



# MENTORINGCARD

CARTÕES PARA AUXILIAR PLANEJAMENTOS DE NEGÓCIOS

# PROBLEMATIZAÇÃO

- Processo de desenvolvimento de novos negócios;
- Falta do conhecimento das técnicas de inicialização de negócios;
- Aplicações de ações exatas para determinado mercado;
- Problemas na hora de validar novos produtos e serviços;
- Ferramentas existentes mais acessíveis são bastante robustos e complexos;
- Dificuldades no planejamento e perda de tempo.



**Como o Design Gráfico pode auxiliar o desenvolvimento de processos que orientem negócios a partir de metodologias e estratégias de ação em startups?**

# OBJETIVOS

## Geral

Elaborar um projeto de design editorial como ferramenta para planejamento de startups.

## Específicos

- Pesquisar sobre as metodologias: *Customer Development*, *Lean Startup*, *Running Lean*, e sobre gamificação e suas aplicações;
- Verificar as principais ferramentas e métodos para validar ideias de negócios nos processos *Customer Development*, *Lean Startup* e *Running Lean*;
- Aplicar os princípios da gamificação e do *design* editorial.

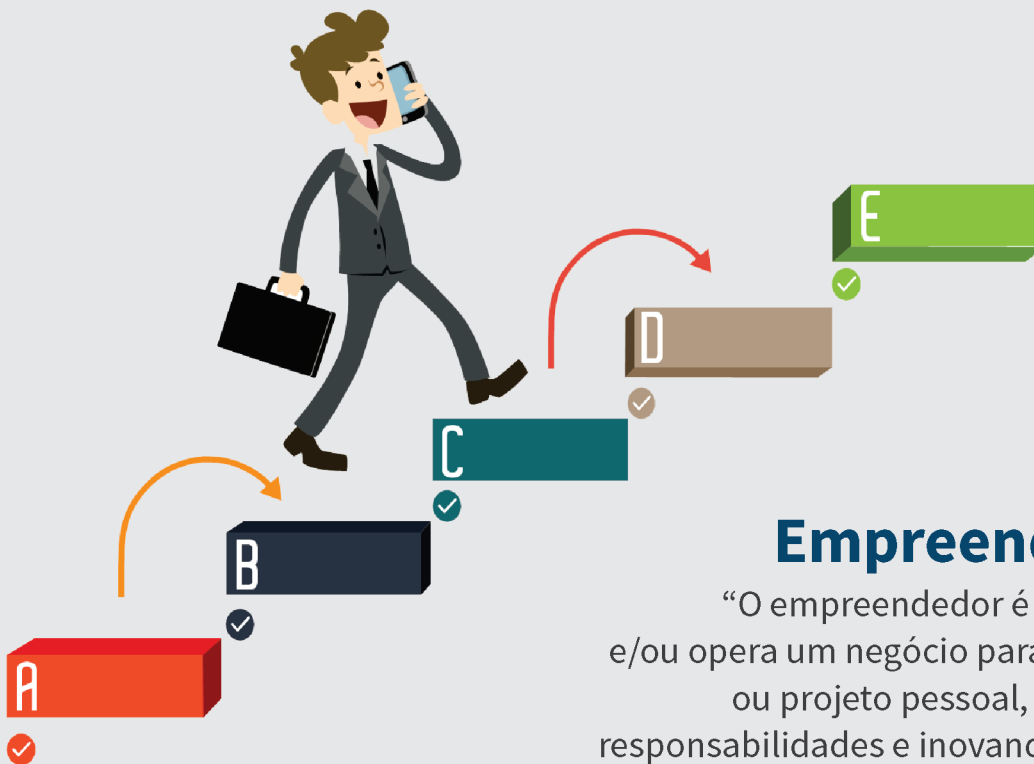


# JUSTIFICATIVA



- Cenário econômico brasileiro;
- Aumento do número e nível do empreendedor;
- Melhorar o planejamento e orientações das ações;
- Necessidades:
  - Projeto que auxilia e leva conhecimento ao setor empreendedor;
  - Maior interação e trocas de conhecimento em rodadas de empreendedores e afins;
  - Gerar e disseminação de conhecimento e experiências.

