixar bem claro qual o objetivo desse pitch e os próximos passos.

“Estamos aqui em busca de R\$ 90.000 por 10% de nossa empresa. Tubarões, embarquem com a gente nessa!”

C_Peça para as equipes escreverem quais as informações e dados acreditam ser essenciais para transmitir a mensagem de cada passo proposto. Essas informações dispostas nesta sequência vão gerar um roteiro bem estruturado e consistente para o pitch.

Atividade 2:

Do papel ao palco

ORGANIZAR AS INFORMAÇÕES LEVANTADAS NA PREPARAÇÃO DO ROTEIRO DO PITCH, ALÉM DE ESCOLHER AS ESTRATÉGIAS E MATERIAIS DE APOIO PARA A APRESENTAÇÃO DOS EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:

Varia conforme a equipe, mas sugerimos que os encontros com as equipes (assessorias) não ultrapassem 1 hora de duração.



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Papéis ou cadernos;
- _Canetas;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Computador;
- _Blocos adesivos (post-it);
- _Smartphones ou câmeras (para filmar)

#comofazer:

A_Depois que as equipes finalizaram o roteiro do pitch, elas devem escolher qual a estratégia para organizar e apresentar todas as informações recolhidas.

As apresentações acontecem, em sua imensa maioria, em um editor de apresentações. Entretanto, cartazes, distribuição de produtos, demonstrações, vídeos, encenações e até música também podem ser boas estratégias de apresentação e um diferencial da equipe!

B_Os(as) jovens podem usar vários recursos para incrementar e ilustrar suas apresentações. Incentive os grupos a retomarem o que produziram, principalmente em relação à marca do empreendimento, e os materiais que foram coletados nas saídas a campo e testes do MVP.

C_Centralize todos os materiais de apoio que foram produzidos pelos times para o pitch. Utilize pelo menos duas estratégias para centralizar, organizar e salvar todos estes arquivos: salvar todas as apresentações em um pen drive, enviar para um e-mail, salvar no Google Drive ou Dropbox, salvar no Desktop do laptop.

É importante ter cuidado e atenção com estes arquivos, já que são uma parte da materialização dos resultados, de todos esforços e jornada das equipes até aqui. E que jornada!

D_Com as informações reunidas e organizadas - em slides, com cores, fotos, cheiros e afins - , as equipes precisam se preparar para se apresentar para uma plateia e banca avaliadora. Afinal, não basta projetar a apresentação e ler os slides, é preciso comunicá-la! Para contar os detalhes e resultados desta incrível jornada até aqui, existe uma importante ferramenta:

Storytelling: “Tell a story” em inglês, ou “contar uma história”. Storytelling é a prática de contar uma boa história de maneira interessante, capaz de prender a atenção do público, elaborando algo que seja tão relevante que evite, assim, a dispersão de quem está assistindo.

Sabemos que uma história é boa pelo efeito que ela causa nas pessoas, pelas emoções que a mensagem consegue transmitir. O Storytelling é uma ferramenta muito utilizada em lançamentos de produtos ou para fidelizar um(a) cliente.

Conhece a música “Eduardo & Mônica” da Legião Urbana? Ela é um exemplo de Storytelling! Não acredita? Escute e veja esse clip: <https://www.youtube.com/watch?v=gDkIXklzAZg>

E_Para ajudar os(as) jovens a contar grandes histórias de maneira convincente, emocional e assertiva, vale lançar algumas perguntas aos times:

- “O que você quer falar?”
- “Com quem você quer falar?”
- “Por que você quer falar?”
- “Onde você quer falar?”
- “Quando você quer falar?”
- “Como você quer falar?”

F_Os times devem treinar, treinar e treinar a apresentação até o dia do evento final dos pitches. É como uma peça de teatro, um show, um jogo: é preciso estar seguro(a), confiante e afiado(a) em relação às informações que transmitirá.

As equipes decidem se vão escolher algum(a) representante ou se todos(as) integrantes vão apresentar. O importante é escolher uma estratégia que garanta a maior clareza no discurso. Caso a equipe escolha ter vários(as) apresentadores(as), é necessário ficar de olho no tempo de fala de cada um(a) e também nos tempos de troca.

Os(as) integrantes que não vão apresentar podem ficar responsáveis por apoiar na apresentação dos slides e no registro dos feedbacks e perguntas da banca avaliadora. Os registros podem tanto ser feitos por escrito quanto, por exemplo, gravados no celular. Aliás, estas contribuições

são super valiosas, praticamente consultorias gratuitas, e serão muito úteis para a atividade pós-pitch e para os próximos passos do empreendimento.

G_ Organize alguns encontros presenciais com os times para praticarem a apresentação dos pitches. Desta maneira, as equipes podem demonstrar o que estão preparando e recebem feedback – inclusive dos demais times - para o aprimoramento de suas apresentações até o grande dia. Uma ótima dica, se possível, é filmar os times fazendo as apresentações de treino. ;)

Atividade 3:

O grande dia!



TEMPO

ESTIMADO:

Vai depender essencialmente da quantidade de equipes que vão apresentar e também das circunstâncias de cada localidade. Mas normalmente é um evento de meio período para turmas menores, de até oito equipes, e de dia inteiro para turmas grandes, acima de oito equipes.



MATERIAIS

NECESSÁRIOS:

- _Fichas de avaliação para a banca;
- _Canetas, papéis, cadernos ou blocos de notas para a banca;
- _Computador e pen drives;
- _Projeter, microfones e sistema de som;
- _Outros materiais listados para execução do evento.

Respeitável público... chegou o grande dia! A jornada empreendedora das equipes não se encerra aqui. Porém, o pitch coroa o esforço, a dedicação e o empenho dos(as) jovens durante sua formação no Pense Grande.

É o momento de brilharem, de apresentarem os empreendimentos à comunidade, investidores(as) e parceiros(as) que ajudaram a compreender como se faz empreendedorismo com impacto social e, sobretudo, a ter uma atitude empreendedora na vida! Trata-se de um evento, uma celebração em que os times apresentarão seus projetos a uma banca de avaliadores(as) e, quem sabe, potenciais apoiadores(as) dos empreendimentos.

Apesar do pitch ser um momento em que o empreendimento é apresentado a possíveis investidores(as), vale ressaltar que também é o encerramento de um processo formativo e o momento de mostrar o resultado do esforço de toda a turma. Portanto, antes das apresentações, reúna todos(as) os(as) jovens para uma conversa empática, a fim de criarem um sentimento de cooperação e colaboração, ressaltando as conquistas dos times até aqui. =)

Conforme falamos acima, cada time terá até cinco minutos para apresentar seu empreendimento. Em eventos de pitch, o controle do tempo é bastante rigoroso e é comum o microfone de quem está apresentando ser cortado, ao chegar o tempo limite.

Como todo evento, é preciso coordenar uma série de atividades antes, durante e mesmo após o encontro. Descreveremos abaixo, as principais etapas e ações para as apresentações dos times, bem como dicas importantes para a organização do evento.

Não hesite em pedir auxílio a outras pessoas para lhe ajudar nessa organização. Divida e delegue as tarefas e responsabilidades para que estas apresentações aconteçam e sejam inesquecíveis para os(as) jovens. <3

#comofazer:

Planejamento do evento

A_Comece a planejar o evento de pitch com pelo menos um mês de antecedência. O ideal é começar a pensar nisso quando os times entram

na fase de MVP - lembra que o período entre o início do MVP e o evento do pitch dura cerca de um mês?

Em alguns casos, quando o número de equipes é muito grande – acima de 20 apresentações -, o evento pode ficar extremamente longo e cansativo, tanto para a plateia quanto para a banca avaliadora. Para evitar essa situação, alguns parceiros do Pense Grande em São Paulo implementaram uma etapa anterior – pitch intermediário -, justamente para selecionar finalistas para este evento final de pitches. Se essa é sua realidade, certifique-se de planejar também essa etapa de seleção para o grande final.

B_ Defina a data (ou o período) em que vai acontecer o evento final. Para minimizar os custos, mobilização da banca julgadora e espaço, sugerimos que o evento seja feito em um único dia, se preciso, utilizar os dois períodos para a programação.

Importante: A data do evento é um fator importantíssimo! Além do tempo hábil para preparação do encontro, é preciso que concilie a disponibilidade da banca julgadora. Quanto mais cedo iniciar os contatos e convites, maiores as chances de tê-los(as) no dia.

C_ Escolha e reserve o local do evento com antecedência. Busque parcerias para diminuir o custo com aluguel de espaços e envolver outros atores nesta formação.

Este passo é essencial: o espaço precisa comportar confortavelmente os times, a banca julgadora e outras pessoas que queiram assistir - parceiros(as) da formação, amigos(as), familiares, entre outros – e, se possível, ser acessível (rampas de acesso, banheiros adaptados).

É fundamental que o lugar tenha uma estrutura mínima para a projeção das apresentações do grupo. É altamente recomendado que os times levem suas apresentações em pendrives e, se possível, testem antes no local do evento, a fim de evitar surpresas desagradáveis que atrapalhem o cronograma planejado.

D_Depois de definir a data e o local, comece a pensar na programação desse evento para assim definir toda a logística e quais materiais devem ser providenciados.

Neste momento, algumas perguntas podem ajudar a definir a programação:

- _Quantas pessoas são esperadas neste dia?
- _Como esses(as) convidados(as) serão recebidos(as)?
- _Qual ambiente será criado para a celebração?
- _Quem pode ajudar com a organização desse evento?
- _Quem poderia fornecer ou emprestar os materiais necessários (computadores, microfones, sistema de som, projetores, cadeiras, comes e bebes, materiais impressos, canetas, entre outros)?

