



TRILHA DO JOVEM EMPREENDEDOR CRIATIVO

@porao_criativo
www.poraocriativo.com.br



TRILHA DO JOVEM EMPREENDEDOR CRIATIVO

Uma Jornada para Descobrir, Criar e Liderar
Um guia prático para transformar talentos em ideias e ideias em ação.

Autores:

Greice de Bem Noro

Ano de Publicação:
[2025]

Instituição Responsável:
Porão Criativo

Editor / Organização:
Greice de Bem Noro, – Porão Criativo

Direitos Autorais:

© [2025] **Greice de Bem Noro – Porão Criativo**

Todos os direitos reservados. A reprodução total ou parcial deste material é permitida somente com autorização prévia por escrito da [Porão Criativo].

Sumário

1	Introdução e Autoconhecimento	5
2	Descobrimo Seus Pontos Fortes com Clareza – A Jornada Gallup	9
3	Introdução ao Empreendedorismo Criativo	13
4	Pesquisa de Mercado e Ideias de Negócio	17
5	Introdução ao Business Model Canvas	21
6	Relacionamento com o Cliente, Canais e Segmento	25
7	Recursos, Atividades-Chave e Parcerias Estratégicas	29
8	Estrutura de Custos e Fontes de Receita	33
9	Co-Criação com Mentores – Apresentando seu Negócio com Clareza	37
10	Identidade e Comunicação – Construindo a Marca da sua Empresa	41
11	Prototipagem (Parte 1) – Criando seu Site e Presença Digital	45
12	Prototipagem (Parte 2) – Testes, Validações e Melhorias com Mentores	49
13	Preparação para o Pitch – Como Apresentar sua Ideia com Impacto	53
14	Feira de Negócios e Formatura – A Jornada Final e o Início de uma Nova Etapa	57

BEM VINDO

Seja a transformação que o mundo precisa



👋 **Olá, jovem criador(a)!
Que bom ter você aqui.**

Meu nome é Greice de Bem Noro, e serei sua mentora nessa jornada transformadora. 💡

Antes de mais nada, quero te dizer uma coisa importante:

- ✨ Você tem um talento único.
- ✨ Você tem ideias que merecem ganhar o mundo.
- ✨ E essa trilha é o espaço onde você vai descobrir o quanto pode ser protagonista da sua história.

Sou especialista em gestão estratégica de pessoas, inovação e desenvolvimento de talentos, com mais de 15 anos de experiência conectando educação, criatividade e empreendedorismo.

Sou também cofundadora do Porão Criativo, o primeiro Laboratório de Economia Criativa do Rio Grande do Sul, um espaço onde acreditamos que o conhecimento pode (e deve!) gerar impacto real na sociedade.

Já atuei como Agente Local de Inovação no Sebrae, professora universitária, consultora de empresas criativas e mentora de empreendedores.

Mas, acima de tudo, sou apaixonada por ver jovens como você encontrando seu brilho, sua voz, sua ideia — e transformando isso em ação.

como irá

Page 4

FUNCIONAR

A Trilha Jovem Empreendedor Criativo foi feita para você que tem curiosidade, vontade de mudar o mundo e ama criar.

Aqui, você vai aprender sobre:

- ✓ Autoconhecimento e propósito
- ✓ Empreendedorismo de verdade
- ✓ Modelagem de negócios criativos
- ✓ Comunicação e protagonismo
- ✓ Como transformar ideias em impacto

Você vai trabalhar em equipe, construir uma marca, apresentar sua empresa, criar um site e viver o desafio real de empreender com criatividade e estratégia.



PASSO 1

AUTOCONHECIMENTO
MAPEAMENTO DE TALENTOS,
COMPETÊNCIA E INTERESSES
INDIVIDUAIS



PASSO 2

FORMAÇÃO DE EQUIPES
DEBATE SOBRE O PASSO 1



PASSO 3

PESQUISA E DECISÃO
SOBRE A ÁREA PARA
MODELAGEM DE NEGÓCIO



PASSO 4

MODELAGEM DE NEGÓCIOS
COM BASE EM METODOLOGIA
PRÓPRIA E INOVADORA



PASSO 5

CONHECIMENTOS
SOBRE ÁREAS DE GESTÃO E
TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO



PASSO 6

MENTORIA
COM PROFISSIONAIS
DO MERCADO

PASSO 7

FEIRA DE NEGÓCIOS
APRESENTAÇÃO DOS PICTS



VAMOS COMEÇAR?

Mas antes, esta é a minha mensagem para você:

Não importa se você já tem uma ideia ou se ainda está buscando o que gosta de fazer.

O importante é começar. E eu estarei aqui, com você, passo a passo.

Essa jornada é sua. Eu apenas abro a porta — mas é você quem entra, sonha, aprende e realiza.

Seja muito bem-vindo(a) à Trilha JEC.

Você está prestes a viver uma experiência que vai marcar sua vida.

Com carinho,

Greice de Bem Noro

Mentora da Trilha JEC

Co-Fundadora do Porão Criativo



CAPÍTULO 1

Introdução & Autoconhecimento

Começamos com uma pergunta poderosa...

★ *Quem é você quando ninguém está olhando?*

Nos próximos capítulos, vamos te ajudar a encontrar essa resposta – e usá-la para criar algo grande.

Imagine a seguinte cena:

Você acorda numa manhã comum, mas algo está diferente.

Hoje, ninguém vai te dizer o que fazer.

Não tem aula, nem cobrança.

Só uma pergunta: “O que você faria, se pudesse fazer qualquer coisa no mundo agora?”

Talvez você criaria algo. Talvez ajudaria alguém.

Talvez dormiria até mais tarde. Tudo bem.

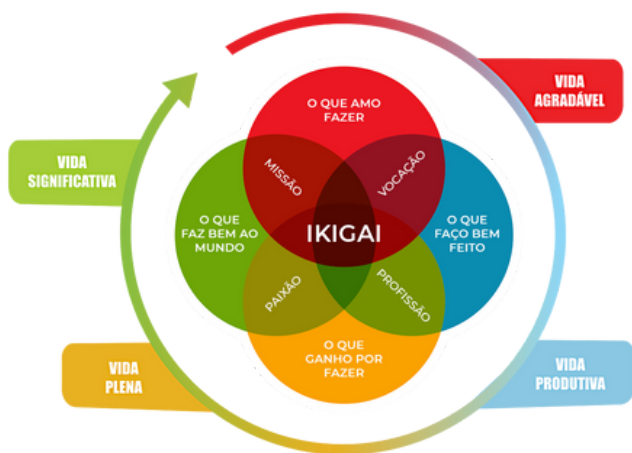
Mas a resposta que você der... diz muito sobre quem você é.

Empreender começa aqui: se entender antes de tentar mudar o mundo.

🎯 Objetivo do capítulo

Despertar o olhar interno do aluno para que ele reconheça suas paixões, motivações e características únicas, iniciando a jornada empreendedora com base no autoconhecimento profundo. Através do modelo Ikigai, o aluno começa a conectar propósito, talentos e possibilidades de atuação no mundo real.





O Ikigai – Encontrando Propósito na sua Vida

O primeiro passo da sua jornada empreendedora não tem a ver com dinheiro, empresa ou produto.

Tem a ver com você. Seus talentos. Suas paixões. Seus valores. Suas curiosidades.

Empreender é construir algo que nasce de dentro para fora. E para isso, você precisa se conhecer.

📌 O que é o Ikigai?

É um conceito japonês que significa “razão de viver”.

É a combinação de 4 coisas:

- O que você ama fazer
- O que você é bom fazendo
- O que o mundo precisa
- O que você pode ser pago para fazer

🤍 Amo fazer	💪 Sou bom em	🌍 O mundo precisa de	💰 Posso ser pago por

 Atividade: Mapa do Meu Mundo Interior

Pegue lápis, caneta ou seu app favorito e preencha o mapa acima com sinceridade:

Depois, reflita:

- Tem algo que aparece em mais de um quadrante?
- Você sente vontade de transformar algum desses em um projeto?

 Espaço para Anotações Pessoais:

 Coisas que descobri sobre mim neste capítulo:

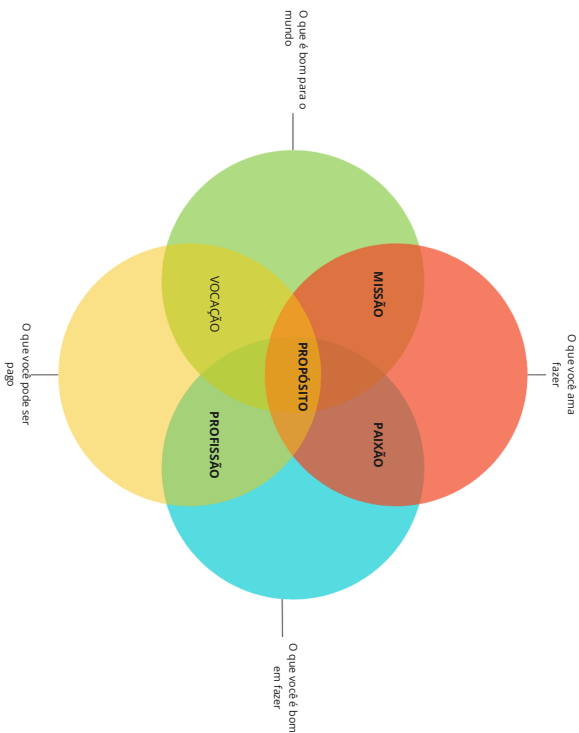
(Escreva livremente. Pode ser uma palavra, uma frase, uma ideia...)