# REFERENCIAL TEÓRICO



## Empreendedorismo

“O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

(CHIAVENATO, 2005)

# REFERENCIAL TEÓRICO

## - *Customer Development*

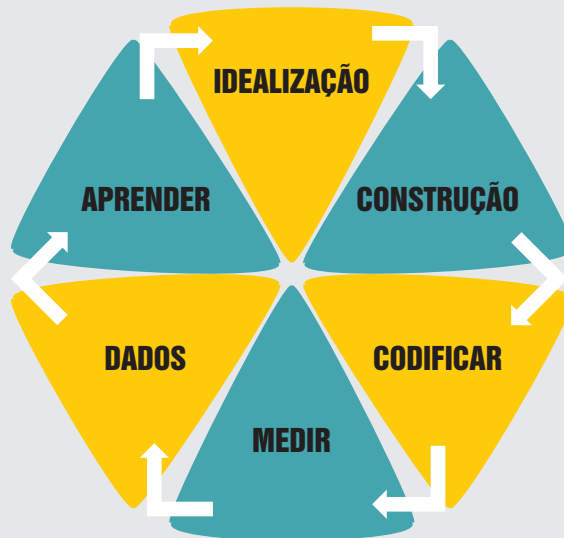
"A solução do problema ao qual o cliente dá mais valor, ou seja, onde há dor no cliente, com uma combinação de menor custo, tempo, recursos humanos e capital, são essenciais no mercado, mas que dependendo da forma em estudo pode levar tempo e dinheiro. (BLANK, 2012)



# REFERENCIAL TEÓRICO

## - *Lean Startup*







"O sucesso de inicialização podem ser projetado seguindo o processo, o que significa que pode ser aprendido, o que significa que pode ser ensinado." (RIES, 2012)



# REFERENCIAL TEÓRICO

## - *Running Lean*

"A maioria dos empresários começa com uma forte visão inicial e um plano A para realizar essa visão. Infelizmente, a maioria dos planos não funcionam, cerca de 90% destes não dão certos e 66% mudam drasticamente seus planos originais." (MAURYA, 2011)

|   |   |  |   |   |
|---|---|--|---|---|
| <p><b>Parcerias Chave</b> </p> <p>Qual são suas parcerias chave?<br/>         Qual são seus fornecedores chave?<br/>         Qual empresa é sua distribuidora de produtos?<br/>         Qual atividade é sua "parceira" mais parcerias?<br/>         Como você avalia...</p> | <p><b>Atividades Chave</b> </p> <p>Qual atividade é mais importante para a entrega de valor?<br/>         Quais canais de distribuição?<br/>         Quais são os canais?<br/>         Quais são os canais?</p>  | <p><b>Proposta de valor</b> </p> <p>Qual valor propõe entregar ao cliente ideal?<br/>         Qual problema de maior dor para o cliente ideal?<br/>         Qual benefício de maior valor para o cliente ideal?<br/>         Qual o diferencial dos demais concorrentes?<br/>         Como você entrega esse valor ao cliente ideal?<br/>         Como você entrega esse valor ao cliente ideal?</p> | <p><b>Relações com clientes</b> </p> <p>Qual é o modelo de relacionamento com o cliente ideal?<br/>         Qual é o modelo de relacionamento com o cliente ideal?<br/>         Qual é o modelo de relacionamento com o cliente ideal?<br/>         Como você entrega esse valor ao cliente ideal?<br/>         Como você entrega esse valor ao cliente ideal?</p> | <p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Para quem estamos criando?<br/>         Qual é o modelo de negócio mais importante?<br/>         Qual é o modelo de negócio mais importante?<br/>         Qual é o modelo de negócio mais importante?</p> |
| <p><b>Estrutura de custos</b></p> <p>Qual são os custos mais importantes para a entrega de valor?<br/>         Qual são os custos mais importantes para a entrega de valor?<br/>         Qual são os custos mais importantes para a entrega de valor?</p>   | <p><b>Fontes de renda</b> </p> <p>Por que o cliente está disposto a pagar mais dinheiro?<br/>         Por que o cliente está disposto a pagar mais dinheiro?<br/>         Como você entrega esse valor?<br/>         Como você entrega esse valor?<br/>         Quanto ganhar em diferentes fontes de renda ao longo do tempo?</p> |  |   |   |



# REFERENCIAL TEÓRICO

## O lúdico no aprendizado

## Andragogia

## Design Gráfico

“Design é um processo, com intuito de solucionar uma série de questões, no propósito de melhorar a vida e o meio, o design cria, recria e melhora similares do mercado. O processo de pesquisa e sua validação ou experimentação, exige muito esforço e dedicação, para assim por fim, a realização de um projeto bem definido e delimitado, finalizando o processo.” (BERSEN, 1995)