Abaixo, uma sugestão de programação, inspirada na experiência de um dos nossos parceiros do Pense Grande para o evento dos pitches:

- 14h00 – Recepção dos(as) convidados(as)
- 14h15 – Abertura
- 14h30 – Fala Inspiradora - convidado(a) externo(a)
- 14h45 – Apresentação de empreendedores(as) locais de sucesso
- 15h15 – Início das apresentações dos empreendimentos
- 16h45 – Intervalo e coffee-break
- 17h00 – Continuação das apresentações
- 18h30 – Reunião da banca avaliadora
- 19h00 – Encerramento e premiação dos destaques

A duração do evento depende do número de empreendimentos a se apresentar.

Banca avaliadora

E_Faça uma lista das pessoas que quer convidar para participar da banca avaliadora no evento do pitch. Tão importante quanto o convite antecipado é escolher o perfil dessas pessoas da banca.

Ao serem convidados(as), os(as) avaliadores precisam ser informados sobre o que é o Pense Grande, que momento de desenvolvimento dos empreendimentos os(as) jovens estão e qual o objetivo do pitch, bem como o papel da banca avaliadora. É importante que os avaliadores já saibam de antemão quais são os critérios de avaliação.

.....

DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:

A_ Este grupo de avaliadores(as) deve ser diversificado, com pessoas de perfis diferentes, mas ligados aos pilares do Pense Grande: empreendedorismo, impacto na comunidade e tecnologia.

B_ Pessoas ligadas a startups, empreendedorismo – principalmente com impacto social - e tecnologias digitais normalmente estão próximas aos conteúdos trabalhados no Programa e poderão contribuir na continuidade desses empreendimentos. Desta forma, o recomendado é priorizar quem tem mais experiência prática e vivência nos temas, trazendo, se possível, algum(a) empreendedor(a) que já passou e sentiu na pele aquilo que propomos no Pense Grande.

C_ Convidar investidores(as) para este momento é possível, mas vale lembrar que os empreendimentos ainda estão muito no início e talvez a presença deles(as) seja mais importante nos próximos passos - último tema de nossa formação. Eles(as) poderão trazer possibilidades futuras, orientar sobre os próximos passos, fazer negócios e conectar com outros parceiros estratégicos.

.....

F_ Recomendamos que a banca seja sempre em número ímpar para evitar o empate nas avaliações dadas. O número de participantes pode variar para cada realidade: em nossa experiência no Programa Pense Grande, normalmente encontramos bancas de três até sete participantes.

G_ É importante que você, multiplicador(a), não participe diretamente da banca avaliadora, mas que esteja presente junto com a banca no momento da avaliação dos times.

H_Se possível, reúna e converse com os(as) avaliadores(as) antes do evento, reforçando as informações sobre o processo atual e os critérios de avaliação dos pitches. É interessante produzir um material, impresso ou digital, com um breve resumo de cada empreendimento que será apresentado – este material ajudará muito a banca no momento das avaliações.

Avaliação e premiação

I_Distribua uma ficha de avaliação por empreendimento para cada componente da banca (ex: se forem apresentar oito equipes, entregue oito fichas de avaliação para cada membro da banca).

Recomenda-se entregar, se possível, um caderno ou bloco de notas para cada avaliador(a). Desta maneira, além de preencher a ficha de avaliação, eles(as) podem fazer anotações, contribuições, contatos e encaminhamentos para os times avaliados.

A banca escolhida avalia os empreendimentos e times a partir das informações apresentadas no pitch, tendo como base a seguinte escala e critérios:

NENHUM GRAU DO CRITÉRIO	BAIXO GRAU DO CRITÉRIO	MÉDIO GRAU DO CRITÉRIO	ALTO GRAU DO CRITÉRIO
0	1	2	3

Critério 1 – Inovação: O produto/serviço é inovador, ou seja, atende a uma necessidade real de maneira inédita no contexto local ou em um contexto maior?

Critério 2 – Viabilidade Mercadológica e Financeira: Há um número considerável de potenciais clientes que pagariam pelo produto, e, se sim, pagariam o suficiente para cobrir os custos?

Critério 3 – Tecnologia: Quão preponderante é a tecnologia digital no empreendimento apresentado?

É importante fazer o seguinte alinhamento com integrantes da banca:

No Pense Grande, adotamos uma definição ampla de tecnologia digital, que considera que o digital está presente de várias formas em nossas vidas. O uso de tecnologia não está restrito a aplicativos e websites voltados ao consumidor final. Portanto, os(as) empreendedores são estimulados(as) a incluir tecnologia de uma forma mais ampla, com aplicações na web e no mundo material.

Critério 4 – Impacto Socioambiental: O empreendimento tem potencial para gerar melhoria concreta na vida das pessoas no território e/ou no meio ambiente?

Critério 5 – Clareza e Apresentação: A equipe transmite sua mensagem com clareza, demonstrando confiança e conhecimento de causa acerca do empreendimento?

Critério 6 – Processo: A equipe demonstra ter passado por um processo de validação de seu empreendimento, amparado em conversas com potenciais clientes e parceiros para validar suas hipóteses relativas a problema e solução?

Empenho e Comprometimento: (Avaliado apenas pelo(a) multiplicador(a) Pense Grande). A equipe dedicou-se em toda a formação, demonstrando proatividade e autonomia no desenvolvimento do empreendimento? A atitude da equipe até aqui demonstra que o empreendimento tem condições de seguir adiante?

J_A banca de avaliadores(as) tem cinco minutos (para ser dividido entre todos(as) da banca) para fazer perguntas e esclarecer possíveis dúvidas surgidas na apresentação, além de dar contribuições pontuais ao final de cada pitch. Se algum componente da banca preferir registrar as contribuições por escrito, garanta que as anotações cheguem até a equipe. Elas valem ouro!

K_Ao final dos cinco minutos de considerações da banca, a equipe que está apresentando tem mais três minutos para responder às perguntas com objetividade, sem trélicas (ou seja, a banca não volta a se posicionar).

L_Finalizada a apresentação, apontamentos da banca e réplica do time,

cada avaliador(a) tem mais dois minutos para preencher as notas na ficha de avaliação. Enquanto as avaliações são feitas, o próximo time já começa a se preparar para sua apresentação.

M_Após a apresentação de todas as equipes, reúna-se com a banca avaliadora para consolidar o resultado das avaliações e definir quem serão os premiados, caso a opção de premiação tenha sido feita.

N_ Faça uma média aritmética das notas de zero a três atribuídas pelos(as) avaliadores(as) para cada critério de cada empreendimento. Ao final, some todas as notas 'finais' de cada critério para chegar a uma pontuação final para cada equipe. Observe que a nota de "Empenho e Comprometimento" é utilizada apenas como critério de desempate, não sendo incluída na pontuação final.

Exemplo:

EMPREENHIMENTO A	MÉDIA ARITMÉTICA DAS NOTAS DADAS POR TODOS AVALIADORES	PONTUAÇÃO MÁXIMA QUE UMA EQUIPE PODERIA ALCANÇAR
Critério 1 – Inovação	1,7	3
Critério 2 – Viabilidade Mercadológica e Financeira	2,7	3
Critério 3 – Tecnologia	2,0	3
Critério 4 – Impacto Socioambiental	1,1	3
Critério 5 – Clareza e Apresentação	3,0	3
Critério 6 – Processo	2,2	3
Empenho e Comprometimento (2)*		
Soma total	12,7	18

* De zero a três, o empreendimento A recebeu nota dois do(a) multiplicador(a).

Todos os critérios têm peso um na nota final, porém, há critérios diferenciados para o caso de empate na pontuação.

Os critérios de desempate são os seguintes, em ordem de importância (melhor avaliação):

1_Empenho e comprometimento

2_Processo

3_Clareza e Apresentação

4_Inovação

O_A banca deve chegar a uma lista decrescente dos empreendimentos segundo sua pontuação para definição dos premiados.

Premiação

P_Defina se há alguma premiação para as equipes melhor avaliadas pela banca. Se sim, escolha quantos e quais os prêmios a serem entregues.

A premiação para o evento do pitch não é obrigatória no Pense Grande, mas se for possível, ela incentiva os times a terem uma maior dedicação e comprometimento durante o processo da formação e a entregarem seu melhor na reta final.

Ao contrário de gerar uma competição entre os times, a premiação e o evento representam um importante reconhecimento para os(as) jovens. Em nossa história, já tivemos casos de um a cinco empreendimentos premiados por evento, não há uma regra.

Deixe claro para as equipes que, se o empreendimento não for premiado, não significa que é ruim ou que não há futuro para o mesmo! Veremos na próxima atividade como conduzir os times no momento pós-pitch, e as oportunidades de melhorias para os negócios no próximo tema.

Na história de eventos de pitch na Formação do Pense Grande, os prêmios variaram bastante: micro capital semente (valor recebido para continuar o desenvolvimento

do negócio), consultorias de especialistas, cursos online, troféus, voucher de livrarias, livros relacionados aos temas do Programa, entre outros. O importante é buscar algo que motive os(as) jovens e que esteja relacionado ao desenvolvimento dos empreendimentos.

Q_Ao final do evento, após a decisão da banca avaliadora, anuncie o resultado final para todos os presentes. Chame a(s) equipe(s) premiada(s) para o palco ou para a frente da plateia, e faça aquela festa! Se for possível, entregue os prêmios neste momento.

R_Lembre a todos os times que vocês terão um encontro presencial para avaliarem sua participação no evento, os aprendizados e um plano de ação para os empreendimentos.

Convidados e divulgação

S_Além dos times e a banca avaliadora, aproveite o evento para convidar e prestigiar aqueles(as) que contribuíram (ou podem contribuir) para essa jornada empreendedora dos(as) jovens.

Algumas sugestões:

- _Pessoas da comunidade que podem se interessar pelos empreendimentos;
- _Potenciais parceiros(as) estratégicos(as) para as equipes no futuro;
- _Apoiadores que de alguma forma contribuíram para o processo de formação;
- _Amigos(as) e familiares dos(as) jovens.