 Reflexão Final:

“Descobrir quem você é é o primeiro passo para decidir quem você quer se tornar.”

No próximo capítulo, vamos transformar essas descobertas em **talentos e competências empreendedoras**.

IKIGAI PESSOAL



Esta é a essência que se refere ao que o mundo precisa ou valoriza, é sobre contribuir de forma significativa para algo maior do que você mesmo

A profissão que escolhemos, é o trabalho que você escolheu exercer, a vocação é a sua essência, nascemos com ela.

MISSÃO - o que o mundo precisa

PAIXÃO - o que você ama

VOCACÃO - que você é bom em fazer. São as suas habilidades, talentos e capacidades naturais

PROFISSÃO - uma escolha que, a partir de sua vocação, você pode ser pago para fazer.

CAPÍTULO 2

Descobrimo Seus Pontos Fortes com Clareza:

A Jornada Gallup para Jovens Empreendedores



★ Para refletir

Você já sentiu que o mundo só foca no que você precisa melhorar?

"Você é bom, mas..."

"Você precisa melhorar isso..."

A Metodologia Gallup acredita em algo diferente:

Em vez de tentar consertar suas fraquezas, você pode alcançar resultados incríveis usando os seus talentos naturais.

Esse é o seu superpoder. E agora você vai descobrir quais são.

🎯 Objetivo do capítulo

Mapear os talentos naturais de cada aluno utilizando a metodologia Gallup (CliftonStrengths), incentivando a autocompreensão e a valorização da singularidade individual. Com isso, o aluno desenvolve maior clareza sobre como pode contribuir em equipes, projetos e na criação de soluções inovadoras.

Entendendo a Metodologia Gallup: Fundamentos Teóricos

A Gallup é uma empresa global de pesquisa e desenvolvimento de talentos humanos.

Ela estudou, por mais de 40 anos, o comportamento de mais de 2 milhões de pessoas bem-sucedidas em diversas áreas. O resultado foi um mapa de 34 talentos dominantes que moldam a forma como agimos no mundo.

Essa teoria foi popularizada pelo livro “Descubra seus Pontos Fortes”, de Marcus Buckingham e Donald Clifton, criadores do StrengthsFinder (ferramenta de diagnóstico pessoal).

Princípios da Abordagem:

- Todo ser humano tem talentos únicos.
- Desenvolver suas forças gera mais resultado do que tentar corrigir fraquezas.
- Pessoas que trabalham a partir de seus talentos naturais têm mais motivação, autoestima, produtividade e propósito.

Por que isso importa na sua idade?

Na adolescência, seu cérebro está em desenvolvimento e você está formando a base da sua identidade. Se você descobrir agora no que tem facilidade e prazer, pode tomar decisões muito mais conscientes sobre estudos, carreira e projetos.

Exemplos de Talentos Gallup:

- **Comunicador(a):** Gosta de contar histórias, explicar ideias e se expressar.
- **Organizador(a):** Sabe montar planos, cronogramas e estruturas.
- **Empático(a):** Sente o que o outro sente e entende pessoas facilmente.
- **Inovador(a):** Sempre tem ideias diferentes e gosta de criar.
- **Competitivo(a):** Gosta de desafios e metas claras.
- **Responsável:** Gosta de cumprir o que promete com excelência.

Esses são apenas alguns — e você pode ter uma combinação única deles!

Talento	Descrição
Ativação (Activator)	Pessoas com este talento gostam de transformar pensamentos em ação. São iniciadores natos e têm uma urgência em começar projetos. Sentem-se motivadas quando veem progresso rápido e resultados iniciais.
Adaptabilidade (Adaptability)	Têm facilidade para viver no presente e lidar com mudanças inesperadas. São flexíveis, reagem bem a novas situações e não se prendem a planos rígidos.
Analítico (Analytical)	Gostam de entender como as coisas funcionam. Buscam dados, padrões e provas antes de tomar decisões. São detalhistas e racionais.
Arranjador (Arranger)	São excelentes em organizar e reorganizar recursos de maneira eficiente. Lidam bem com múltiplas variáveis e adaptam planos rapidamente.
Acreditação (Belief)	Guiam-se por valores profundos e duradouros. Acreditam em propósitos maiores que os movem, e muitas vezes se engajam em causas sociais ou éticas.
Mandar (Command)	Têm presença forte e confiança para assumir o controle de situações. São assertivos e não evitam conflitos quando necessário.
Comunicação (Communication)	Expressam-se com clareza e entusiasmo. Gostam de contar histórias, apresentar ideias e manter o público engajado.
Competição (Competition)	Sentem-se motivados ao se comparar com os outros. Buscam constantemente ser os melhores e valorizam vitórias.
Conectividade (Connectedness)	Acreditam que tudo está interligado. Têm uma visão espiritual ou filosófica da vida e enxergam significado nas relações.
Consistência (Consistency)	Valorizam justiça, igualdade e tratamento uniforme. Preferem regras claras e evitam favoritismos.
Contexto (Context)	Têm interesse pelo passado. Acreditam que entender o histórico ajuda a tomar decisões mais sábias no presente.
Cautela (Deliberative)	São cuidadosos e ponderados. Analisam riscos antes de agir e preferem segurança à impulsividade.
Desenvolvedor (Developer)	Acreditam no potencial das pessoas e gostam de apoiar o crescimento alheio. Sentem-se realizados ao verem progresso nos outros.
Disciplina (Discipline)	Precisam de estrutura e organização para se sentirem produtivos. Criam rotinas e seguem processos para alcançar seus objetivos.
Empatia (Empathy)	Percebem e sentem o que os outros estão sentindo. Demonstram sensibilidade e conexão emocional nas relações.
Inclusão (Includer)	Fazem questão de incluir quem está de fora. Valorizam ambientes onde todos são bem-vindos e têm voz.
Ideativo (Ideation)	Amam gerar novas ideias. São criativos, curiosos e estão sempre buscando conexões inesperadas.
Imparcialidade (Fairness)	Defendem tratamento igualitário e transparente. Acreditam que todos devem seguir as mesmas regras.
Foco (Focus)	Têm facilidade em estabelecer metas e manter-se direcionados a elas. Eliminam distrações com facilidade.

Futurista (Futuristic)	Inspiram os outros com visões do futuro. Estão sempre pensando em possibilidades e no que pode ser construído.
Harmonia (Harmony)	Buscam consenso e evitam conflitos desnecessários. Valorizam a paz e o equilíbrio nas relações.
Potencializador (Maximizer)	Gostam de transformar algo bom em excelente. Valorizam excelência e buscam constantemente aprimoramento.
Positividade (Positivity)	Têm uma visão otimista da vida. Contagiam os outros com entusiasmo, alegria e bom humor.
Responsabilidade (Responsibility)	Assumem compromissos com seriedade e cumprem o que prometem. São confiáveis e éticos.
Restaurador (Restorative)	Gostam de identificar problemas e corrigi-los. Sentem satisfação em consertar aquilo que não está funcionando.
Significância (Significance)	Desejam deixar uma marca no mundo. Buscam reconhecimento e desejam fazer algo relevante.
Autoafirmação (Self-Assurance)	Confiam profundamente em suas decisões e instintos. Demonstram independência e convicção.
Estudioso (Learner)	Amam aprender. Sentem-se energizados ao adquirir novos conhecimentos, independente do tema.
Intelecto (Intellection)	Gostam de pensar profundamente. Precisam de tempo para refletir e desenvolver ideias internamente.
Input (Coletor de Informações)	Têm sede por informações. Gostam de acumular conhecimento e compartilhar com os outros.
Individualização (Individualization)	Enxergam o que torna cada pessoa única. São ótimos em formar equipes equilibradas.
Organização (Arranger)	Gerenciam várias tarefas ao mesmo tempo. Adaptam-se com facilidade e mantêm tudo funcionando.
Estratégico (Strategic)	Identificam padrões e possibilidades futuras. Conseguem traçar rotas alternativas rapidamente.

Atividade 1 – Meus Pontos Fortes (versão adaptada do Gallup para jovens)

Responda às perguntas abaixo e circule os talentos que mais aparecem nas suas respostas:

1. Em que tipo de atividade eu mais me destaco na escola ou em casa?
2. Quando estou num grupo, que papel eu normalmente assumo?
3. Prefiro ajudar os outros, liderar ideias ou ficar nos bastidores fazendo tudo funcionar?
4. Meus amigos me procuram quando precisam de ajuda com...?

Com base nas respostas, veja com qual dos talentos você mais se identifica e  Anote aqui os 3 principais talentos que apareceram para você:

- 1.
- 2.
- 3.

Talento Gallup Adaptado	Marque com ☒ se combina com você
Comunicador(a)	
Organizador(a)	
Inovador(a)	
Empático(a)	
Análítico(a)	
Competitivo(a)	
Motivador(a)	
Visionário(a)	
Prático(a)	
Responsável	

Exercício 2 – Entrevista com Colegas

Objetivo: Perceber como os outros te veem

Pergunte para 2 colegas e 1 educador/profissional:

- O que você acha que eu faço com mais facilidade?
- Qual foi uma situação em que você achou que eu fui muito útil para o grupo?
- Se eu fosse trabalhar em algo, com base no que você me conhece, em que seria?