- Design Instrucional
- Design Editorial



# REFERENCIAL TEÓRICO

## - Design Editorial

“Cabe ao designer intervir na realidade com atos projetuais, superando as dificuldades e não se contentando apenas com uma postura crítica frente à realidade e persistindo nessa posição. Afinal, projetar, introduzindo as mudanças necessárias, significar ter a predisposição de mudar a realidade sem se distanciar dela.” (BONSIEPE, 2011)

### -- Tipografia

### -- Grids

### -- Espaçamentos (*Kerning e Tracking*)

### -- Cores

### -- Sistema de cores para aplicação



# REFERENCIAL TEÓRICO

- **Elementos da Linguagem Visual**
- **Semiótica**
- **Material**
- **Gamificação**

“Os mecanismos encontrados em jogos funcionam como um motor motivacional do indivíduo, contribuindo para o engajamento deste nos mais variados aspectos e ambientes. Para os autores, o engajamento é definido pelo período de tempo em que o indivíduo tem grande quantidade de conexões com outra pessoa ou ambiente.”  
(ZICHERMANN; CUNNINGHAM, 2011, apud FADEL, [et al.] 2014, p. 13).

- **Jogos de tabuleiro**



# METODOLOGIAS

## Metodologia Científica

"É necessário que o projeto esclareça como se processará a pesquisa, quais as etapas que serão desenvolvidas e quais os recursos que devem ser alocados para atingir seus objetivos. É necessário, também, que o projeto seja suficientemente detalhado para proporcionar a avaliação do processo de pesquisa." (GIL, 2002)

### ANÁLISE QUALITATIVA

- Redução dos dados
- Categorização dos dados
- Interpretação dos dados
- Gerar relatórios



# METODOLOGIAS

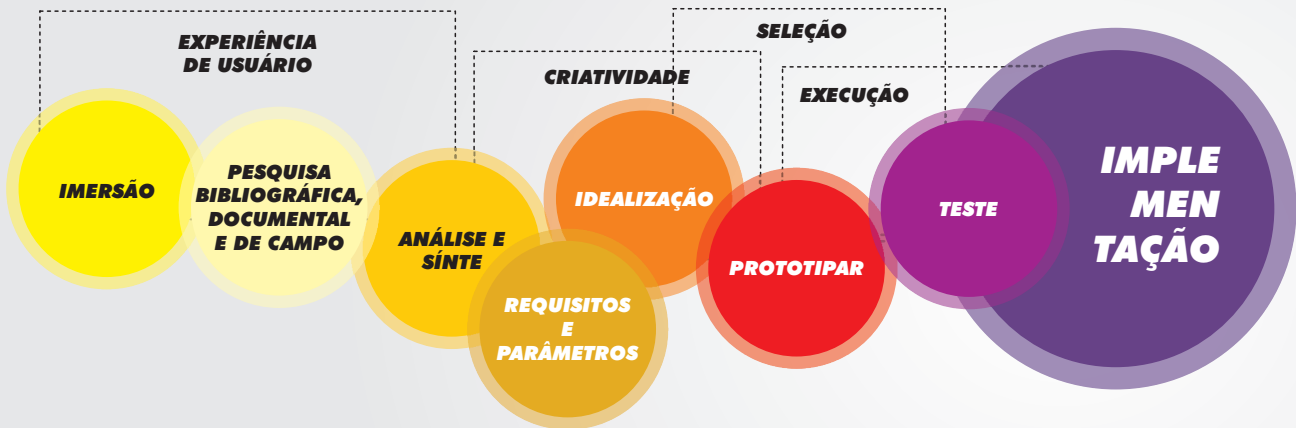
## Metodologia Projetual

"*Design Thinking* se refere à maneira do designer de pensar, que utiliza um tipo de raciocínio pouco convencional no meio empresarial, o pensamento abduutivo. Nesse tipo de pensamento, busca-se formular questionamentos através da apreensão ou compreensão dos fenômenos, ou seja, são formuladas perguntas a serem respondidas a partir das informações coletadas durante a observação do universo que permeia o problema. Assim, ao pensar de maneira abduativa, a solução não é derivada do problema: ela se encaixa nele." (VIANNA, VIANNA, ADLER, LUCENA, RUSSO, 2012)



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual



*Design Thinking estendido pela Stanford University Institute of Design (2012), adaptado.*