T_É recomendado fazer uma divulgação prévia para convidar para o evento e uma posterior para compartilhar a cobertura do evento. Se puder, divulgue o evento em várias mídias: redes sociais, banners online, rádio, jornais impressos, faixas, carro de som, boca a boca. O pitch pode se tornar um importante evento na localidade onde é realizado! Além de prestigiar e divulgar o trabalho dos(as) jovens, é uma forma de difundir uma cultura empreendedora na comunidade ;)

Atividade 4: Era pós-pitch

ESTIMULAR OS TIMES A IDENTIFICAREM OS APRENDIZADOS E SENTIMENTOS RELACIONADOS À EXPERIÊNCIA DO PITCH E DEFINIREM AS MELHORIAS NECESSÁRIAS A SEREM INCORPORADAS AOS EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:

2h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _ Flipchart ou cartolinas;
- _ Rolo de barbante;
- _ Canetas.

Esta atividade é praticamente um debriefing: uma reflexão, uma análise, uma revisão após uma ação. Se todos os times tiveram uma estratégia e um plano para realizar o pitch, agora é hora de refletir sobre o que deu certo, o que não deu, como foi vivenciar essa experiência, quais as descobertas, os insights.

Cada equipe deve sair com um plano de ação para o refinamento de seus negócios. O recomendado é que este encontro aconteça alguns dias após as apresentações, pois normalmente, no mesmo dia, as equipes estão muito emocionadas depois de tanta adrenalina!

#comofazer:

Reflexão e aprendizados

A_ Reúna os times em um ambiente comum para essa reflexão conjunta. Este é um momento super importante de trocas, de conversas, de receber e dar feedbacks, inclusive entre os times.

B_ Em roda, peça às equipes que compartilhem suas experiências do pitch. Para isso, utilize algumas perguntas abaixo para facilitar esta troca:

_ “Como foi o trabalho do time durante o evento? Como se deu a divisão das tarefas? Todos os acordos foram cumpridos?”

_ “Como o empreendimento chegou ao dia do pitch? Estava no estágio que queriam? Se não, por quê?”

_ “Para quem apresentou o empreendimento do time, como foi a experiência de falar para muitas pessoas? Já tinha feito isto antes? O que lhe ajudou neste momento? Algo não deu certo? Por quê?”

_ “Como foi para o restante do grupo acompanhar da plateia a apresentação?”

_ “Como foi ouvir a análise da banca julgadora? Quais descobertas tiveram a partir destes comentários da banca? Quais os insights para o negócio?”

_ “O que destacam como pontos positivos da apresentação? E negativos? Algo deu errado? Se sim, por quê?”

_ “O que ensaiaram foi o mesmo que foi apresentado no evento?”

C_Faça uma colheita das impressões gerais sobre o evento. Anote em um flipchart, dividindo as contribuições em três grupos:

Que bom que: (aspectos positivos)

Que pena que: (aspectos que necessitam atenção e podem melhorar)

Que tal se...: (sugestões)

É um ótimo momento para que a turma se sinta corresponsável para com as próximas edições da Formação Pense Grande, é uma maneira de colaborar para os(as) próximos(as) jovens que virão. =)

D_Ainda em roda, peça aos(às) jovens sentaram-se no chão. Enquanto o pitch é um momento de celebração, de reconhecimento e aprendizados dos times, este momento será focado nos indivíduos.

E_Entregue um rolo de barbante para um(a) jovem e peça para ele(a) escolher um(a) colega para dedicar uma palavra de reconhecimento ou incentivo. Depois de falar a palavra em voz alta olhando para essa pessoa, ele(a) entrega o barbante para quem recebeu a palavra. Assim, essa nova pessoa vai fazer o mesmo, até que todos(as) tenham recebido uma palavra, fortalecendo esta rede que não será desfeita após o fim do Programa.

Plano de ação pós-pitch

F_Agora, os(as) jovens voltam a se reunir em seus times para analisar os resultados do pitch. Peça para que as equipes revisem as anotações feitas durante as apresentações e os registros das contribuições da banca avaliadora.

É importante que os times entendam que o pitch não representa o fim da jornada empreendedora...muito pelo contrário: esta etapa marca o começo de um novo ciclo de revisão do modelo de negócio e mais testes com o mercado, para aprimorar cada vez mais o empreendimento e gerar melhores resultados.

G_A partir dos feedbacks recebidos da banca, estimule as equipes a conversarem entre si para identificar o que é preciso melhorar no

empreendimento e quais os pontos que necessitam maior atenção.

H_ Neste momento os times devem registrar em uma folha quais são os pontos de melhoria e, novamente, planejarem as ações para sua realização.

Vamos usar o Embarcar como exemplo e usar alguns feedbacks que eles receberam depois do pitch no “Shark Tank”:

FEEDBACK DA BANCA	O QUE É PRECISO FAZER?	COMO SERÁ FEITO?	QUANDO? (PRAZO)	POR QUEM?
Cobrar a comissão de 10% do usuário em vez dos donos de barco	Testar a hipótese de que os usuários estão dispostos a pagar mais pela comodidade de comprar online	Fazer uma enquete online e outra enquete presencial no porto de Santarém	Em 15 dias, as duas pesquisas estarão concluídas	Maickson
Avaliação do valor da empresa está muito alto para quem ainda não está faturando	Preparar a plataforma para venda de passagens online	Terminar o desenvolvimento do módulo de e-commerce	Desenvolvimento termina em um mês	Taissir
		Testar vendas de passagens com um grupo de usuários (uma semana de testes com três usuários)	Daqui um mês, começar os testes. Depois de uma semana, avaliar os resultados	Taissir
	Disponibilizar as passagens para serem compradas na plataforma	Fechar o primeiro contrato de venda de passagem para a plataforma	15 dias para assinar o contrato	Maickson

I_ Finalize a atividade convidando os times para o último tema da formação, nele veremos como levar este empreendimento adiante. Até lá! ;)

saiba mais



1

Quer conhecer mais o Embarcar?
Acesse: <https://goo.gl/X7UpCz>

2

Para baixar uma versão gratuita do Prezi, acesse: <https://prezi.com/signup/basic/>

Aprenda a usar o Prezi (editor de apresentações) em apenas sete minutos. Acesse essa matéria do TechTudo <https://goo.gl/EHh3y3> e este post da WikiHow <https://goo.gl/xN1YHD>

3

Conheça o Google Slides acessando: <https://goo.gl/rPxLTF> e aprenda a usar a ferramenta nesta ajuda do próprio Google: <https://goo.gl/QVT9ZR>

4

Use a ferramenta de apresentações multimídia do BrOffice. Para fazer o download gratuito, acesse: <https://pt-br.libreoffice.org/descubra/impress/>

5

Dicas para uma apresentação incrível em PowerPoint. Assista a esse vídeo da Fantástica Fábrica Criativa, no YouTube: <https://goo.gl/8iSKjn>

6

O Canva também é voltado para produzir apresentações online e gratuitas. Acesse: https://www.canva.com/pt_br/

7

Quer saber mais sobre Storytelling? Leia o texto do Open Future, programa de inovação aberta da Telefônica. Acesse: <https://www.openfuture.org/pt/toolbox/storytelling> ou este da comunidade Rock Content: <https://goo.gl/iCTBbM>

8

Dez dicas para um pitch inesquecível da Revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios. Acesse: <https://goo.gl/Avx3ac>

saiba mais



9

Nunca organizou ou tem pouca experiência em organizar eventos? Este artigo do WikiHow vai ajudar bastante. Acesse: <https://goo.gl/k9PmVf>

10

Assista à palestra de Katia Campelo para aprender técnicas de oratória e como melhorar a habilidade de falar em público, disponível no canal da Endeavor, no YouTube. Acesse: https://youtu.be/G_CsArW2NFo

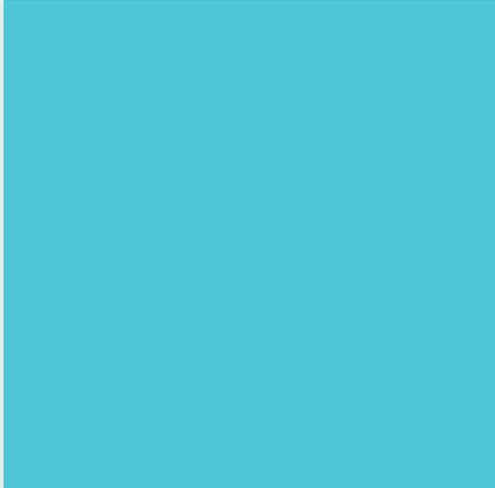
11

Se inspire nesta lista de pitches iniciais de startups de sucesso, como Facebook, LinkedIn, Airbnb, preparada pela ABStartups. Afinal, eles também passaram por este desafio. Acesse: <https://abstartups.com.br/>

12

O pessoal do Arrastão criou um vídeo simples, de um empreendimento fictício, para inspirar os(as) jovens a montarem as apresentações dos pitches. Bem claro e didático, em pouco mais de quatro minutos, ele dá a ideia de seu empreendimento. ;) Acesse: <https://goo.gl/8yE4d4>

Próximos passos



Contexto

*“Cada um de nós compõe a sua história
Cada ser em si
Carrega o dom de ser capaz
E ser feliz.”*

Abrimos o décimo e último tema da Formação Pense Grande com esses versos de “Tocando em Frente”, composta por Almir Sater e Renato Teixeira.

Essa canção já nasceu clássica e, de acordo com Renato, em entrevista ao blog Terra de Gigantes (disponível em <https://goo.gl/KZNVkP>), veio de uma “inspiração de felicidade”: “A música fala do aprendizado ao percorrer uma vida e que cada um tem o necessário pra poder ser feliz, de saber que é capaz de ‘compor sua história’, sabendo dos percalços da vida, de saber quando deve entrar e sair de cena. A gente fica mais velho, mas com mais capacidade de ser feliz, ao ver e compreender o mundo e com isso tocar a vida em frente e ter o dom de ser feliz”.