 Anote as respostas. Há padrões? Palavras repetidas? Insights novos?

Exercício 3 – Diário dos Talentos

Durante uma semana, anote:

- Algo que fiz bem
- Como me senti fazendo isso
- Alguém elogiou? Por quê?

Isso vai te mostrar padrões. Os talentos se revelam nas ações cotidianas.

Integração com o projeto da trilha:

No final deste capítulo, escolha 2 talentos principais que você identificou. Você vai usá-los para escolher sua função dentro da equipe de projeto no Capítulo 3.

Exemplo:

Se você é bom em comunicação, talvez seja a pessoa que vai apresentar o pitch final.

Se é criativo, pode cuidar do design da marca. Se é analítico, pode liderar a parte financeira.

Reflexão Final

“Se você não se define, o mundo define você.

Mas quando você conhece seus pontos fortes, você deixa de ser espectador e passa a ser protagonista.”

CAPÍTULO 3

Formação de Equipes e Introdução ao empreendedorismo Criativo

Como formar times potentes e transformar talentos em inovação



★ Para refletir

Imagine um time com um artista que desenha como ninguém, uma pessoa ótima com organização e prazos, outra com ideias criativas o tempo todo, e mais uma que ama falar com o público e vender.

Separadas, essas pessoas talvez não saíssem do lugar.

Juntas? São uma potência!

Empreender é, muitas vezes, formar equipes inteligentes, onde cada pessoa atua onde tem talento natural, e o projeto cresce com base na diversidade, colaboração e criatividade.

Neste capítulo, vamos formar grupos, descobrir como equipes empreendedoras funcionam, e mergulhar no universo da economia criativa — o terreno fértil onde suas ideias vão florescer.

@ Objetivos do Capítulo

- Formar equipes equilibradas com base nos talentos mapeados
- Iniciar o direcionamento do projeto dentro da economia criativa
- Apresentar os fundamentos do empreendedorismo colaborativo

Conteúdo Teórico + Exemplos

1. Como formar uma equipe empreendedora eficiente?

Times empreendedores de sucesso são formados com base em 3 pilares:

Exemplo prático:

Se a equipe vai criar um projeto de moda sustentável, pode ter:

- Alguém criativo para o design das peças
- Outro com facilidade em redes sociais
- Alguém focado no financeiro e viabilidade
- Outro na logística ou produção

2. O que é a Economia Criativa?

A economia criativa é o setor da economia baseado na criatividade, cultura, inovação e talento humano.

Ela une negócio + arte + impacto social.

 Exemplos de áreas da economia criativa:

- Moda
- Design
- Mídias digitais
- Música
- Artes visuais
- Audiovisual
- Artesanato
- Gastronomia criativa
- Jogos e apps
- Literatura e produção editorial

 O foco da Trilha é ajudar vocês a criarem modelos de negócio criativos, sustentáveis e com propósito dentro desse universo.

Conteúdo Teórico + Exemplos

1. Como formar uma equipe empreendedora eficiente?

Times empreendedores de sucesso são formados com base em 3 pilares:

Pilar	O que significa
Diversidade de talentos	Pessoas com perfis diferentes contribuem de formas complementares
Propósito comum	Todos precisam acreditar no mesmo "porquê"
Clareza de papéis	Cada pessoa sabe o que faz e como contribui

Exemplo prático:

Se a equipe vai criar um projeto de moda sustentável, pode ter:

- Alguém criativo para o design das peças
- Outro com facilidade em redes sociais
- Alguém focado no financeiro e viabilidade
- Outro na logística ou produção

2. O que é a Economia Criativa?

A economia criativa é o setor da economia baseado na criatividade, cultura, inovação e talento humano.

Ela une negócio + arte + impacto social.

 Exemplos de áreas da economia criativa:

- Moda
- Design
- Mídias digitais
- Música
- Artes visuais
- Audiovisual
- Artesanato
- Gastronomia criativa
- Jogos e apps
- Literatura e produção editorial

 O foco da Trilha é ajudar vocês a criarem modelos de negócio criativos, sustentáveis e com propósito dentro desse universo.

3. Inteligência de equipe: o que cada um pode entregar?

Com base no Capítulo 2 (talentos Gallup), agora é hora de entender:

- Qual o papel natural de cada membro?
- Como dividir responsabilidades sem sobrecarregar?
- Como respeitar estilos diferentes e ainda assim colaborar bem?

 Exemplo:

- Talento "Comando" pode assumir liderança
- "Empatia" pode cuidar do cliente ou storytelling
- "Organização" ajuda com prazos, cronograma e entregas

Atividades Práticas

Atividade 1 – Formação das Equipes com Base em Talentos

Passo a passo:

- 1.Revejam os talentos identificados no capítulo anterior.
- 2.Montem equipes equilibradas (mínimo 3, máximo 5 integrantes).
- 3.Cada equipe deve preencher a Ficha de Formação de Equipe:

Nome do Integrante	Talentos Principais	Papéis possíveis no projeto

 Dica: Grupos equilibrados são mais eficazes do que grupos formados apenas por afinidade.

Atividade 2 – Definição do Propósito do Grupo

Com base nas habilidades e interesses, respondam juntos:

1. O que nos motiva como grupo?
2. Que tipo de problema gostaríamos de resolver?
3. Qual o impacto queremos gerar no mundo?

Crie um manifesto do grupo em até 5 frases. Exemplo:

“Acreditamos que moda pode ser arte e consciência.

Queremos criar roupas sustentáveis que contem histórias e representem culturas locais.”

Atividade 3 – Escolha da Área da Economia Criativa

1. Escolham uma área da economia criativa em que gostariam de atuar
2. Justifiquem a escolha com base nos talentos e propósito do grupo

Área escolhida	Por que escolhemos essa área?

Atividade 4 – Brainstorm de Ideias de Negócio

Cada equipe deve gerar no mínimo 5 ideias iniciais dentro da área escolhida. Depois, escolham as 2 ideias mais promissoras para desenvolver no próximo capítulo.

Ideia de Negócio	O que ela resolve?	Para quem?	Pontos fortes
App para educação ambiental	Falta de consciência ecológica	Jovens estudantes	Fácil de usar
Oficina de arte com resíduos	Descarte de lixo	Comunidade local	Criativa e social
Loja de camisetas com frases autorais	Expressão pessoal	Jovens criativos	Identidade forte

Reflexão Final

"Empreender sozinho pode ser possível. Mas empreender em grupo com inteligência é transformador.

Quando você se junta a pessoas com talentos diferentes, nasce algo novo, forte e criativo."

CAPÍTULO 4

Pesquisa de Mercado e Ideias de Negócio

Como descobrir se a sua ideia é realmente boa?

Para refletir

O grupo de Ana criou uma ideia de negócio genial: uma loja virtual de roupas personalizadas.

Estavam empolgados, planejando tudo com dedicação. Mas, quando perguntaram para os colegas e professores, descobriram que ninguém compraria.

Por quê? Porque o público já tinha acesso a plataformas parecidas, e o diferencial deles ainda não era claro.

Foi aí que entenderam: a ideia não nasce pronta. Ela nasce da escuta. Da observação. Da curiosidade.

E é exatamente isso que você vai aprender neste capítulo: como fazer pesquisa de mercado e validar suas ideias antes de colocá-las em prática.

Objetivo do capítulo

Desenvolver a habilidade de analisar o mercado real, compreender o comportamento do público-alvo e validar ideias de negócio com base em dados, tendências e dores reais. Estimula o pensamento crítico e a construção de ideias com base em evidências, e não apenas em suposições.



Tipos de Pesquisa de Mercado

1. Pesquisa Exploratória: Para descobrir o que o público sente, pensa ou precisa (ex.: entrevistas abertas, perguntas livres)
2. Pesquisa Quantitativa: Para medir opiniões ou comportamentos com números (ex.: formulários com múltipla escolha)
3. Análise de Concorrência: Observar quem já oferece algo parecido e identificar oportunidades de melhoria

Ferramentas Simples que os alunos podem usar

- Google Forms (formulários)
- Instagram Stories (enquetes rápidas)
- Observação direta (anotar comportamentos das pessoas)
- Entrevistas (conversas com possíveis usuários ou clientes)
- Pesquisa no Google (ver produtos similares, tendências)

Atividade 1 – Validando o Problema

Objetivo: Investigar se o problema que sua ideia resolve é real para outras pessoas.

Formulem uma pergunta central: Ex: “Você já teve dificuldade para encontrar roupas que combinam com seu estilo?”

Escolham 3 formas de pesquisa:

- Formulário digital
- Entrevista com colegas
- Observação direta
- Enquete online
- Outra: _____

Coletem pelo menos 10 respostas e anotem os resultados.

Atividade 2 – Espionagem Criativa (Análise de Concorrência)

Objetivo: Observar o que já existe e como vocês podem se diferenciar.

Pesquisem 2 projetos, negócios ou produtos similares à ideia de vocês. Para cada um, anotem:

O que é Pesquisa de Mercado?