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Imersão
- Pesquisa de campo



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Análise e Síntese



| PROJETO SIMILAR 1                |      |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 4         | 4         | 5         | 26    |
| Tipografia                       | 2    | 3         | 4         | 5         | 24    |
| Organização Informacional        | 3    | 4         | 4         | 4         | 36    |
| Interatividade                   | 3    | 2         | 5         | 5         | 36    |
| Estética agradável               | 3    | 3         | 5         | 4         | 36    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 5         | 4         | 5         | 42    |
| Material                         | 1    | 4         | 4         | 4         | 12    |
| Dimensões                        | 1    | 5         | 4         | 4         | 13    |
| Acabamento                       | 1    | 4         | 4         | 4         | 12    |
| Impressão                        | 1    | 4         | 4         | 3         | 11    |



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Análise e Síntese



| PROJETO SIMILAR 2                |      |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 3         | 2         | 4         | 18    |
| Tipografia                       | 2    | 3         | 1         | 2         | 12    |
| Organização Informacional        | 3    | 2         | 3         | 2         | 21    |
| Interatividade                   | 3    | 4         | 4         | 3         | 33    |
| Estética agradável               | 3    | 2         | 3         | 4         | 27    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 4         | 3         | 3         | 30    |
| Material                         | 1    | 3         | 4         | 2         | 9     |
| Dimensões                        | 1    | 3         | 3         | 2         | 8     |
| Acabamento                       | 1    | 4         | 2         | 4         | 10    |
| Impressão                        | 1    | 3         | 3         | 3         | 9     |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Análise e Síntese



| PROJETO SIMILAR 3                |      |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 1         | 5         | 1         | 14    |
| Tipografia                       | 2    | 3         | 4         | 4         | 22    |
| Organização Informacional        | 3    | 3         | 4         | 5         | 36    |
| Interatividade                   | 3    | 3         | 4         | 1         | 24    |
| Estética agradável               | 3    | 3         | 4         | 3         | 30    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 4         | 4         | 2         | 30    |
| Material                         | 1    | 4         | 3         | 4         | 11    |
| Dimensões                        | 1    | 5         | 4         | 4         | 13    |
| Acabamento                       | 1    | 4         | 4         | 4         | 12    |
| Impressão                        | 1    | 4         | 3         | 3         | 10    |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Requisitos e Parâmetros

| DOS CARTÕES                      |   |
|----------------------------------|---|
| Cores                            | Combinações de cores trazendo elegância e a sensação de unidade e coerência, neutras, passando credibilidade e informação necessária, layout limpo. |
| Tipografia                       | Trabalhar uma família sem serifa com no máximo 3 variações  |
| Organização Informacional        | Aplicação da arquitetura de informação para organização do conteúdo   |
| Interatividade                   | O usuário deve ter a percepção da simplicidade e auto explicação  |
| Estética agradável               | Cores sóbrias, elementos simples e de fácil pregnância. Tendo relevância o público alvo.  |
| Elementos de fácil identificação | O uso de ícones para identificar informações casuais e seções da área. Cartas numeradas.  |
| Material                         | PVC de 5mm de espessura   |
| Dimensões                        | Tamanho 54mm X 85mm   |
| Acabamento                       | Cantos arredondados com laminação cristal   |
| Impressão                        | Impressão à laser sobre a placa de PVC e então haverá o corte necessário, não havendo rebarba   |