Fazer o que gosta é um dos grandes segredos para se viver bem, fazer o que acredita é essencial para um(a) empreendedor(a). Pensar grande é ser feliz com suas escolhas; é acreditar e batalhar por seus sonhos; é não desistir diante de uma dificuldade; é persistir, sacudir a poeira, levantar e seguir em frente.

O título deste tema é uma (boa) provocação. E agora, o que os(as) jovens podem fazer com seus empreendimentos? O que fazem com o que aprenderam e vivenciaram durante o Pense Grande?

Foram diversos encontros, muitas trocas de informações e aprendizado em conjunto: amizades e times se formaram, ideias saíram do papel, tomaram forma e ganharam as ruas – transformaram uma necessidade em desafio e a solução desse desafio em um empreendimento, que foi colocado à prova.

O pitch não representa o final do empreendimento... Trata-se apenas do encerramento dessa etapa de formação. O que veremos neste último tema são as possibilidades de continuidade do empreendimento depois da Formação Pense Grande: como se conectar a outros negócios, encontrar apoio entre investidores(as), parceiros(as) e outras redes.

No Programa Pense Grande, o apoio aos empreendimentos acontece em dois projetos: Incubação – que seleciona e apoia jovens empreendedores(as) sociais por dez meses com capacitação, rede de contatos e Capital Semente – e o Ecossistema, que apoia instituições e iniciativas que atuam com empreendedorismo de impacto social pelo Brasil.

Dessa maneira, o Pense Grande atua em várias frentes para o fomento e difusão da cultura do empreendedorismo social com o uso de tecnologias digitais no Brasil, pois mobiliza, forma, apoia e fortalece empreendimentos e empreendedores(as).

Quer saber mais? Acesse <http://fundacaotelefonica.org.br/projetos/pense-grande> e confira informações sobre empreendedorismo social jovem em nosso país e como os empreendimentos surgidos na Formação Pense Grande podem se conectar com essa rede.

Esperamos que essa formação tenha contribuído com uma nova perspectiva para a vida de cada jovem que participou, um novo horizonte que potencializa seus saberes e vontades, que leve adiante não somente seu empreendimento mas, também, uma atitude mais empreendedora para qualquer situação.

Foi uma grande e fantástica jornada! Estamos muito felizes de você estar junto(a) conosco nesta caminhada e esperamos que continue levando o Pense Grande para muitos(as) outros(as) jovens!

Recomendamos que as atividades propostas neste tema sejam feitas com a turma toda reunida. É uma maneira de realizar o encerramento da formação e dizer um “Até breve!” para os times. =)

Como diria Geraldo Vandré em “Para não dizer que não falei das flores”:

*“Vem, vamos embora, que esperar não é saber
Quem sabe faz a hora, não espera acontecer”.*

Vambora!

.....

O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:

- _Mostrar maneiras de conectar o empreendimento com outros(as) empreendedores(as) e atores do ecossistema;
- _Identificar as redes de apoio que podem ajudar o empreendimento;
- _Demonstrar como conseguir investimento e outros recursos para dar continuidade ao empreendimento.

.....

Atividade 1:

Quem poderá nos defender?

IDENTIFICAR ONDE OS EMPREENDIMENTOS PODEM ENCONTRAR APOIO E CONTINUAR SEU DESENVOLVIMENTO. OS TIMES CONHECERÃO AS INICIATIVAS JÁ EXISTENTES DE ASSESSORIA E INVESTIMENTO PARA SEUS NEGÓCIOS.



TEMPO ESTIMADO:
1h30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computadores ou smartphones;
- _Internet;
- _Folhas sulfite ou cadernos;
- _Canetas.

As atividades deste tema são inspiradas no material produzido pelo Arrastão, parceiro do Pense Grande, com o sugestivo nome: “Acabou! E agora?”.

#comofazer:

A_ Com o Teste Fumaça e MVP realizados, tendo validado tanto o problema quanto a solução proposta, além de terem estruturado seus pitches, os times podem buscar apoio, inclusive financeiro, para continuar o desenvolvimento de seus empreendimentos.

Antes de indicar onde podem encontrar esse apoio, apresente ao grupo uma breve explicação sobre alguns termos que aparecerão com frequência a partir daqui:

Incubadora: organização que auxilia empreendedores(as) na etapa inicial de seus negócios, buscando estruturá-los para terem maiores chances de sobrevivência. Seu foco normalmente são empreendimentos inovadores. Muitas incubadoras estão ligadas às instituições públicas e universidades, e a maioria não tem fins lucrativos. Algumas cobram uma taxa mensal de seus incubados para sua sustentabilidade. Segundo dados da Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec), o Brasil possui mais de 360 incubadoras em operação.

As incubadoras normalmente oferecem infraestrutura, espaço físico e suporte gerencial para empreendedores(as), a fim de refinar suas ideias e operações e transformá-las em um negócio lucrativo. Os empreendimentos costumam passar de seis meses a três anos incubados, dependendo da natureza do negócio e, em geral, não recebem investimento financeiro direto. A Incubação Pense Grande é um bom exemplo para entender o que é uma incubadora, já que oferece apoio presencial e online, com assessoria, mentoria, capital semente etc, a jovens empreendedores sociais de várias regiões do Brasil.

Aceleradora: organização com fins lucrativos que foca em empresas (e negócios) com maior potencial e vontade de crescerem rápido e que normalmente já passaram pelo estágio inicial.

As aceleradoras são, em geral, mantidas por investidores privados e/ou grandes corporações. Normalmente, elas realizam um investimento

inicial em troca de se tornarem proprietárias de uma parte dos negócios apoiados/acelerados. Assim, no futuro, as aceleradoras podem lucrar com a venda dos negócios, quando estes estiverem bem mais valorizados. No Brasil, por exemplo, elas investem entre R\$ 20 mil e R\$ 100 mil para se tornarem proprietárias de 5% a 20% dos negócios.

Os empreendimentos recebem o apoio de **mentorias**, metodologias e ferramentas para a melhor gestão do negócio, são estimulados a se relacionarem e se conectarem com outros(as) empreendedores(as), o que chamamos de **networking**. Os negócios são acompanhados pelas aceleradoras por um período que varia de três meses a um ano. O processo costuma ser bem intenso.

B_Peça às equipes para identificarem quais são seus maiores desafios e gargalos no desenvolvimento dos empreendimentos. Podem ser desafios de campos distintos, como, por exemplo: recursos humanos, financeiros, conhecimento, rede de contatos, clientes, mentoria, entre outros. Tendo clareza dos 'pontos fracos', fica mais fácil identificar qual o melhor tipo de apoio a ser buscado.

Provavelmente, as melhores opções para as equipes, por estarem no estágio inicial, são as incubadoras e aceleradoras.

Onde buscar apoio?

Abaixo algumas iniciativas de apoio e desenvolvimento para os empreendimentos. As equipes devem entrar nos sites para entender como as organizações de apoio funcionam, quais são os pré-requisitos dos empreendimentos para pleitearem apoio, quais são os prazos, entre outros. É importante que os times tenham curiosidade e iniciativa para buscarem outras oportunidades além dessas e que, sobretudo, atendam às necessidades específicas de seu negócio e do estágio de desenvolvimento em que estão.

MAPA DO EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Mapa que reúne aceleradoras, associações, consultorias, **coworkings**, incubadoras e outras iniciativas de apoio a empreendimentos.

Acesse: <https://classic.mapme.com/mappedinbrasil>

INCUBADORAS

Incubação Pense Grande (Fundação Telefônica Vivo): O Pense Grande oferece apoio presencial e online, com duração de dez meses, a jovens empreendedores(as) sociais de várias regiões do Brasil. O programa oferece assessorias regulares e customizadas, mentorias, imersões presenciais, além de Capital Semente para o desenvolvimento do empreendimento.

As inscrições acontecem normalmente no começo do ano, fique ligado(a) e acesse pensegrande.org.br/participe

SGB Lab – Social Good Brasil: Laboratório de quatro meses que apoia empreendedores(as) no desenho e validação de suas ideias que utilizam tecnologias para impacto social.

Acesse: <http://socialgoodbrasil.org.br/lab/>

NESsT: Pioneira no setor, a organização mundial apoia empreendimentos com foco na criação de empregos dignos, inclusão no mercado de trabalho e geração de renda sustentável para grupos marginalizados.

Acesse: <http://www.nesst.org/brasil>

Incubadora de Negócios - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM): A incubadora da ESPM, sediada em São Paulo, tem um programa especialmente voltado para empreendimentos de impacto social.

Acesse: <http://www2.espm.br/espm/departamentos/incubadora-de-negocios-sp>

ACELERADORAS

Artemisia: É pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil, com um programa de aceleração que dura seis meses.

Acesse: <http://artemisia.org.br/conteudo/frentes/aceleradora/aceleradora.aspx>

Instituto Quintessa: Organização com foco na estruturação da gestão e

impulso para o crescimento de negócios de impacto. Produziu o “Guia 2.5”, que é um estudo comparativo sobre organizações que apoiam negócios de impacto no Brasil.

Acesse: <http://quintessa.org.br>

Yunus Negócios Sociais: Pioneira em empreendedorismo social no mundo, a Yunus Negócios Sociais tem um programa de aceleração com inscrições abertas o ano todo.

Acesse: www.yunusnegociossociais.com/aceleradora

InovAtiva Brasil: Um programa gratuito de aceleração para negócios inovadores de qualquer setor e lugar do Brasil, realizado pelo Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC) e pelo Sebrae, com execução da Fundação Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras (Certi). Em 2017, abriram uma categoria só para negócios sociais.

Acesse: <http://www.inovativabrasil.com.br/>

INVESTIDORES(AS)

Anjos do Brasil: Organização sem fins lucrativos que apoia o empreendedorismo inovador por meio do **investimento anjo**, que é o investimento feito por pessoas físicas com seu próprio capital. Não estão necessariamente associados à participação acionária no negócio.