É o processo de coletar informações para entender:

- Se a sua ideia resolve um problema real
- Quem seria seu público
- O que já existe no mercado
- Qual diferencial você pode oferecer

Atividade 2 – Espionagem Criativa (Análise de Concorrência)

Objetivo: Observar o que já existe e como vocês podem se diferenciar.

Pesquisem 2 projetos, negócios ou produtos similares à ideia de vocês.

Para cada um, anotem:

Projeto Concorrente	O que ele oferece?	Pontos fortes	Pontos fracos	O que podemos fazer diferente?

Atividade 3 – Conclusão e Escolha da Ideia Final

Agora que vocês:

- Validaram o problema
- Pesquisaram concorrentes
- Conversaram com possíveis usuários
-

Reúnam o grupo e tomem a decisão:

 Qual será a **ideia final de negócio** desenvolvida ao longo da trilha?

 Descrevam em até 5 linhas:

Reflexão Final

“Uma ideia que vive só na sua cabeça pode ser linda. Mas só se torna real quando toca a vida de outras pessoas.”

No próximo capítulo, vamos transformar essa ideia final em algo estruturado usando uma das ferramentas mais poderosas do empreendedorismo: o **Business Model Canvas**.

CAPÍTULO 5

Introdução ao Business Model Canvas

Como transformar uma ideia em um modelo de negócio real

✦ Para refletir

Você já teve uma ideia tão boa que parecia ter vida própria?

Agora imagine que essa ideia precisa sair da sua cabeça e ganhar estrutura: Quem vai comprar? Como você entrega? quanto vai custar? Como vai se sustentar?

A maioria dos projetos falha não por falta de paixão, mas por falta de modelo.

E o Canvas é como um “mapa do tesouro” que ajuda a organizar tudo isso com clareza.

🎯 Objetivo do capítulo

Apresentar aos alunos o modelo de negócios Canvas como ferramenta visual de organização de ideias e estratégia. O foco do capítulo é compreender o conceito de proposta de valor, levando o aluno a responder com clareza:

“Por que alguém compraria ou apoiaria minha ideia?”



🧠 O que é o Business Model Canvas?

É uma ferramenta visual e estratégica para criar, visualizar e testar modelos de negócio.

Foi criado por Alexander Osterwalder e hoje é usado por empresas no mundo todo – de startups a ONGs.

Ele ajuda a responder: Como minha ideia se transforma em um negócio funcional e sustentável?

✳ Os 9 Blocos do Canvas (visão geral)

1. Proposta de Valor – Qual problema você resolve?
2. Segmento de Clientes – Quem é o seu público?
3. Canais – Como o seu produto chega até o cliente?
4. Relacionamento com o Cliente – Como você se conecta e mantém contato com ele?
5. Fontes de Receita – Como você ganha dinheiro?
6. Recursos-Chave – O que você precisa para funcionar?
7. Atividades-Chave – O que precisa ser feito no dia a dia?
8. Parcerias-Chave – Quem te ajuda?
9. Estrutura de Custos – Quanto custa manter o negócio funcionando?

🎯 Neste capítulo, vamos focar nos 3 primeiros blocos:

- Proposta de Valor
- Segmento de Clientes
- Canais

Explicitar, discutir, enquadrar e prototipar



O Que é?

Business Model Canvas é uma forma de representação que permite a visualização integrada dos diversos aspectos do negócio.

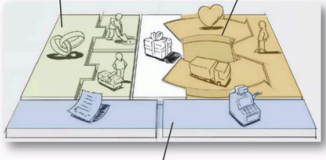
É um instrumento explícito e comunica uma ideia de negócio, facilitando a discussão desta ideia e a prototipação de diversas variantes suas.

Para que serve?

- Estimular a reflexão sobre uma ideia de negócio na medida em que a mesma é externalizada
- Tangibilizar a discussão entre os envolvidos no desenvolvimento do conceito do negócio.
- Comunicar externamente uma visão holística do negócio
- Facilitar a experimentação de diversas configurações possíveis de um modelo de negócio

Fonte: adaptado de Osterwalder e Pigneur (2011)

- 1 Plote o CANVAS em um poster
- 2 Prenda o Poster na parede
- 3 Rabosque o seu modelo de negócio



Visão da Operação

Visão do Cliente

Visão Financeira

Atividade 1 – Proposta de Valor

Pergunta-chave:

Qual problema a sua ideia resolve? Por que as pessoas se importariam com isso?

1. Identifique a dor do público-alvo

- O que incomoda ou atrapalha a vida do seu cliente?
- Ex: "Adolescentes não encontram espaços para expressar sua criatividade."
-

2. Descreva sua solução em uma frase clara:

- Ex: "Criamos uma plataforma para jovens venderem seus produtos criativos de forma segura e colaborativa."
-

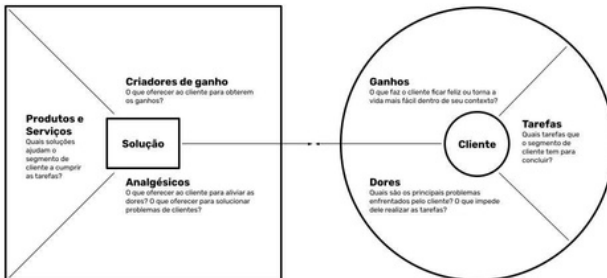
3. Diferencial:

- O que torna sua solução única?
- Ex: "Tem foco em jovens de periferia e usa IA para ajudar no marketing."

VALUE PROPOSITION CANVAS

strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas

Tera



CANVAS DE PROPOSTA DE VALOR DO UBER



Atividade 2 – Segmento de Clientes

Pergunta-chave:

Quem é o seu cliente ideal?

1. Façam um perfil do seu público (avatar):

- Nome fictício, idade, onde mora, o que deseja, o que teme, o que valoriza
-

2. Criem um mini texto sobre ele:

- “Marina, 14 anos, mora em uma cidade do interior. Adora desenhar e quer transformar isso em renda, mas não sabe como começar...”

Atividade 3 – Canais

Pergunta-chave:

Como seu público vai conhecer e acessar seu produto?

Listem pelo menos 3 canais possíveis:

- Redes sociais (Instagram, TikTok?)
- Lojas online?
- Feira de negócios local?
- Parceiros ou escolas?

Descrevam:

- Qual canal será o principal?
- Como esse canal vai ser usado (ex: tutoriais, divulgação, contato direto...)

Dica prática:

Use post-its ou uma lousa para montar o Canvas com os blocos! É uma ferramenta visual, então estimula criatividade e visão sistêmica.

Reflexão Final

“Negócios que funcionam resolvem problemas reais. E negócios que crescem, fazem isso com organização e propósito.”

No próximo capítulo, vamos continuar o Canvas com os blocos que explicam como entregar a proposta de valor na prática.

Instruções para preencher

CANVAS

Modelo de Negócio

Parcerias Chave Quem são nossos principais parceiros? 8	Atividades Chave Que atividades-chave a nossa Proposta de Valor exige? 7	Proposta de Valor Que problemas do nosso público estamos ajudando a resolver? 1	Relacionamento Que tipo de relacionamento temos com nosso público? 4	Segmento de Clientes Para quem estamos criando valor? 2
Recursos Chave Quais recursos-chave nossa proposta de Valor requer? 6	Canais Através de quais canais atingimos nossos Segmentos de Público? 3			
Estrutura de Custos Quais são os custos mais importantes inerentes ao nosso modelo de negócio? 9		Fontes de Receita Por quais valores nosso público estão realmente interessados em pagar? 5		

ExcelSolucao.com.br

MODELO DE NEGÓCIOS PESSOAL DE -----> **SEU NOME:** _____

PARCERIAS PRINCIPAIS Quem te ajuda? 	ATIVIDADES-CHAVE O que você faz? 	PROPOSTAS DE VALOR Como você contribui? 	RELACIONAMENTO COM CLIENTES Como você interage? 	SEGMENTOS DE CLIENTES Quem você ajuda?
RECURSOS PRINCIPAIS Quem é você? O que você tem? 	CANAIS Como te conhecem? O que você entrega? 			
ESTRUTURA DE CUSTOS O que você dá? 		FONTES DE RECEITA E BENEFÍCIOS O que você ganha? 		

CAPÍTULO 6

Relacionamento com o Cliente, Canais e Segmento

Como atrair, conquistar e manter seu público

✦ Para refletir

Lucas e sua equipe criaram uma ideia brilhante: um serviço de lanches naturais para alunos da escola.

O produto era bom. O preço era acessível.

Mas ninguém comprava.

Por quê?

Eles estavam oferecendo o produto no intervalo, mas o público nem sabia que aquilo existia.

E os poucos que viam não se sentiam "convidados" a experimentar.

Resultado? Produto ótimo. Comunicação zero. Relacionamento nenhum.

Nesse capítulo, você vai entender que a forma como você se conecta com o seu cliente é tão importante quanto o que você oferece.

🎯 Objetivo do capítulo

Explorar 3 blocos fundamentais do Canvas:

- 1. Segmento de Clientes – Para quem você está criando valor?*
- 2. Canais – Como seu público chega até você (ou você até ele)?*

Relacionamento com o Cliente – Como você cria conexão e fidelidade?



✿ 1. Segmento de Clientes (Aprofundado)

“Quanto mais específico você for, mais relevante você será.”