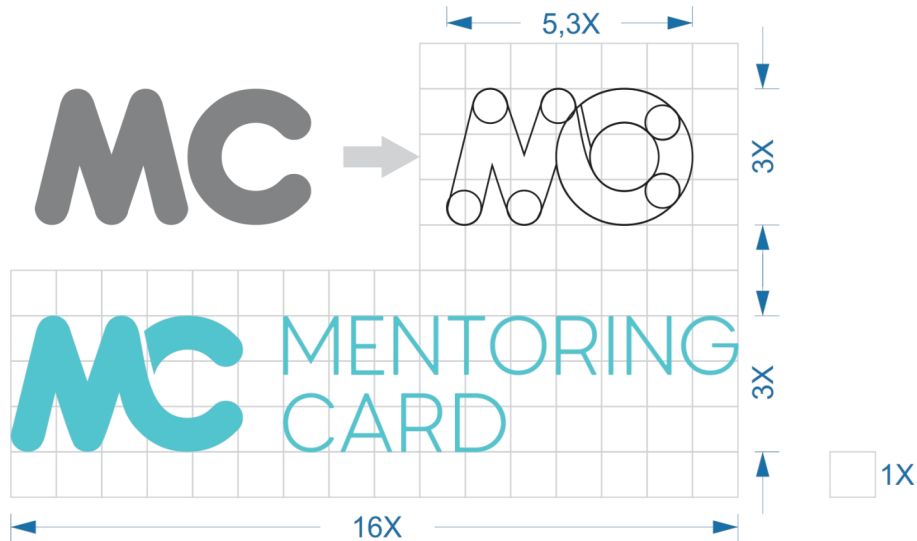
  

| DO TABULEIRO                     |   |
|----------------------------------|---|
| Cores                            | Combinações de cores trazendo elegância e a sensação de unidade e coerência, neutras, passando credibilidade e informação necessária, layout limpo. |
| Tipografia                       | Trabalhar uma família sem serifa com no máximo 3 variações.   |
| Organização Informacional        | Aplicação da arquitetura de informação para organização do conteúdo. Instruções de uso no verso.  |
| Interatividade                   | O usuário deve ter a percepção da simplicidade e auto explicação  |
| Estética agradável               | Cores sóbrias, elementos simples e de fácil pregnância. Tendo relevância o público alvo.  |
| Elementos de fácil identificação | O uso de ícones e espaços para identificar o uso dos cartões no local.  |
| Material                         | PVC cristal com 7,6mm de espessura  |
| Dimensões                        | Tamanho 300mm X 450mm   |
| Acabamento                       | Deve ser livre de rebarbas, com laminação   |
| Impressão                        | Impressão à laser sobre a placa de PVC e então haverá o corte necessário, frente colorida e verso preto e branco                                    |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetal

- Marca



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Idealização

#### PROPOSTA CARD 1



**2**  


Metodologia  
Running Lean  
**PARCEIROS CHAVE**

**O QUE É?**  
Visa descrever a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é aconselhável deixar todos os recursos e atividade chaves com os parceiros para não criar dependência ou redundâncias.

**2**  


**MC** MENTORING  
CARD

| PROPOSTA CARTÃO 1                |      |           |           |           |           |           |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | USUÁRIO 4 | TOTAL     |
| Cores                            | 2    | 5         | 4         | 3         | 5         | <b>34</b> |
| Tipografia                       | 2    | 5         | 5         | 4         | 5         | <b>38</b> |
| Organização Informacional        | 3    | 3         | 4         | 4         | 5         | <b>48</b> |
| Interatividade                   | 3    | 4         | 4         | 4         | 3         | <b>45</b> |
| Estética agradável               | 3    | 5         | 5         | 4         | 5         | <b>57</b> |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 5         | 5         | 4         | 4         | <b>54</b> |
| TOTAL                            |      | 27        | 27        | 23        | 27        |           |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Idealização

#### PROPOSTA CARD 2



**2**

Metodologia Running Lean  
**PARCEIROS CHAVE**

**O QUE É?**  
Visa descrever a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é aconselhável deixar todos os recursos e atividade chaves com os parceiros para não criar dependência ou redundâncias.

**2**

**MC** MENTORING CARD

| PROPOSTA CARTÃO 2                |      |           |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | USUÁRIO 4 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 3         | 3         | 4         | 5         | 30    |
| Tipografia                       | 2    | 5         | 4         | 4         | 5         | 36    |
| Organização Informacional        | 3    | 4         | 4         | 5         | 5         | 54    |
| Interatividade                   | 3    | 4         | 4         | 4         | 3         | 45    |
| Estética agradável               | 3    | 5         | 4         | 4         | 5         | 54    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 4         | 4         | 4         | 4         | 48    |
| TOTAL                            |      | 25        | 23        | 25        | 27        |       |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Idealização

#### PROPOSTA CARD 3



**2**

**PARCEIROS CHAVE**

Metodologia Running Lean

**O QUE É?**

Visa descrever a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é aconselhável deixar todos os recursos e atividade chaves com os parceiros para não criar dependência ou redundâncias.

**2**

MC MENTORING CARD

| PROPOSTA CARTÃO 3                |      |           |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | USUÁRIO 4 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 4         | 5         | 5         | 2         | 32    |
| Tipografia                       | 2    | 5         | 5         | 4         | 5         | 38    |
| Organização Informacional        | 3    | 5         | 5         | 4         | 5         | 57    |
| Interatividade                   | 3    | 5         | 5         | 4         | 3         | 51    |
| Estética agradável               | 3    | 5         | 5         | 5         | 4         | 57    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 5         | 5         | 4         | 4         | 54    |
| TOTAL                            |      | 29        | 30        | 26        | 23        |       |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Idealização

#### PROPOSTA TABULEIRO 1

Canvas  
Running Lean

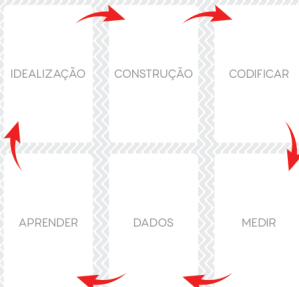
MC MENTORING  
CARD



MC MENTORING  
CARD

DESCRIÇÃO DO QUE É O PROJETO E SUA FINALIDADE.