Acesse: <http://www.anjosdobrasil.net>

Vox Capital: Gestora de investimento em tecnologias inovadoras e negócios de impacto, aportando capital financeiro e intelectual em troca de 20% a 35% da participação acionária da empresa apoiada.

Acesse: <http://www.voxcapital.com.br>

MOV Investimentos: Gestora de investimento de impacto que apoia a criação de negócios sociais que ofereçam oportunidades a uma população menos favorecida e promovam o uso sustentável de recursos naturais.

Acesse: <http://movinvestimentos.com.br>

Mapa do Setor de Investimento de Impacto no Brasil: Esse estudo, realizado em 2014, traz um importante aprofundamento sobre quem investe em negócios com impacto social em nosso país.

Acesse: <https://goo.gl/BaxKF2>

Redes de empreendedores(as):

Impact Hub: Comunidade global, com mais de 90 sedes pelo mundo e mais de 15 mil membros focados em gerar impacto social. No Brasil, existem escritórios de coworking do Impact Hub em Belo Horizonte, Curitiba, Florianópolis, Recife e São Paulo.

Acesse: <http://impacthub.com.br/>

Ashoka: Organização sem fins lucrativos, pioneira mundial em inovação social, que seleciona empreendedores(as) sociais para uma rede mundial de intercâmbio de informações, colaboração e disseminação de iniciativas inovadoras, formada hoje por mais de três mil empreendedores(as).

Acesse: <http://brasil.ashoka.org/>

C_Os times devem listar pelo menos três estratégias de apoio mais adequadas a seu empreendimento e como eles podem se preparar para buscar essas oportunidades.

D_Peça para cada equipe compartilhar com o grupo todo quais foram as estratégias escolhidas e a justificativa dessa escolha.

Atividade 2: Aqui, lá e em todo lugar

IDENTIFICAR LOCAIS QUE OFEREÇAM ESTRUTURA FÍSICA E OUTROS RECURSOS PARA OS TIMES CONTINUAREM O DESENVOLVIMENTO DE SEUS EMPREENDIMENTOS.



TEMPO ESTIMADO:
1h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computadores ou smartphones;
- _Internet;
- _Folhas sulfite ou cadernos;
- _Canetas.

“Aqui, lá e em todo lugar” é a tradução para “Here, There and Everywhere”, canção composta pelos Beatles para seu álbum “Revolver”, de 1966.

Você já ouviu falar em espaços de coworking? São espaços que oferecem estrutura física compartilhada com outras pessoas e empresas, disponibilizando mesas, salas para reuniões, internet e até aquele café indispensável. Por ser compartilhado, seu custo acaba sendo bem menor do que o aluguel de um escritório, por exemplo, em que você arca não só com o aluguel, mas com outras despesas, como luz, água, telefonia, etc.

Entretanto, não é só a estrutura física: são locais por onde transitam muitos(as) empreendedores(as), startups e pessoas interessadas em desenvolver e apoiar novas ideias. Em muitos desses locais acontecem eventos que, além de promover novos conteúdos e formação aos empreendedores, aproximam os negócios de investidores(as).

#comofazer:

A_ Com o término da formação, os times podem (ou não) ter a necessidade de usar um espaço físico para continuar o desenvolvimento de seus empreendimentos. Mais do que um local para se reunir, é recomendável estabelecer e ampliar o contato com outros(as) empreendedores(as). Isso fará o empreendimento ser conhecido, se desenvolver e se aproximar de pessoas interessadas em investir no negócio.

Os coworkings crescem a cada dia no Brasil. Esses espaços podem ser privados ou públicos, pagos ou gratuitos. Vale instigar os(as) jovens a pesquisarem se existe algum em sua cidade ou comunidade. Ótimas fontes para essa pesquisa são os sites: <https://coworkingbrasil.org> e <https://www.interualla.co/>

Listamos alguns coworkings gratuitos:

Google Campus São Paulo: O Campus São Paulo é um espaço onde empreendedores(as) se conectam, aprendem e desenvolvem startups, estimulando o crescimento da comunidade empreendedora.

Acesse: <https://www.campus.co/sao-paulo/pt>

FIAP Coworking: Em parceria com a Singularity University, o espaço localizado na cidade de São Paulo pode ser utilizado gratuitamente, mediante agendamento prévio.

Acesse: <https://www.fiap.com.br/coworking>

Sesc: Com unidades espalhadas por todo estado de São Paulo, o Sesc oferece mesas e wi-fi gratuito àqueles que querem um lugar para trabalhar.

Acesse: <http://www.sescsp.org.br/>

Solve Campus: Coworking situado em um casarão antigo na cidade de Poços de Caldas (MG), que oferece espaço aberto ao público, internet e energia, além de consultorias e capacitação comercial.

Acesse: <https://goo.gl/JQXdAq>

Biblioteca Veiga de Almeida: Biblioteca localizada no bairro da Tijuca, no Rio de Janeiro. Após o cadastro, o espaço da biblioteca, que conta com mesas individuais e de reuniões, é liberado. Também oferece wi-fi gratuito e fica ao lado do metrô.

Acesse: <https://www.uva.br/biblioteca>

Espaço Coworking Pantanal Shopping: Primeiro coworking público de Cuiabá, o local é situado dentro desse shopping e oferece tomadas, wi-fi gratuito e espaço físico para até oito pessoas, todos os dias da semana.

Acesse: <https://goo.gl/sHMFxz>

B_ Mesmo se não existir algum espaço desse tipo em sua cidade, incentive as equipes a juntarem-se a outros grupos ou coletivos, buscarem espaços – como: bibliotecas, cafés, livrarias, associações, igrejas ou até a casa de algum(a) conhecido(a) – que tenham estrutura mínima para trabalhar. Pode até ser formado um coletivo com os empreendimentos que foram criados na Formação do Pense Grande! Vale a criatividade e vontade de continuar empreendendo! ;)

Atividade 3:

Mantendo a cabeça em dia e a mão na massa!

APRESENTAR OUTRAS POSSIBILIDADES PARA QUE OS(AS) JOVENS CONTINUEM APRENDENDO SOBRE EMPREENDEDORISMO E ADQUIRINDO CONHECIMENTOS IMPORTANTES PARA SUA JORNADA EMPREENDEDORA.



TEMPO ESTIMADO:

1h



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

- _Computadores ou smartphones;
- _Internet;
- _Folhas sulfite ou cadernos;
- _Canetas.

#comofazer:

A_Apresente à turma os tópicos abaixo e peça para que os(as) jovens se agrupem pelos temas que têm mais interesse em se aprofundar e estudar, focados nas necessidades de seus negócios.

Os tópicos são:

- _Aprender Fazendo (fabricação digital, fablabs, makerspaces);
- _Aprender a Programar (programação);
- _Aprender mais sobre Gambiarras (faça você mesmo, DIY, cultura maker);
- _Aprender mais sobre Arduino (protótipos, programação aplicada, robótica, eletrônica);
- _Aprender mais sobre Startups, Empreendedorismo e Inovação.

B_Depois dos grupos formados a partir dos tópicos, distribua os links e referências abaixo, de acordo com as escolhas específicas de cada grupo para que pesquisem e definam suas trilhas de aprendizado.

Existem diversas opções para que os(as) jovens complementem o aprendizado nos temas vistos no Pense Grande. Separamos algumas oportunidades interessantes para a continuidade dessa jornada.

APRENDER FAZENDO

Fab Lab: Presente em diversos pontos na cidade de São Paulo, oferece uma série de oficinas e cursos gratuitos sobre temas como programação, robótica, marcenaria, prototipação digital, entre outros; além de seus espaços servirem também como coworkings.

Acesse: <http://fablablivresp.art.br/>

Garoa Hacker Clube: Os projetos e eventos do Garoa são gratuitos e abertos ao público; e os temas mais trabalhados são Programação e Arduino. Fica situado na cidade de São Paulo.

Acesse: <https://garoa.net.br/>

RedBull Station: O espaço, localizado no centro de São Paulo, foca em projetos

que envolvem música, arte multimídia e urban thinking (“pensamento urbano”, em inglês), oferecendo várias atividades gratuitas e abertas ao público. Abriga ainda o RedBull Basement, uma plataforma de produção, pesquisa e difusão de soluções criativas e colaborativas com o uso de tecnologia, incluindo um makerspace com equipamentos.

Acesse: <http://www.redbullstation.com.br>

PandoraLab: Empresa que agrega e-commerce de peças, objetos e ferramentas para makers com cursos e tutoriais.

Acesse: <https://pandoralab.com.br/>

Outros makerspaces e hackerspaces: Lista com makerspaces em várias cidades, distribuídas nos estados de Alagoas, Bahia, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, São Paulo e Distrito Federal.

Acesse: <https://goo.gl/pLuPkr>

Lista com fab labs em várias cidades, nos estados de Bahia, Mato Grosso, Pará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, São Paulo e Distrito Federal.

Acesse: <https://goo.gl/M8tGVi>

APRENDER A PROGRAMAR

Programaê (Fundação Telefônica Vivo e Fundação Lemann): O Programaê é um movimento que aproxima a programação do cotidiano de jovens de todo o Brasil. Em sua plataforma, você pode aprender e ensinar.

Acesse: <http://programae.org.br>

Codecademy: Oferece cursos gratuitos em diversas linguagens de programação. Em inglês.

Acesse: <https://www.codecademy.com/pt>

Arduino Brasil: Canal que oferece extenso material sobre Arduino, destacando

os conteúdos em linguagem de programação. Vale a pena conhecer.

Acesse: <https://www.youtube.com/user/arduino brasil>

Lembra-se do que vimos no tema Tecnologia & Empreendedorismo, em especial, quando trouxemos conceitos como a gambiarra e a cultura maker? Ampliaremos um pouco mais as referências daquele capítulo, abordando temas como Arduíno, Eletrônica e o #comofazer para artefatos com o uso de diferentes tecnologias.