Atividade: Criação do Avatar do Cliente Ideal

Crie um personagem fictício que representa o público-alvo. Descreva:

- Nome:
- Idade:
- Onde mora:
- O que ama fazer:
- Quais problemas enfrenta no dia a dia:
- O que busca:
- Como sua ideia pode ajudar essa pessoa:

 Exemplo:

Marcos, 13 anos, mora em uma cidade pequena. É tímido, gosta de tecnologia e sente que suas ideias não são levadas a sério. Busca uma forma de mostrar seu potencial sem precisar falar em público.

✿ 2. Canais

“Não basta ter algo bom. É preciso entregar isso do jeito certo, no lugar certo.”

Canais de comunicação e distribuição:

- Onde o cliente vai descobrir o seu negócio?
- Como ele vai consumir ou experimentar sua solução?
- Onde será a “vitrine” da sua ideia?

Atividade: Mapeamento de Canais

Liste os canais que vocês vão usar:

Canal	Função	Observações
Instagram	Divulgação, feedback, engajamento	Usar vídeos curtos e posts interativos
Feira de negócios escolar	Venda e apresentação do produto	Espaço de pitch com cartaz e amostra
WhatsApp ou e-mail	Atendimento e dúvidas	Canal direto com o cliente
Google Sites / WebSim	Vitrine digital	Protótipo funcional da solução

✿ 3. Relacionamento com o Cliente

“Relacionamento é sobre gerar confiança. E confiança leva à ação.”

Tipos de relacionamento que vocês podem oferecer:

- Atendimento personalizado
- Autoatendimento (tutorial, plataforma)
- Comunidade (grupo no WhatsApp, Discord, etc.)
- Conteúdo relevante (vídeos, dicas, stories)

Atividade: Estratégia de Relacionamento

Responda com o grupo:

- Como vamos criar confiança com nosso público?
- Como manter o interesse depois do primeiro contato?
- Como faremos com que ele queira voltar, recomendar ou participar?

Exercício Integrador

 Montem os blocos do Canvas:

- Segmento de Clientes
- Canais
- Relacionamento com Clientes

 **Use o modelo do Canvas em cartolina ou no mural online da trilha para preencher e colar na sala ou postar no mural virtual do grupo.**

Reflexão Final

“A relação com o cliente não começa na venda. Ela começa no primeiro olhar, no primeiro clique, no primeiro interesse.”

Você não vende só um produto. Você oferece uma experiência completa.

CAPÍTULO 7

Recursos, Parcerias e atividades-Chave

Como fazer seu projeto funcionar na prática

✨ Para refletir

Em 2022, um grupo de alunos desenvolveu a ideia de uma plataforma que conectava estudantes a oportunidades de voluntariado em projetos sociais.

A proposta era incrível, mas na hora de pôr em prática... faltavam algumas respostas:

- Quem seria responsável por atualizar o conteúdo?
- Que tipo de ferramenta seria usada?
- Como manter a plataforma funcionando sem equipe técnica?
- E quem poderia ajudar?

Foi aí que eles entenderam que uma boa ideia só ganha vida com estrutura operacional, organização e parcerias.

🎯 Objetivo

Neste capítulo, você vai aprender a estruturar o “motor” do seu projeto. Isso envolve:

- Entender quais recursos você precisa
- Quais são as tarefas principais que devem ser feitas

E com quem você pode contar como parceiro ou colaborador



Conceitos-Chave (Com Exemplos Reais)

1. Recursos-Chave

São todos os **ativos essenciais** para o projeto funcionar – podem ser físicos, digitais, humanos ou intelectuais.

Tipo de Recurso	Exemplo prático
Recurso Humano	Alunos com talento em design, programação, liderança
Recurso Tecnológico	Computadores, Canva, Google Forms, plataformas de e-commerce
Recurso Físico	Sala, cartolina, microfone, celular, material gráfico
Recurso Financeiro	Verba da escola, apoio de patrocinadores, capital inicial
Recurso Intelectual	Conhecimento técnico, modelo de negócio, identidade da marca

✦ *Dica prática:* Se sua ideia é um podcast jovem sobre inovação, você precisará de: microfones (físico), um roteirista (humano), o Spotify (tecnológico) e um editor com noções de áudio (intelectual).

2. Atividades-Chave

São as **tarefas indispensáveis** para entregar sua proposta de valor.

Exemplos:

- Criar e manter um site
- Fazer postagens nas redes sociais
- Atender clientes ou visitantes
- Criar produtos ou conteúdos
- Monitorar e responder dúvidas
-

✦ *Dica pedagógica:* Não caia na armadilha de listar tarefas genéricas como “trabalhar” ou “organizar”. Seja específico: “*produzir vídeo-tutoriais para Instagram toda segunda-feira*” é uma atividade-chave clara.

3. Parcerias-Chave

São pessoas, instituições ou empresas que **ajudam você a alcançar seus objetivos** de forma mais rápida, barata ou com mais impacto.

Exemplos de parceiros possíveis:

- A escola que cede o espaço e apoio pedagógico
- Um designer que ajuda com a identidade visual
- Uma incubadora local que dá mentoria
- Uma gráfica que imprime o material a preço de custo
- Um canal do YouTube que divulga sua ideia
-

 **Case real:** Em 2023, um grupo de alunos criou uma feira de arte estudantil. Uma gráfica local imprimiu os convites de graça como apoio social — e se tornou parceira estratégica do projeto.

Atividades Práticas

Atividade 1 – Diagnóstico de Recursos do Grupo

Objetivo: Identificar os recursos já disponíveis e os que precisam ser buscados.

Tipo de Recurso	O que temos?	O que falta?	Como conseguir?
Humano	Designer no grupo	Alguém com noção de finanças	Conversar com professores ou mentores
Tecnológico	Celular com câmera	Editor de vídeo	Usar CapCut ou buscar parceiro
Financeiro	Nenhum	R\$ 100 para materiais	Rifa, apoio escolar ou vaquinha

Atividade 2 – Mapeamento de Atividades-Chave

Objetivo: Organizar quem faz o quê, com clareza.

1. Listem no mínimo **5 atividades essenciais** do projeto.
2. Definam a **frequência** (diária, semanal, mensal).
3. Atribuem responsáveis (nome de membros do grupo).

Atividade	Frequência	Responsável
Criar postagens para Instagram	2x por semana	Júlia (comunicação)
Fazer pesquisa de satisfação	Mensal	Rafael (marketing)
Cuidar do estoque	Diário	Manu (logística)

💡 Atividade 3 – Radar de Parcerias

Objetivo: Listar possíveis parceiros e formas de abordagem.

Nome / Instituição	Como pode ajudar?	Forma de contato	Status
Gráfica Criativa	Impressão gratuita	Visita + carta de apoio	Em andamento
ONG local	Divulgação nas redes sociais	Instagram	Confirmado
Startup incubada	Mentoria em pitch	E-mail	A agendar

💡 **Dica prática:** Crie uma carta de apresentação do projeto. Mostre propósito, organização e o impacto positivo da ideia. Isso atrai parceiros com mais facilidade.

🔗 Reflexão Final

“Toda ideia precisa de gente, ferramentas e alianças para sair do papel. Quando você entende o que precisa – e com quem pode contar – começa a construir com base sólida.”

CAPÍTULO 8

Estrutura de Custos e Fontes de Receita

Como equilibrar o que entra e o que sai no seu projeto

✦ Para refletir

O grupo da Helena criou uma oficina de arte com materiais recicláveis para vender quadros feitos pelos próprios alunos.

A proposta era linda e as primeiras vendas foram ótimas. Mas, com o tempo, perceberam que não estavam ganhando nada.

Tinham esquecido de considerar: o custo da tinta, do papelão, da entrega, até o tempo dos integrantes.

Resultado? Trabalharam muito, se esgotaram e quase desistiram.

Foi só quando fizeram um planejamento financeiro simples e realista que tudo mudou.

Neste capítulo, você vai aprender como pensar como um empreendedor de verdade: alguém que ama a ideia e sabe como sustentá-la.

🎯 Objetivo

Desenvolver a visão financeira básica de um negócio:

- Identificar e organizar custos
- Planejar formas de receita
- Calcular o ponto de equilíbrio

Tudo isso usando exemplos reais e ferramentas simples.



Conteúdo Teórico + Exemplos

1. Tipos de Custos

Custos Fixos:

Pagamentos que acontecem mesmo que você não venda nada.

Exemplos:

- Internet
- Aluguel de espaço
- Hospedagem de site
- Licença de software (Canva Pro, por exemplo)
-

Custos Variáveis:

Dependem da quantidade de vendas ou produção.

Exemplos:

- Matéria-prima (papel, tecido, ingredientes)
- Embalagens
- Entregas
- Comissão por venda
-

 *Exemplo real:* Se sua equipe vender pulseiras artesanais, o fio, as miçangas e o fecho são **custos variáveis**. Já o Instagram, o celular e a taxa da plataforma de venda online podem ser **custos fixos**.

2. Fontes de Receita

Como seu projeto vai gerar dinheiro?