#### Lean Startup



#### Customer Development



DESCRIÇÃO DO JOGO E COMO UTILIZAR A PLATAFORMA

PROPOSTA TABULEIRO 1

| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | USUÁRIO 4 | TOTAL |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| Cores                            | 2    | 4         | 5         | 4         | 5         | 36    |
| Tipografia                       | 2    | 5         | 5         | 4         | 5         | 38    |
| Organização Informacional        | 3    | 5         | 5         | 5         | 5         | 60    |
| Interatividade                   | 3    | 5         | 5         | 4         | 3         | 51    |
| Estética agradável               | 3    | 5         | 5         | 4         | 5         | 57    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 5         | 5         | 4         | 4         | 54    |
| <b>TOTAL</b>                     |      | 29        | 30        | 25        | 27        |       |



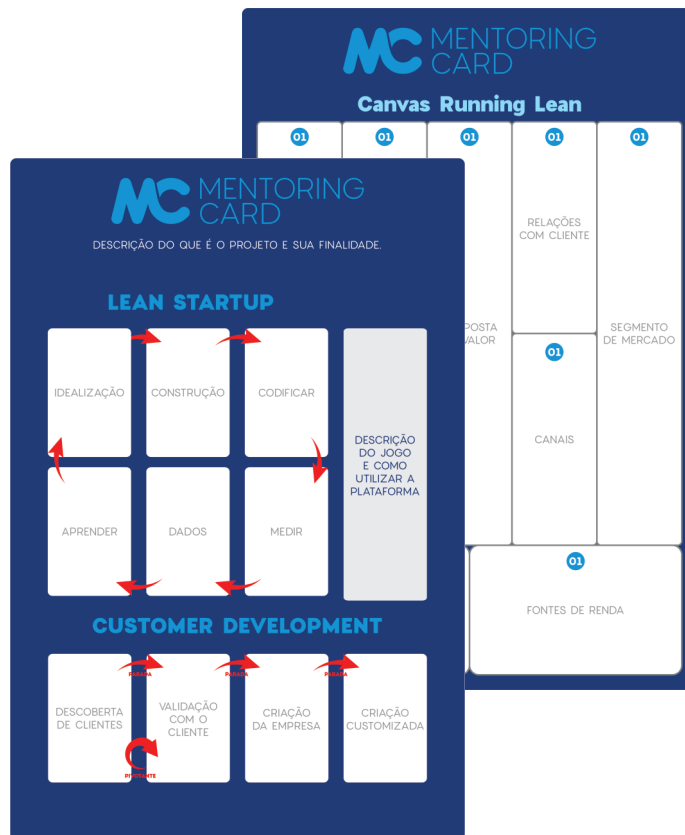
# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Idealização

#### PROPOSTA TABULEIRO 2

| PROPOSTA TABULEIRO 2             |      |           |           |           |           |       |
|----------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| ATRIBUTOS                        | PESO | USUÁRIO 1 | USUÁRIO 2 | USUÁRIO 3 | USUÁRIO 4 | TOTAL |
| Cores                            | 2    | 4         | 4         | 3         | 5         | 32    |
| Tipografia                       | 2    | 4         | 4         | 4         | 5         | 34    |
| Organização Informacional        | 3    | 4         | 4         | 4         | 5         | 51    |
| Interatividade                   | 3    | 4         | 3         | 4         | 3         | 42    |
| Estética agradável               | 3    | 4         | 4         | 3         | 5         | 48    |
| Elementos de fácil identificação | 3    | 4         | 4         | 4         | 5         | 39    |
| <b>TOTAL</b>                     |      | 24        | 23        | 22        | 28        |       |