APRENDER MAIS SOBRE GAMBIARRA

Coletivo Gambiologia (MG), parceiro do Pense Grande: O coletivo é uma plataforma criativa que produz exposições, cursos e oficinas sobre gambiarras, tecnologia e arte.

Acesse: <http://www.gambiologia.net/blog/>

Trazemos duas videoaulas que são exemplos dessa “ciência da gambiarra”:
_Como construir uma lanterninha a partir de um tubo de M&M’s, disponível em <https://goo.gl/6u6piD>

_Como “ressuscitar” lâmpadas queimadas, disponível em <https://goo.gl/9EbzE7>

Professor Phardal: Videoaulas bastante didáticas e simples sobre experiências científicas e eletrônicas, além de jogos educativos.

Acesse: <https://www.youtube.com/user/professorphardal>

Leandro Fellipe: Youtuber com mais de 600 mil inscritos em seu canal, que ensina a arte da gambiarra.

Acesse: <https://www.youtube.com/user/LeandroFelipe145>

Navarro Eletrônica: Seus conteúdos têm foco no ensino da Eletrônica, com tutoriais simples e os primeiros passos nesse universo.

Acesse: <https://goo.gl/nXgv5i>

El profe García: Em espanhol, o professor Marlon Nardi ensina projetos de Robótica, Eletrônica, Sistemas e Tecnologia de forma divertida.

Acesse: <https://goo.gl/6cPP8d>

APRENDER MAIS SOBRE ARDUÍNO

Arduíno é uma ferramenta flexível e tecnológica, fácil de usar e de baixo custo. É utilizada para que as pessoas aprendam sobre Tecnologia, criem artefatos tecnológicos simples e desenvolvam protótipos.

Curso básico de Arduíno: Série de cinco videoaulas do canal All Eletronics sobre Arduíno e como programá-lo.

Acesse: <https://goo.gl/SXxR1x>

Laboratório de Garagem: Uma das comunidades mais antigas do Brasil sobre projetos em Eletrônica, Arduíno e Tecnologia Independente.

Acesse o site: <http://labdegaragem.com/>

Acesse o canal do YouTube: <https://goo.gl/RtdGbR>

RoboCore: Canal do YouTube que aborda e busca difundir Robótica e Automação.

Acesse: <https://goo.gl/qNcCBF>

ArduinoLivre: Canal com uma série de videoaulas de projetos em Arduíno com Aplicativos, utilizando o AppInventor.

Acesse: <https://goo.gl/uz6qMi>

APRENDER MAIS SOBRE STARTUPS, EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Endeavor: Ao longo da formação trouxemos vários conteúdos produzidos pela Endeavor, organização global que realiza uma série de ações e produz

conteúdos para o fomento do empreendedorismo no Brasil. Entre seus conteúdos, temos os cursos online, por exemplo, “Como medir o impacto social do seu negócio”.

Acesse: <https://endeavor.org.br/cursos/>

EAD Sebrae: Nos cursos a distância e gratuitos do Sebrae, é possível aprender tudo para abrir uma empresa, além de técnicas de venda e gestão do negócio.

Acesse: <https://ead.sebrae.com.br/>

Curso NEU (Núcleo de Empreendedorismo da USP): Curso online em videoaulas no YouTube sobre criação de startups, juntando parte teórica e prática, a partir de aprendizados do mercado brasileiro.

Acesse: http://www.uspempreende.org/curso_startups/

Veduca: Plataforma de cursos online, com uma série de temáticas, como, por exemplo, Gestão da Inovação. São gratuitos e, se quiser o certificado após a conclusão do curso, paga-se uma taxa com valor acessível. Fique ligado no prazo para o pedido do certificado que costuma ser no decorrer do curso.

Acesse: <http://veduca.org>

Descola: Escola de inovação online que traz cursos de temas variados relacionados aos negócios, criatividade e tecnologia. A trilha de negócios pode ser bem interessante aos empreendimentos.

Acesse: <https://descola.org/>

Atividade 4: É hora de dar tchau!

REALIZAR O ENCERRAMENTO DA FORMAÇÃO PENSE GRANDE, FAZER UMA REFLEXÃO COM OS(AS) JOVENS SOBRE SUA JORNADA NO PROGRAMA.



TEMPO ESTIMADO:

30min



MATERIAIS NECESSÁRIOS:

_Caixa de som;
_Computador ou smartphone;
_Registro das expectativas sobre a formação (Tema Indivíduo – Atividade 1).

#comofazer:

Despedir-se não é uma tarefa fácil, mas após uma jornada tão bonita como esta, é uma alegria saber que todos(as) chegaram até aqui.

Foram muitos desafios, cada um(a) se doou ao máximo para estar nesta formação, muito foi ensinado e aprendido, vínculos foram criados... Mas tudo tem um fim, ou melhor, essa etapa de formação na vida desses(as) jovens se encerra, mas não sua caminhada empreendedora.

A_ Com o grupo reunido, peça para que cada pessoa diga como se sente neste momento de encerramento. Peça para que lembrem-se de quais sensações, o que mais afetou durante os encontros, os momentos mais marcantes, os perrengues, as alegrias... É importante ouvir e dar a palavra a todos(as).

B_ Lembra-se das expectativas do primeiro encontro? Revisite-as com a turma, leia uma a uma e instigue-os(as) a avaliar se foram atendidas, se foram superadas ou não.

C_ Coloque uma música “para cima”, agradeça a todos(as) e deixe um espaço aberto e livre para conversas, despedidas e abraços! =)

saiba mais



1

Este artigo da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios traz o mapa do coworking no Brasil. Acesse: <https://goo.gl/yZc5E1>

2

O Coworking Brasil produziu o estudo Censo Coworking Brasil 2017, que está disponível no link: <https://goo.gl/1SLPgk>

3

Conheça o estudo realizado pelo Instituto Quintessa sobre programas de desenvolvimento de negócios de impacto – Guia 2.5: <http://www.guiadoisemeio.com.br/>

4

Qual a diferença entre incubadora e aceleradora? E qual a melhor para seu negócio? Este artigo da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios responde. Acesse: <https://goo.gl/MERLGd>

5

Veja como as incubadoras podem ajudar o seu negócio neste texto da Endeavor. Acesse: <https://goo.gl/nALFUe>

6

Para saber se há alguma incubadora, parque tecnológico ou aceleradora em seu estado, procure nesta lista de associados da Anprotec. Acesse: <https://goo.gl/9FAU3J>

7

Conheça a Aliança Empreendedora, parceira executora do Programa Pense Grande Incubação: <http://aliancaempreendedora.org.br>

saiba mais



8

Sabia que o Grupo Telefônica tem uma aceleradora no Brasil? Conheça a Wayra Brasil. Acesse: <https://www.openfuture.org/pt/space/wayra-sao-paulo>

9

Se os(as) empreendedores(as) decidirem buscar investimento, este texto da Endeavor mostra os principais tipos e quais mais adequados para cada tipo de negócio. Acesse: <https://goo.gl/yAHykh>

10

Esta reportagem especial do Estadão traz o que é o movimento maker no Brasil e no mundo. Acesse: <https://goo.gl/Eu56Ex>

11

Como a Internet pode transformar a realidade local de jovens em nosso país? Assista a este documentário produzido pela Fundação Telefônica Vivo e preste atenção, principalmente, no tema Empreendedorismo. Acesse: <http://fundacaotelefonica.org.br/acervo/juventude-conectada-doc/>

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Aceleradora	Organização com fins lucrativos que investe em empresas e negócios com maior potencial e vontade de crescer rápido e que normalmente já passaram pelo estágio inicial.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Próximos Passos
Análise F.O.F.A	Método de análise para detectar pontos fortes e fracos de uma organização. Seu objetivo é torná-la mais eficiente e competitiva, corrigindo assim suas deficiências. O nome é um acrônimo para Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças, e é também conhecida pelo nome, em inglês, SWOT.	“Sebrae https://goo.gl/xynV7N ”	Tema Equipe
Arduíno	Aparato tecnológico flexível, fácil de usar e de baixo custo. É uma plataforma eletrônica de hardware livre e placa única, usada para formar pessoas em tecnologia, criar e prototipar artefatos tecnológicos simples.	Semente Negócios	Tema Próximos Passos
Assessorias	Encontros de acompanhamento personalizados entre o(a) multiplicador(a) e cada equipe durante o desenvolvimento do empreendimento. É um atendimento para resolver dúvidas, tratar de temas e demandas específicos do empreendimento, provocar reflexões e amparar os(as) jovens no processo de empreender.	Semente Negócios	Tema Prova de Solução
Atitude empreendedora	“Conjunto de características e ações individuais que motivam o comportamento empreendedor. Representa também a capacidade de assumir a liderança da própria vida. Essas características passam por: ter um olhar atento para enxergar necessidades e problemas à sua volta e reconhecer as soluções emergentes; ser crítico(a) para desafiar o senso comum e desenvolver soluções inovadoras para esses problemas e necessidades; saber usar as ferramentas e recursos que estão disponíveis e acessíveis; ser proativo(a) e ter capacidade de execução, ou seja, se mexer para fazer acontecer.”	Semente Negócios	Tema Prova de Solução
Atividades-chave	Ações, rotinas e atividades essenciais que precisam ser realizadas para um negócio funcionar.	Semente Negócios Vídeo: https://goo.gl/twszyW	Tema Modelo de Negócio
Atores diretos	Pessoas, grupos ou organizações que estão ligados ao desafio ou serão impactados diretamente pela solução (negócio).	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Oportunidade
Atores indiretos	Pessoas, grupos ou organizações que podem ajudar (ou atrapalhar) na solução proposta, mas não estão ligados diretamente ao desafio do empreendimento.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Oportunidade