Exemplos:

- Venda direta de produtos (camisetas, artes, cadernos personalizados)
- Venda de serviços (fotografia, edição de vídeo, aulas)
- Assinaturas (caixinhas mensais, clube de conteúdo)
- Doações voluntárias
- Parcerias patrocinadas
-

 *Caso real:* Um grupo de alunos criou uma newsletter semanal sobre cultura jovem e conseguiu patrocínio de uma loja local de roupas para “assinar” o conteúdo por 3 meses.

3. Ponto de Equilíbrio (Break Even)

É o **mínimo que você precisa vender para cobrir os custos**.

Depois desse ponto, tudo vira lucro.

📌 Exemplo:

- Seus custos totais por mês: R\$ 300
- Você vende camisetas com lucro de R\$ 20 cada
- Precisa vender **15 camisetas por mês** para “empatar”

Fórmula:

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \text{Custos totais} \div \text{Lucro por unidade}$$

📁 Atividades Práticas (Completa + Guiada)

📁 Atividade 1 – Diagnóstico Financeiro do Projeto

Objetivo: Identificar todos os custos (fixos e variáveis) da ideia.

Tipo de Custo	Descrição	Valor Estimado	Frequência (mensal, único...)
Fixo	Canva Pro para design	R\$ 40,00	Mensal
Variável	Matéria-prima para 20 unidades	R\$ 100,00	Por lote
Variável	Embalagem e entrega	R\$ 5,00/unid.	Por venda
TOTAL		R\$	

🔍 Incluam todos os detalhes, mesmo que pareçam pequenos. Até o tempo de vocês pode ser estimado em valor simbólico.

💰 Atividade 2 – Modelando as Receitas

Objetivo: Definir como o projeto gera receita e quanto pretende arrecadar.

Tipo de Receita	Produto / Serviço	Preço	Lucro por unidade	Quantas vendas por mês?	Receita estimada
Venda direta	Caderno artesanal	R\$ 25	R\$ 15	20	R\$ 500

✦ *Incluam no mínimo 2 tipos de receita diferentes. Pode ser produto e serviço, por exemplo.*

Atividade 3 – Cálculo do Ponto de Equilíbrio

Com base nos custos e lucros por unidade:

- Qual o total de custos do mês?
- Qual é o lucro por unidade vendida?
- Quantas unidades precisam vender para empatar?

 Usem a fórmula abaixo e preencham:

Ponto de equilíbrio = Total de custos ÷ Lucro por unidade

✦ *Exemplo: Se seu custo é R\$ 300 e o lucro é R\$ 15 → precisa vender **20 unidades por mês para empatar.***

 **Dica Extra: Simulem 3 cenários**

1. **Cenário otimista:** vocês vendem mais que o esperado
2. **Cenário realista:** vendas dentro da meta
3. **Cenário pessimista:** vendas abaixo do esperado

 Isso prepara vocês para lidar com **imprevistos financeiros**, comuns em qualquer projeto real.

Reflexão Final

“Cuidar das finanças é cuidar da continuidade do sonho.

O empreendedor que conhece seus números tem mais liberdade para criar.”

CAPÍTULO 9

Co-Criação com Mentores

Como apresentar sua ideia, receber feedback e melhorar com mentoria profissional

✨ Para refletir

Imagine que você tem apenas 5 minutos para apresentar sua ideia para alguém com anos de experiência em negócios.

Essa pessoa já criou, errou, acertou, faturou, quebrou e recomeçou.

E agora ela está ali, de frente com você, pronta para ouvir, analisar, orientar.

O que vocêalaria? Como mostraria o valor da sua ideia?

Esse é o desafio — e a oportunidade — do Encontro com Mentores.

Um momento único onde você para de apenas pensar e começa a construir em colaboração com quem já faz.

🎯 Objetivo

Preparar os alunos para apresentar seu projeto com segurança e clareza, usando os elementos do Business Model Canvas, para receber mentoria prática e estratégica.



Conteúdo e Preparação

✓ O que é uma mentoria?

Mentoria é um processo onde uma pessoa com **experiência prática** compartilha orientações com alguém em fase de desenvolvimento de uma ideia, carreira ou negócio.

O mentor **não dá respostas prontas**. Ele provoca reflexões, faz perguntas inteligentes, compartilha vivências e ajuda a encontrar **novas possibilidades**.

O que os mentores vão analisar?

O mentor pode olhar para:

- Clareza da proposta de valor
- Coerência entre público e canal
- Viabilidade financeira
- Inovação na solução
- Sustentabilidade do modelo
- Potencial de impacto

Ferramenta Central: Business Model Canvas Apresentável

Antes da mentoria, o grupo deve:

1. **Preencher o Canvas completo** com clareza
2. Criar uma **versão visual apresentável** (pode ser no Canva, Google Slides, cartolina, mural digital)
3. Treinar uma **apresentação curta (5 a 7 minutos)** baseada nos blocos

Atividades Práticas

Atividade 1 – Preparação para Apresentar o Modelo de Negócio

Objetivo: Ensaiar e organizar a comunicação da ideia para o mentor.

1. Dividam os blocos do Canvas entre os membros da equipe.

- Ex: João fala sobre o cliente; Maria explica a proposta de valor; Ana apresenta os custos.

Use este **roteiro sugerido para o pitch técnico de mentoria**:

Bloco	O que dizer
Problema/Oportunidade	Qual dor do cliente vocês estão resolvendo?
Proposta de Valor	O que vocês oferecem e por que é único?
Segmento de Clientes	Quem é o público-alvo? (Descrevam com detalhes)
Canais	Como chegam até esse público? Onde ele está?
Relacionamento	Como mantêm conexão e confiança com o cliente?
Receita	Como ganham dinheiro?
Recursos	Do que precisam para funcionar (físico, digital, humano)?
Atividades-Chave	O que fazem diariamente para entregar a proposta?
Parcerias	Quem apoia ou fortalece o projeto?
Custos	Quais os principais gastos e como são geridos?

 Dica: O mentor vai focar mais na clareza e coerência do que na perfeição visual.

Atividade 2 – Dinâmica com os Mentores (Momento ao Vivo)

Durante o encontro com os mentores:

1. Apresentem a ideia com segurança, usando o Canvas como apoio visual.
2. Ao final, deixem 2 minutos reservados para perguntas e dúvidas do mentor.
3. Escutem com atenção — anotem tudo.

 Ferramenta complementar: Ficha de Feedback do Mentor

Entregue ao mentor (impresso ou digital) uma ficha simples para preencher:

Bloco do Canvas	Avaliação (1 a 5)	Observações / Dicas práticas
Proposta de Valor		
Público-Alvo		
Receita e Custos		
Inovação e Diferencial		
Clareza na Apresentação		

Atividade 3 – Implementação de Melhorias

Objetivo: Reavaliar o modelo com base no que foi aprendido.

1. Reúnam o grupo e listem os principais insights recebidos:
 - “O mentor achou nosso público muito amplo.”
 - “Sugestão de usar um canal diferente (TikTok em vez de Instagram).”

1. Escolham 3 **ajustes concretos** para aplicar imediatamente no Canvas:

Bloco a ser ajustado	O que vamos mudar?	Responsável	Prazo

Reflexão Final

“Ouvir alguém que já passou por onde você quer chegar é como enxergar além da neblina.

O mentor não te leva no colo. Mas te mostra onde pisar com mais firmeza.”

Recursos Extras (sugestão para professores)

-  Modelo de ficha para os mentores darem feedbacks estruturados
-  Vídeo curto com orientações de como se portar numa apresentação
-  Modelo de pitch no Canva com visual simples, para alunos preencherem

CAPÍTULO 10

Identidade e Comunicação

Como transformar sua ideia em uma marca que conecta e engaja

✦ Para refletir

Você já comprou um produto só porque achou a embalagem bonita ou o nome interessante?

Ou seguiu uma página no Instagram só porque ela tinha uma vibe que parecia com você?

A forma como uma marca se apresenta ao mundo diz muito sobre sua essência — e atrai (ou afasta) as pessoas certas.

Neste capítulo, você vai aprender a transformar sua ideia em uma marca viva, com nome, rosto, tom de voz e personalidade própria.

Porque ideias vendem... mas marcas conectam.

🎯 Objetivo

Desenvolver a identidade da empresa e seus canais de comunicação, trabalhando:

- Nome da empresa
- Logomarca
- Presença digital (site e Instagram)
- Tom de voz e estilo de comunicação

Estética e identidade visual



🔥 1. Nome da Empresa

Um bom nome deve ser:

- Memorável
- Autêntico
- Relacionado à proposta de valor
- Fácil de escrever e falar

🔍 Exemplos reais:

- **Boca de Rua** – jornal feito por moradores em situação de rua
- **Descola** – plataforma de cursos criativos
- **Meninas Negras em Ação** – coletivo jovem com foco em equidade racial

📌 Dica prática:

- Evite nomes genéricos como “Inovar Jr.” ou “Start Empreendimentos”
- Brinque com metáforas, gírias, siglas, junções de palavras

🎨 2. Logomarca e Identidade Visual

Elementos importantes:

- Ícone / símbolo
- Tipografia (fonte)
- Paleta de cores
- Elementos gráficos complementares

🔍 Exemplo prático:

Se a marca é sobre educação ambiental, pode ter tons de verde, símbolo de folha ou gota, tipografia orgânica.