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

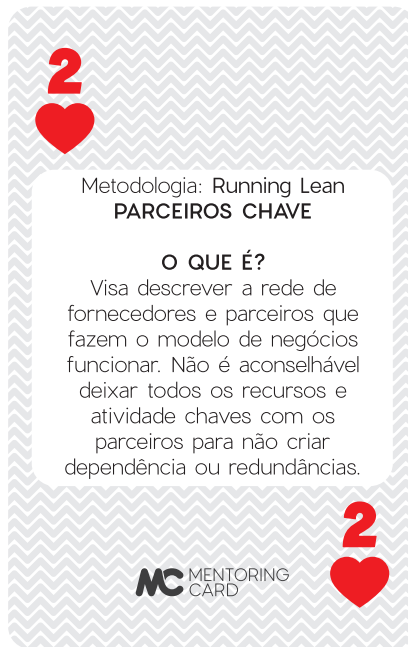
- Protótipo/Modelo
- Teste



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Card



# METODOLOGIAS

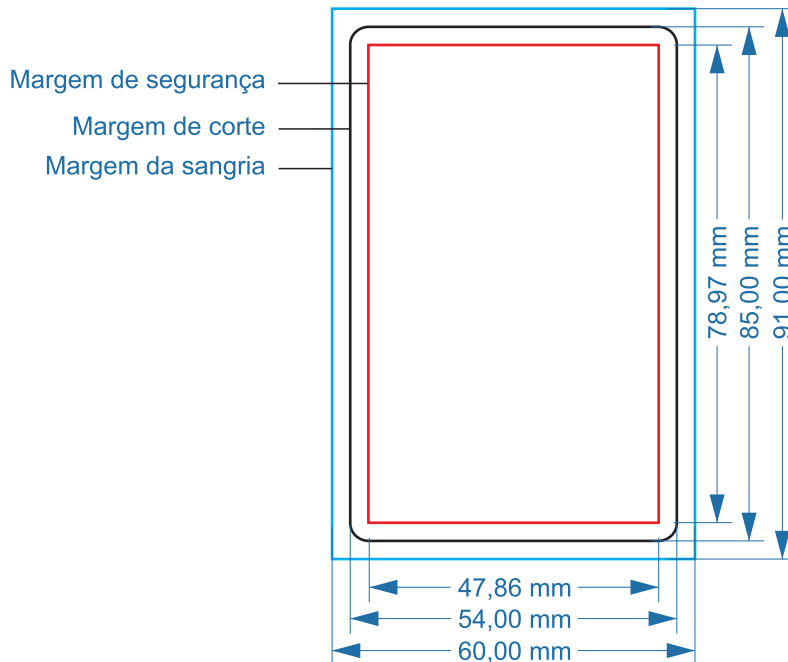
## Metodologia Projetual

### • Modelo Card

CHARLEVOIX PRO LIGHT  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

CHARLEVOIX PRO  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

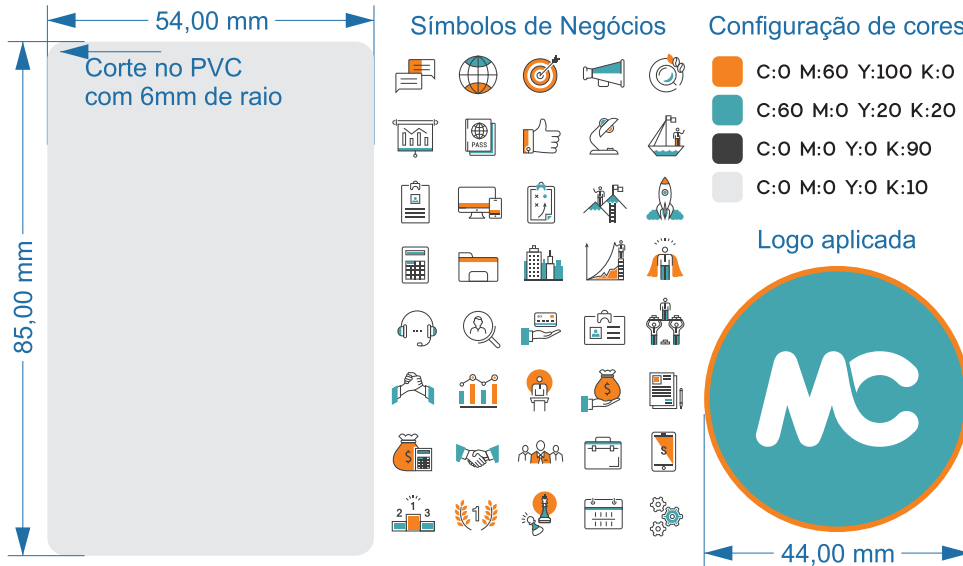
CHARLEVOIX PRO MEDIUM  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Card



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Card



Símbolos e tipografia  
Charlevoix Pro Medium  
24pt



Configuração de cores

|   |                     |
|---|---------------------|
| ■ | C:100 M:80 Y:0 K:30 |
| ■ | C:0 M:100 Y:100 K:0 |
| ■ | C:0 M:0 Y:0 K:90    |
| ■ | C:0 M:0 Y:0 K:10    |
| ■ | C:0 M:0 Y:0 K:100   |

Metodologia: Running Lean  
PARCEIROS CHAVE

O QUE É?