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Brainstorming	Técnica criativa com objetivo de gerar um grande volume de novas ideias. Todas contribuições são consideradas válidas; não há certo ou errado. O termo é formado pela junção de duas palavras inglesas: brain (cérebro, intelecto) e storm (tempestade).	ESPM http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/brainstorming.pdf	Tema Modelo de Negócio
Canais	Caminhos, meios e estratégias oferecidos pelo empreendimento para que o produto ou serviço possa ser conhecido, comprado e recebido pelos(as) clientes.	Semente Negócios Vídeo: https://goo.gl/twszyW	Tema Modelo de Negócio
Canvas	Ferramenta simples e bastante visual, utilizada para enxergar claramente um modelo de negócio e para acompanhar o processo de validação desse modelo.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Capturar valor	Obter recursos (principalmente dinheiro) que recompensem o empreendedor por ter criado e entregue valor a alguém. Tais recursos servem para sustentar o empreendimento que cria e entrega valor a um(a) cliente.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Cliente	Pessoa, grupo ou organização para o qual o empreendimento cria valor. Alguns empreendimentos possuem dois tipos de cliente: o que paga e que, com isso, permite que o empreendimento siga existindo; e o que apenas é beneficiado pelo empreendimento.	Semente Negócios	Tema Oportunidade
Comunidade	Grupo de pessoas com valores comuns, que pode estar localizado em um determinado território ou espalhado por diferentes regiões, desde que compartilhe de elementos (valores, habilidades, interesses, conhecimentos) que conectem as pessoas que o compõe.	Semente Negócios	Tema Comunidade
Coworkings	Espaços que oferecem estrutura física compartilhada com outras pessoas e/ou organizações, disponibilizando mesas, salas para reuniões, internet e outros recursos. Podem ser públicos ou privados.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Próximos Passos
Cultura maker	Cultura do "faça você mesmo(a)", "fazedores(as)", DIY (sigla para Do It Yourself, em inglês). Mostra que pessoas comuns podem construir, consertar, modificar e fabricar os mais diversos tipos de objetos e projetos com suas próprias mãos.	Semente Negócios	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Declaração do Milênio	Documento assinado por líderes de 191 nações em 2000, durante a Cúpula do Milênio, evento da Organização das Nações Unidas (ONU). Essa declaração traz o compromisso desses líderes com a eliminação da pobreza extrema até 2015, por meio de 8 objetivos.	"PNUD http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/library/odm/declaracao-do-milenio.html "	Tema Comunidade

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Design Thinking	Abordagem que busca a solução de problemas de forma coletiva e colaborativa, em uma perspectiva de empatia máxima com os públicos interessados nessa solução (atores): as pessoas são colocadas no centro de desenvolvimento do produto ou serviço — não somente o(a) cliente, mas todos(as) os(as) envolvidos(as) na ideia.	“Endeavor https://endeavor.org.br/design-thinking-inovacao/ ”	Tema Modelo de Negócio
DIY (Do It Yourself)	Termo que pode ser traduzido como “faça você mesmo(a)” ou “faça com as próprias mãos”. É um movimento — ou até um estilo de vida — que incentiva a criação de diversos produtos e se refere a qualquer coisa projetada, modificada ou fabricada pela própria pessoa, sem a ajuda de profissionais.	“Fazedores http://blog.fazedores.com/voce-sabe-o-que-e-diy/ ”	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Empatia	“Habilidade de imaginar-se e colocar-se no lugar de outra pessoa. Qualquer ato de envolvimento emocional em relação a uma pessoa, a um grupo e a uma cultura. Enquanto empreendedor(a), é a capacidade de se colocar no lugar das pessoas para quem vai prestar serviço e tentar compreender suas reais necessidades, é “calçar os sapatos do(a) outro(a)”.”	“Dicionário Michaelis http://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=empatia Caos Focado: http://caosfocado.com.br/curadoria/empreendedorismo-e-empatia/ ”	Tema Oportunidade
Empreendimento	Segundo o dicionário, é o ato de empreender ou aquilo que se empreende. Para o Pense Grande, é o projeto, empresa, organização (com ou sem fins lucrativos), associação, cooperativa ou negócio que será desenvolvido pelas equipes, independente da figura jurídica.	“Dicionário Michaelis: http://michaelis.uol.com.br/busca?id=Yab1 ”	Tema O Indivíduo
Empreendimento com impacto social	“Existem muitas variações do termos — negócios sociais, empreendimentos sociais, negócios de impacto, negócios de impacto social, entre outras — que se diferenciam por alguns detalhes, mas normalmente concordam que esses empreendimentos combinam benefícios sociambientais e resultado financeiro positivo e sustentável. Para o Pense Grande, o impacto social pode ser gerado na forma e estrutura do empreendimento, na inclusão de grupos de colaboradores(as) e fornecedores(as) normalmente excluídos(as), no acesso a bens e serviços por clientes antes excluídos(as), e em benefícios sociais e ambientais a partir do próprio produto ou serviço.”	Semente Negócios	Tema Empreendedorismo e Tecnologia

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Engajamento	Envolvimento, interação e relacionamento com uma marca ou causa, principalmente nas redes sociais, que vai além do número de seguidores(as) em uma rede social ou curtidas em uma postagem.	“Nova Escola de Marketing http://novaescolademarketing.com.br/videos/o-que-e-mesmo-engajamento/ ”	Tema Prova de Oportunidade
Entregar valor	Levar os benefícios da solução até os(as) clientes.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Estrutura de custos	Custos (gastos) que o empreendimento gera para criar e entregar valor, e que precisa se equilibrar às receitas para manter o empreendimento de pé e funcionando.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Fab labs	Abreviação em inglês para “laboratório de fabricação” – um espaço em que pessoas de diversas áreas se reúnem para realizar projetos de fabricação digital de forma colaborativa.	“Projeto Draft https://projetodraft.com/saiba-como-funcionam-os-laboratorios-de-inovacao-fab-labs-espalhados-pelo-brasil-e-como-voce-pode-usalos/ ”	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Fidelizar um(a) cliente	Traçar e executar estratégias de relacionamento para transformar clientes pontuais em assíduos(as) e em porta-vozes da marca. Esses(as) clientes, com seu potencial de engajamento, funcionam como um núcleo de atração para novos(as) compradores(as), e disseminam a boa imagem da marca.	“Endeavor https://endeavor.org.br/fidelizacao-de-clientes/ ”	Tema Pitch
Fontes de receita	Formas e estratégias de como o empreendimento ganha dinheiro, e assim se sustentará financeiramente.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Gadgets	“Em uma tradução livre, trata-se de bugigangas, geringonças, enfim, espécie de apetrechos tecnológicos. Podem ser algo mais elaborado e complexo — como telefones celulares, tocadores de MP3, impressoras 3D, tablets —, mas também mais simples, que ajudam seu dia a dia — como fones de ouvido, câmeras fotográficas, entre outros.”	“Tecmundo https://www.tecmundo.com.br/1959-o-que-e-gadget-e-widget-e-a-mesma-coisa-htm ”	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Gambiarra	Capacidade de gerar resultados utilizando de recursos disponíveis, diferenciando-se pelo improviso, transformando, adaptando ou adequando algo com o objetivo de solucionar uma necessidade.	Semente Negócios	Tema Empreendedorismo e Tecnologia

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Ganhar escala	Implementar processos e estratégias para reduzir custos e aumentar a lucratividade do empreendimento, é o famoso "fazer mais com menos". Também pode significar a ampliação de produção e/ou público atendido.	"Endeavor https://endeavor.org.br/economia-de-escala/ "	Tema Pitch
Hacker	Aquele(a) que transforma a realidade por conhecê-la profundamente. É o(a) indivíduo(a) que consegue recriar uma versão melhorada do sistema vigente.	Semente Negócios	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Hackspaces	Espaços físicos operados pela comunidade, onde as pessoas compartilham seu interesse em mexer com a tecnologia, se encontram e trabalham em seus projetos e aprendem umas com as outras.	"Hackerspaces http://hackerspaces.org/ "	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Hardware	Termo usado para designar as peças, circuitos, e componentes eletrônicos em geral. É um termo muito utilizado na informática, para definir as peças do computador.	"InfoEscola http://www.infoescola.com/informatica/hardware/ "	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Ideação	A segunda das três fases do Design Thinking, na qual um grande volume de ideias se apresenta sem nenhum julgamento. É o momento de pensar "fora da caixa", a fim de propor soluções para o problema ou desafio.	"MJV http://blog.mjv.com.br/ideias/3-fases-de-design-thinking-imersao-ideacao-e-prototipagem "	Tema Modelo de Negócio
Identidade visual	Conjunto de símbolos e elementos, principalmente gráficos, concebido para representar os valores e ideais do empreendimento e apresentá-los ao(à) cliente.	"Guia do Empreendedor http://www.guiaempreendedor.com/importancia-identidade-visual/ "	Tema Prova de Oportunidade
Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb)	O Ideb funciona como um indicador nacional que possibilita o monitoramento da qualidade da Educação pela população por meio de dados concretos, com o qual a sociedade pode se mobilizar em busca de melhorias.	Portal do MEC http://portal.mec.gov.br/secretaria-de-educacao-basica/programas-e-acoes?id=180	Tema Comunidade
Impacto social	Mudanças produzidas em uma dada realidade a partir de existência de determinada intervenção, como um empreendimento social, por exemplo.	"Move Social http://conteudo.movesocial.com.br/uploads/9a7b8df5081085a8.pdf "	Tema Empreendedorismo e Tecnologia