📌 Ferramentas recomendadas:

- **Canva.com** (fácil, gratuito, templates prontos)
- **Looka** (gerador de logotipo com IA)
- **Color Hunt** (para escolher paletas de cores)

🌐 3. Presença Digital

Todo projeto precisa de um **lugar para morar na internet**. Os mais básicos:

- **Google Sites / WebSim / Wix** – para criar sites gratuitos e rápidos
 - **Instagram** – canal principal de conteúdo e relacionamento
 - **Linktree** – para reunir vários links num só
-

📌 Dica:

- Escolha no mínimo 2 canais (ex.: Instagram + site)
- Tenha **uma bio atrativa** e visual coerente nas postagens

🧠 4. Linguagem de Comunicação

A linguagem da sua marca precisa refletir seu público e seus valores. Pode ser:

- Jovem e divertida
- Séria e confiável
- Criativa e ousada
- Regional, afetuosa, poética...

📌 Exemplo:

Uma empresa de camisetas com frases feitas por alunos pode usar uma linguagem leve, cheia de memes e gírias atuais:

“Você pensa, a gente estampa!”

🎨 Atividades Criativas e Estratégicas

🧠 Atividade 1 – Criação do Nome da Empresa

1. Façam um brainstorm com palavras ligadas à ideia.
2. Combinem, brinquem, inventem.
3. Escolham os 3 nomes favoritos e testem com amigos.
4. Definam o nome oficial da empresa e escrevam o significado por trás dele.

🎨 Atividade 2 – Construção da Identidade Visual

1. Escolham 2 cores principais e 1 cor de destaque.
2. Escolham a fonte que será usada na comunicação.
3. Criem o logotipo no Canva (ou outra ferramenta).
4. Apliquem a identidade em pelo menos 2 materiais (ex: post, cartão, banner digital).

📱 Atividade 3 – Criação do Instagram da Marca

1. Criem o perfil da empresa (bio + @nome).
2. Elaborem os primeiros 3 posts:
 - Apresentação da marca
 - Propósito ou causa
 - Produto / serviço

1. Definam o tom de voz e estilo visual dos posts.

📌 Desafio bônus: Criar 1 Reels com teaser do projeto (até 30s)

Atividade 4 – Mini Site ou Página de Apresentação

Usando Google Sites, WebSim ou Canva:

1. Estructure:

- Página inicial (quem somos)
- Produto/serviço
- Contato

1. Incluem:

- Logo
- Descrição breve
- Link para o Instagram

Reflexão Final

“O que você diz sobre seu projeto é importante.

Mas como você diz — e como isso faz as pessoas se sentirem — é o que constrói uma marca de verdade.”

CAPÍTULO 11

Prototipagem (Parte 1)

Transformando sua ideia em um site interativo com propósito

✦ Para refletir

Até aqui, vocês sonharam, pensaram, pesquisaram, organizaram e construíram o negócio em papel.

Mas agora, chegou o momento de fazer isso aparecer para o mundo.

O site será o “cartão de visita digital” da empresa de vocês. Ele não é só bonito. Ele reflete a alma da marca, sua promessa, sua proposta de valor. Quem acessa precisa entender em poucos segundos:

- O que é essa empresa?
- Para quem ela existe?
- Por que ela é diferente?
- E como posso fazer parte?

@ Objetivo

Guiar os alunos na criação de um site interativo no WebSim (ou similar), que traduza visualmente o modelo de negócio da empresa, incluindo:

- Proposta de valor
- Solução apresentada
- Público-alvo
- Diferenciais
- Identidade visual e comunicação



Conteúdo e Orientações

O que é um protótipo digital?

Um **protótipo digital** é uma representação visual (ainda em fase inicial) de como será o produto, serviço ou experiência do usuário com o negócio.

No caso da Trilha JEC, é a criação de um **site funcional** que:

- Mostra o projeto de forma clara e atrativa
- Comunica o valor da marca
- Gera conexão com o público-alvo
- Pode ser usado para apresentar a ideia a investidores, parceiros e na Feira de Negócios

Ferramenta sugerida: WebSim

O WebSim permite criar sites de maneira intuitiva, com foco em protótipos educativos e startups. Se não estiver disponível, também podem usar:

- Google Sites
- Wix (plano gratuito)
- Notion (para páginas simples)
- Canva (modelo de site)

Atividades Práticas e Guiadas

Atividade 1 – Mapeamento do Conteúdo do Site

Antes de criar o site, respondam com o grupo:

1. O que queremos que o visitante entenda nos primeiros 10 segundos?
2. Qual ação queremos que ele tome? (comprar, seguir, apoiar...)
3. Como vamos mostrar nosso diferencial de forma visual?

Atividade 2 – Estruturação do Site (Mapa das Seções)

Criem um mapa com as seções do site, como:

Seção	O que vai conter?
Página Inicial	Frase de impacto + imagem + botão de ação
Sobre Nós	Missão, visão, quem somos, por que existimos
Produto ou Serviço	O que oferecemos, fotos, descrições, preços
Nosso Público	Quem atendemos e por quê
Contato	Formulário, e-mail, Instagram, localização
Diferenciais	O que nos torna únicos, depoimentos, resultados

Atividade 3 – Design e Conteúdo Visual **Criem os elementos visuais para o site:**

- Logotipo em destaque
- Frase-chave (slogan ou chamada principal)
- Cores da marca aplicadas no site
- Fontes padronizadas
- Imagens próprias ou do projeto (evitar imagens genéricas)

Atividade 4 – Escrevendo com propósito (copy para o site)

Frases essenciais que precisam estar no site:

- **Frase de abertura impactante**
 - Transformamos ideias jovens em soluções criativas para o futuro.”
- **Texto explicativo do projeto (em até 3 parágrafos)**
 - Quem somos, o que fazemos, por que fazemos.
- **Descrição de produtos ou serviços com foco em benefício**
 - Cadernos artesanais feitos por jovens criadores, com impacto social real.”
- **Chamada para ação (CTA)**
 - “Siga nosso Instagram e acompanhe as novidades!”
 - Clique e apoie nosso projeto!”
 - Entre em contato e participe!”

Atividade 5 – Criar e Publicar o Site

- Acessem a plataforma escolhida
- Escolham um template ou estrutura limpa
- Apliquem todos os elementos definidos
- Revistem e publiquem
- Salvem o **link oficial da empresa**

Desafio extra:

Incluam um pequeno **formulário de contato ou pré-cadastro de interesse** no final da página.

Reflexão Final

“Ideias ganham força quando são bem comunicadas.

O site é o espelho da sua marca no mundo digital – ele fala por vocês, mesmo quando ninguém está apresentando.”

CAPÍTULO 12

Prototipagem (Parte 2)

Testar, apresentar, ouvir e melhorar

★ Para refletir

Uma boa ideia sem testes é só um palpite.

Imagine se a Apple lançasse um iPhone sem testar. Ou se um restaurante abrisse sem experimentar os pratos antes.

O que vocês têm agora é o esboço digital do negócio de vocês. E agora é hora de colocar isso diante das pessoas para entender o que funciona, o que emociona e o que precisa ser ajustado.

🎯 Objetivo

Finalizar o site da empresa criado no WebSim (ou similar), apresentá-lo para mentores e potenciais usuários, coletar feedback real e aplicar melhorias, garantindo clareza, coerência e impacto.



Etapas do Processo

1. Finalização e Revisão do Site

Antes de apresentar, o grupo deve revisar o site com atenção. Use essa checklist:

Item	Status (✓ ou ✗)	Observações
Logo aplicado corretamente		
Frase principal clara		
Descrição da empresa		
Produtos/serviços visíveis		
Canais de contato ativos		
Responsividade (celular)		

 **Dica:** Verifique se o site funciona bem no celular, pois muitos visitantes acessarão por ele.

2. Apresentação para Mentores e Usuários

Agora é hora de **mostrar o protótipo**:

- Façam uma breve introdução (quem somos, o que fazemos)
- Mostrem o site ao vivo, navegando pelas seções
- Destaquem: proposta de valor, diferencial, visual e linguagem
- Permitam que os mentores “explorem” e façam perguntas

 **Dica:** Se possível, **grave o momento** para revisar depois com o grupo.

Atividade – Roteiro de Apresentação do Site

Monte um roteiro para o momento de apresentação:

1. **Boas-vindas e propósito do projeto** (1 min)
2. **Quem é o público e qual é a dor/problema resolvido** (1 min)
3. **Demonstração do site** (3–5 min)
4. **Convite à interação (CTA + rede social)** (1 min)
5. **Momento de perguntas e feedbacks** (tempo livre)

3. Coleta de Feedback

Utilizem uma **ficha de feedback estruturada**, como essa:

Ficha de Avaliação do Site (para mentores e usuários)

Critério	Nota (1 a 5)	Comentários
Clareza da proposta de valor		
Organização do conteúdo		
Estética e identidade visual		
Adequação ao público-alvo		
Facilidade de navegação		
Chamada para ação (CTA) eficaz		
Impressão geral		

 Dica: Reúna **pelo menos 3 avaliações externas** para ter base sólida de análise.

4. Implementação de Melhorias

Após analisar os feedbacks:

1. Escolham **as 3 mudanças mais importantes** a serem feitas.
2. Dividam tarefas e atualizem o site.
3. Documentem as mudanças (antes/depois).

Melhoria aplicada	Por quê? (baseada em feedback de...)	Quem executou?	Data
Ex: Mudança na cor do botão	Mentores disseram que estava pouco visível	Lucas	05/05

Reflexão Final

“Empreender não é acertar de primeira. É aprender rápido, melhorar sempre e crescer com cada conversa.”

Com o site finalizado e validado, vocês têm agora **um projeto pronto para ser apresentado com confiança.**

CAPÍTULO 13

Preparação para o Pitch

Como apresentar sua ideia de forma clara, confiante e memorável

✦ Para refletir

Imagine que você tem 5 minutos para fazer alguém acreditar na sua ideia.

Pode ser um investidor, um professor, um cliente, um parceiro.

O que você diria?

Como você diria?

Empreender também é vender ideias — com emoção, clareza, estratégia e verdade.

Esse é o desafio (e a beleza) de um bom pitch.

🎯 Objetivo

Ensinar os alunos a construir e apresentar um pitch completo, envolvente e alinhado ao modelo de negócio e ao protótipo criado, com foco em:

- Estrutura lógica e envolvente
- Comunicação clara e empática
- Uso do site como apoio visual
- Distribuição de falas e tempo entre os membros do grupo



O que é um Pitch?

Um pitch é uma apresentação rápida, direta e estratégica da sua ideia, com o objetivo de gerar interesse, apoio ou investimento.

É como um trailer de um filme: mostra o melhor da ideia, sem contar tudo.

Tipos de pitch:

- Elevator Pitch: até 1 min, só fala o essencial
- Pitch de Apresentação: 4 a 7 min, com slides ou apoio visual
- Pitch para Mentoria ou Avaliação: inclui dados, protótipo e próximos passos
-  Na Trilha JEC, vocês farão um Pitch de Apresentação Completa baseado no Canvas + protótipo.

Estrutura Recomendada do Pitch (baseado no Canvas)

Duração total sugerida: 5 a 7 minutos

Bloco	O que deve ser dito	Tempo sugerido
1. Abertura	Frase de impacto, nome da empresa, visão geral	30 seg
2. Problema	Qual dor ou necessidade vocês identificaram	30 seg
3. Solução	Qual é a proposta de valor de vocês	1 min
4. Cliente	Quem é o público-alvo (persona, comportamento, contexto)	30 seg
5. Produto/Serviço	Mostrem o protótipo/site e o que entregam	1 min
6. Modelo de Receita	Como ganham dinheiro	30 seg
7. Diferenciais	Por que são únicos? Por que alguém escolheria vocês?	30 seg
8. Parcerias e futuro	Quem apoia e o que vem pela frente	30 seg
9. Encerramento	Chamada à ação + agradecimento	30 seg

Dicas de Comunicação e Oratória

Antes de Falar: Planejamento Estratégico

- **Escolham quem vai falar o quê** (distribuam os blocos)
 - Usem **um slide de apoio** (Canva, Google Apresentações ou mural físico)
 - Treinem o **uso do site como apoio** (ex: "como você pode ver aqui na seção inicial do nosso site...")
-

Durante a Apresentação: Presença de Palco

Voz e ritmo:

- Fale com energia, articule bem as palavras
- Varie o tom da voz para manter o interesse
- Evite falar rápido demais (respira!)

Expressão corporal:

- Faça contato visual com a plateia
- Use gestos naturais, mas evite movimentos repetitivos
- Mantenha postura firme (sem cruzar braços ou esconder as mãos)

Postura emocional:

- Acredite na sua ideia — a paixão é contagiante
- Sorria, mesmo quando estiver nervoso
- Encare o público como uma conversa, não como um “julgamento”

Linguagem estratégica:

Evite:

- ❌ “A gente pensou em fazer alguma coisa assim...”
- ❌ “Bom, não sei se ficou claro...”
- ❌ “É meio complicado, mas...”

Prefira:

- ✅ “Nossa solução foi pensada para resolver...”
- ✅ “Esse é nosso diferencial...”
- ✅ “Nosso site mostra exatamente como...”

Atividades Práticas

Atividade 1 – Montando o Pitch

1. Usem a estrutura acima para criar o roteiro completo da apresentação
2. Escrevam cada parte (1 parágrafo por bloco)
3. Dividam as falas entre os membros

Atividade 2 – Ensaio com Feedback

- Ensaio 1: apenas entre o grupo
 - Ensaio 2: apresentem para outro grupo da trilha (troca de feedback)
 - Ensaio 3: apresentem para um educador ou mentor
-

Ficha de feedback para ensaio:

Critério	Nota (1 a 5)	Comentário
Clareza das ideias		
Segurança na fala		
Uso do tempo adequado		
Integração com o site		
Criatividade e originalidade		

Reflexão Final

“Uma boa ideia precisa de uma boa história.

E o pitch é o momento de contar essa história com clareza, paixão e propósito.”

CAPÍTULO 14

Feira de Negócios & Formatura Final

O momento de brilhar: mostrar sua empresa para o mundo

✦ Para refletir

Foram meses de jornada.

Vocês mergulharam em quem são, criaram em grupo, validaram ideias, construíram marcas, apresentaram pitches, montaram um site e ouviram feedbacks valiosos.

Agora, chegou o momento de transformar tudo isso em uma celebração.

A Feira de Negócios é mais que um evento. É o palco onde suas ideias encontram o mundo real.

Onde profissionais do mercado, da academia, do setor público e seus familiares estarão de frente para vocês, prontos para escutar, se encantar e reconhecer o valor do que criaram.

🎯 Objetivo

Apresentar os projetos desenvolvidos na Trilha para uma banca avaliadora multidisciplinar, em um evento final que culmina com a formatura e premiação, oferecendo:

- *Reconhecimento público do trabalho dos alunos*
 - *Feedback estratégico de especialistas*
- Seleção das 3 equipes finalistas para a Incubadora de Talentos do Porão Criativo*



Sobre a Feira de Negócios

O QUE É?

A Feira de Negócios é o **evento final da Trilha JEC**, onde os grupos montam estandes com seus projetos e apresentam suas empresas para uma **banca de avaliação profissional** e para toda a comunidade escolar.

PARA QUEM?

- **Banca Avaliadora:** formada por representantes do setor público, iniciativa privada e acadêmicos
- **Convidados:** familiares, colegas de escola, educadores, mentores, comunidade em geral

O QUE ESTÁ EM JOGO?

- **Diploma oficial de Jovem Empreendedor Criativo**
- **Premiação simbólica e reconhecimento público**
- **Seleção para a Incubadora de Talentos do Porão Criativo:**
 - Apoio real para transformar a ideia em negócio
 - Mentorias avançadas
 - Acesso a redes e oportunidades

Preparação para a Feira

Organização do Estande

Cada grupo terá um espaço para:

- Expor seu **protótipo ou produto**
- Exibir **materiais visuais** (banner, cartaz, notebook com site, QR Code para Instagram ou site)
- Receber os avaliadores e apresentar o projeto com clareza

Apresentação

Duração sugerida: **5 a 7 minutos por grupo**, com mais **5 minutos para perguntas da banca**.

Use o pitch ensaiado no Capítulo 13, mas agora com **mais emoção e presença física** no espaço.

Instrumento de Avaliação Oficial da Feira (Para a Banca)

Nome da equipe: _____

Nome do projeto/empresa: _____

Critério	Peso	Nota (1 a 5)	Comentário do Avaliador
Clareza da proposta de valor	2		
Inovação e originalidade da solução	2		
Coerência entre público, produto e canal	2		
Apresentação visual e estética (site e estande)	1,5		
Oratória e postura na apresentação	1,5		
Potencial de impacto ou escalabilidade	2		
Viabilidade (recursos, receita, estrutura)	2		
Engajamento do grupo e espírito empreendedor	2		

TOTAL (de 10 a 50 pontos): _____

✓ Os **3 projetos com maior pontuação geral** serão selecionados para a **Incubadora**.

✓ A banca também poderá indicar **menções honrosas** por criatividade, impacto social, ou comunicação.

A Formatura – Momento de Celebração

Após as apresentações:

 Todos os participantes recebem:

- **Diploma de Jovem Empreendedor Criativo**
- Reconhecimento individual e em grupo
- Aplausos e palavras dos mentores, organizadores e parceiros

 Os 3 finalistas sobem ao palco para:

- Receber o prêmio simbólico e convite para a **Incubadora de Talentos**
- Falar brevemente sobre a jornada e o que esperam para o futuro
-

 Um aluno ou aluna será convidado para um discurso final representando a turma.

Reflexão Final

“Essa é a linha de chegada... e o ponto de partida.

Vocês agora são criadores, líderes, agentes de mudança.

Mostraram que com propósito, estratégia e colaboração, qualquer jovem pode transformar ideias em impacto real.”

Dicas Finais para o Dia do Evento

- Cheguem cedo para organizar o estande
 - Levem notebook carregado, celular com internet, QR code impresso
 - Ensaiem o pitch no espaço real
 - Usem camisetas ou algum símbolo visual do grupo (uniforme ou acessório)
 - SORRIAM! Vocês chegaram até aqui! 😊
-

CONTATO



porão
trilhas

Rua Silva Jardim, 1900
Santa Maria - RS
Fone: (55) 32141697

@porao_criativo
www.poraocriativo.com.br