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Incubadora	Organização que auxilia empreendedores(as) na etapa inicial de seus negócios, buscando estruturá-los(as) para terem maiores chances de sobrevivência. Seu foco normalmente são empreendimentos inovadores.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Próximos Passos
Investimento anjo	Investimento efetuado por pessoas físicas, com seu capital próprio, em empresas, geralmente em startups.	Anjos do Brasil http://www.anjosdobrasil.net/o-que-e-acute-um-investidor-anjo.html	Tema Próximos Passos
Landing pages	Páginas mais simples e com menos elementos que as tradicionais, cujo objetivo é a conversão de clientes. É uma das melhores estratégias para transformar visitantes em potenciais clientes e ainda captar informações valiosas.	"Resultados Digitais https://resultadosdigitais.com.br/blog/convert/landing-pages/ "	Tema Prova de Oportunidade
Lean Startup ou "Startup Enxuta"	É um conjunto de práticas para criação de novos negócios de forma ágil, com baixos custos e orientada ao desejo dos(as) clientes.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Modelo de Negócio
Logotipo	Representação gráfica do nome de uma empresa em que apenas são utilizados o símbolo e a tipografia (letras).	"Avanti! http://blog.penseavanti.com.br/logo-logotipo-marca-e-logomarca-qual-a-diferenca/ "	Tema Oportunidade
Mapa de Atores	"Técnica para identificar pessoas e gerar redes de engajamento para os projetos. Com o mapa de atores, é possível visualizar o nível de influência e de comprometimento de atores que ainda nem sabem que fazem parte dos projetos que transformarão a sua própria comunidade, por meio da simples inovação de valores.	Conquista Comunicação Socioambiental http://conquista.eco.br/metodologias-2/	Tema Modelo de Negócio
Mapa de Empatia	Ferramenta que ajuda a conhecer a fundo o(a) cliente para conseguir ter empatia com ele(a).	"Canvas Academy http://canvasacademy.com.br/mapa-de-empatia-2/ "	Tema Oportunidade

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Mapeamento da comunidade	Identificação e organização das principais características de uma localidade — seus atores, as pessoas, as instituições, os representantes, as lideranças, as redes de relações, os serviços, os espaços, os equipamentos disponíveis, entre outras —, que permitem a proposição de ações efetivas que conversem com as demandas reais do local.	"CEDAPS http://cedaps.org.br/construcao-compartilhada/mapeamento/ "	Tema Comunidade
Marca	É um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa.	"Manual de Marcas do INPI http://manualde-marcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/02_O_que_%C3%A9_marca#2-O-que-%C3%A9-marca "	Tema Prova de Oportunidade
Mentoria	Processo de troca de experiências em que o mentor motiva e auxilia o(a) empreendedor(a) no desenvolvimento de habilidades e mostra novos caminhos durante a abertura e o crescimento dos seus negócios.	Aliança Empreendedora	Tema Próximos Passos
Mobilização	Ato de convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, compartilhando interpretações e sentido.	"Centro de Referências em Educação Integral http://educacao-integral.org.br/glossario/mobilizacao/ "	Tema Prova de Oportunidade
Modelo de negócio	Descrição de como um empreendimento cria valor (os benefícios que o empreendimento quer fornecer aos/às clientes); entrega valor (como o empreendimento irá levar esses benefícios até seu/sua cliente) e captura valor (ou seja, como esse empreendimento irá se sustentar financeiramente).	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
MVP	Minimum Viable Product ou Produto Minimamente Viável, em português. É a maneira mais rápida e fácil de testar as hipóteses essenciais que o(a) empreendedor(a) tem a respeito de seu modelo de negócio e, ao mesmo tempo, já entregar algum valor ao(à) cliente.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Networking	Forma moderna de fazer negócios, que consiste em criar nossa própria rede de contatos profissionais e pessoais, permitindo ter acesso a pessoas que nos interessam ou que podem nos interessar no futuro, mas que ainda não conhecemos.	"InfoEscola www.infoescola.com/administracao_/networking/ "	Tema Próximos Passos

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Novas tecnologias de informação e comunicação	Um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si que proporcionam — por meio das funções de hardware, software e telecomunicações — a automação e comunicação dos processos de negócios, da pesquisa científica, de ensino e aprendizagem, entre outros.	Wikipedia	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	<p>“Agenda lançada durante a Cúpula do Milênio em 2015, com 17 objetivos definidos pelos Estados-membros da ONU, conjuntamente com sociedade civil, como parte de uma nova agenda de desenvolvimento sustentável, que deve finalizar o trabalho dos ODM e não deixar ninguém para trás.</p> <p>A agenda reflete os novos desafios de desenvolvimento e está ligada ao resultado da Rio+20 — a Conferência da ONU sobre Desenvolvimento Sustentável —, que foi realizada em junho de 2012 no Rio de Janeiro, Brasil.”</p>	“Nações Unidas https://nacoesunidas.org/pos2015/ ”	Tema Comunidade
Parcerias principais	Principais fornecedores(as) e parceiros(as), podendo ser pessoas ou organizações, que ajudarão o empreendimento a funcionar.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Modelo de Negócio
Pitch	Apresentação do negócio em pouco tempo, com o objetivo de despertar o interesse de um(a) investidor(a) ou do(a) próprio(a) cliente.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Equipe
Plano de negócio	Ferramenta que auxilia o(a) empreendedor(a) a estruturar de forma escrita seus pensamentos, visões, estratégias, alocação de recursos e a definir o caminho a seguir.	“Portal Educação https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/idiomas/definicao-do-plano-de-negocios/61800 ”	Tema Modelo de Negócio
Produto Mínimo Viável	Maneira mais rápida e fácil de testar as hipóteses essenciais que o empreendedor tem a respeito de seu modelo de negócio e, ao mesmo tempo, já entregar algum valor ao(à) cliente.	Semente Negócios	Tema Modelo de Negócio
Projeto de vida	Trilha que você irá percorrer ao executar os diversos planejamentos que tem e terá. São as diretrizes básicas que determinam o rumo da sua vida.	“Sonhos Estratégicos http://www.sonhosestrategicos.com.br/projeto-de-vida/o-que-e-um-projeto-de-vida ”	Tema O Indivíduo

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Propostas de valor	Determina se o que é oferecido pelo negócio tem, de fato, valor para seus(uas) clientes.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Modelo de Negócio
Protótipo	Modelo construído para testar um produto ou um serviço. Ele é resultado das pesquisas iniciais relativas a uma ideia ou suposição e, também, uma base para que novas mudanças e implementações dessa ideia possam ser realizadas.	“Endeavor https://endeavor.org.br/prototipo/ ”	Tema Modelo de Negócio
Público-alvo	É para quem o empreendimento foi desenvolvido e será impactado diretamente pelo negócio. Possui características similares como, por exemplo, faixa etária, comportamento, classe social, entre outras.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Oportunidade
Recursos principais	São os recursos físicos, humanos e tecnológicos necessários para fazer o negócio acontecer.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Modelo de Negócio
Rede de apoio	Conjunto de organizações, entidades ou pessoas que trabalham de maneira sincronizada com o objetivo de colaborar para alguma causa.	“Conceito.de https://conceito.de/rede-de-apoio ”	Tema O Indivíduo
Relacionamento com clientes	Diferentes tipos de relações que um negócio estabelece com determinados segmentos de clientes. Os relacionamentos podem ir desde o pessoal até os automatizados.	“CanvasBrasil http://cavabrazil.blogspot.com.br/p/relacionamento-com-o-cliente.html ”	Tema Modelo de Negócio
Segmentos de clientes	Seleção de grupos de clientes com perfis e demandas similares alinhados com sua proposta de valor e que sejam atrativos para seu negócio.	“Endeavor https://endeavor.org.br/segmentacao-a-pratica-de-escolher-os-clientes-certos/ ”	Tema Modelo de Negócio
Slogan	Frase curta que busca representar uma marca para promover a rápida identificação e memorização de seus produtos e serviços pelos(as) consumidores(as).	“Marketing de Conteúdo https://marketingdeconteudo.com/slogan/ ”	Tema Prova de Oportunidade

glossário

TERMO	O QUE É?	FONTE	ONDE APARECE PELA 1ª VEZ
Software	Pode ser entendido como a “mente” que comanda a máquina, pode ser um computador, uma câmera, um celular, etc., composta por elementos que não são palpáveis. Ele é formulado por meio de códigos e combinações para funcionar da maneira ideal.	“TechTudo http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/02/hardware-ou-software-entenda-diferenca-entre-os-termos-e-suas-funcoes.html ”	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Stakeholders	Indivíduos e organizações que estão ativamente interessados em um projeto ou cujos interesses podem ser positiva ou negativamente afetados pelo negócio.	“Administradores.com http://www.administradores.com.br/artigos/tecnologia/stakeholder/57278/ ”	Tema Oportunidade
Startup Enxuta	Conjunto de práticas para criação de novos negócios de forma ágil, com baixos custos e orientada ao desejo dos(as) clientes.	“Exame https://exame.abril.com.br/pme/5-pontos-basicos-para-entender-o-lean-start-up/# ”	Tema Modelo de Negócio
Storytelling	Capacidade de contar histórias relevantes. É uma maneira antiga e poderosa de dar vida e cor à sua marca por meio de vídeos e outros materiais.	“Next Idea https://nextidea.com.br/storytelling-qual-importancia-no-seu-negocio/ ”	Tema Pitch
Sustentabilidade da iniciativa	Definição bastante ampla, muito além de aspectos econômicos, como o lucro de um negócio, por exemplo. Envolve aspectos sociais e ecológicos, bem como valores, objetivos e processos que equilibrem esses três pilares.	“Empresas S/A http://www.empresassa.com.br/2010/08/sustentabilidade-faz-parte-do-negocio.html ”	Tema Comunidade
Tecnologia	No Pense Grande, entendemos tecnologia como a criação de ferramentas que utilizam da conexão e do digital para resolver problemas e deixar as tarefas mais fáceis.	Semente Negócios	Tema Empreendedorismo e Tecnologia
Teste Fumaça	O Teste Fumaça é um blefe. Ele acontece quando uma equipe de empreendedores(as) finge que está lançando um serviço (ou produto) no mercado para entender a reação de seus(uas) potenciais clientes.	Definição desenvolvida no material de multiplicação do Pense Grande	Tema Prova de Oportunidade