Visa descrever a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é aconselhável deixar todos os recursos e atividade chaves com os parceiros para não criar dependência ou redundâncias.

— Charlevoix Pro 8pt

— Charlevoix Pro Medium 8pt

— Charlevoix Pro Light 8pt

# METODOLOGIAS

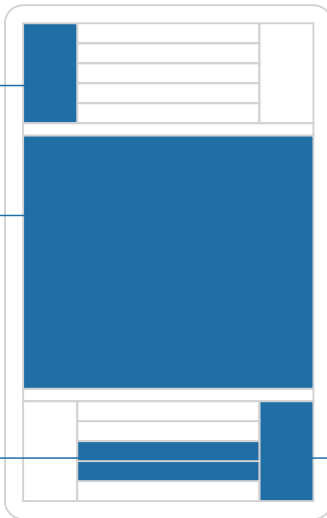
## Metodologia Projetual

### • Modelo Card

Grid modular  
Espaço de caracteres e numeração

Espaço Informacional

Espaço assinatura do projeto



Espaço de caracteres e numeração

|   |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|
| <p><b>2</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PARCEIRO CHAVE</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>Visa descobrir a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é necessário deixar todos os recursos e atividades chave com o parceiro para não criar dependência ou redundâncias.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 2</p> | <p><b>3</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PARCEIRO CHAVE</b></p> <p><b>PERGUNTAS</b><br/>Quem são os parceiros mais importantes? Quem são os fornecedores mais importantes? Que recursos chave dependem da rede de parceiros? Que atividades chave dependem dos parceiros?</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 3</p>                 | <p><b>4</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PARCEIRO CHAVE</b></p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>Os parceiros chave são as atividades essenciais para o que o modelo de negócios da empresa funciona constantemente.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 4</p>  | <p><b>5</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PARCEIRO CHAVE</b></p> <p><b>TIPOS</b><br/>Alianças estratégicas, combinação de conhecimento e competência, associação de empresas para explorar e desenvolver negócios, sem perda de autonomia jurídica e ligação entre fundador e comprador.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 5</p> | <p><b>6</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>FONTE DE RENDA</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>Visa descobrir a rede de fornecedores e parceiros que fazem o modelo de negócios funcionar. Não é necessário deixar todos os recursos e atividades chave com o parceiro para não criar dependência ou redundâncias.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 6</p> |
| <p><b>2</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>CANAL</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>São canais utilizados para se comunicar e atingir suas segmentações de clientes para entregar sua proposta de valor. Quem responde aos canais de contato da sua organização com seus clientes.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 2</p>                               | <p><b>3</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>CANAL</b></p> <p><b>PERGUNTAS</b><br/>Através de quais canais os clientes são contatados e como são atendidos? Como são entregues? Qual canal funciona melhor? Que canais apresentam melhor custo-benefício? Como estão negociados aos clientes?</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 3</p> | <p><b>4</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>CANAL</b></p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>Proteja sobre os produtos e serviços, aumento compatível de vendas e parcerias, acesso a melhor e proposta de valor, agrega valor comparado a diferentes produtos, comunica e entrega a proposta de valor, oferece suporte.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 4</p>                               | <p><b>5</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>CANAL</b></p> <p><b>TIPOS</b><br/>Redes Sociais, Correios, Telefone, Anúncios, Mídias, Empresa, Site, Vídeo e Rádio.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 5</p>   | <p><b>6</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>CANAL</b></p> <p><b>FASES</b><br/>Divulgação, qualificação (atendimento), compra (produto, entrega logística) e pós-vendas (suporte ou ajuste).</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 6</p>   |
| <p><b>2</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>A promessa feita para os clientes pelo que os clientes vão receber comprar para a empresa e não em seu momento. Quais os valores que os produtos e serviços oferecem para cada segmento de cliente específico.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 2</p>   | <p><b>3</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p><b>PERGUNTAS</b><br/>Qual valor é entregue aos clientes? Quais são os benefícios que estão sendo entregues a solução? Qual de produtos e serviços oferecidos? Que necessidade dos clientes estão sendo satisfeitos?</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 3</p> | <p><b>4</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>Satisfazer necessidades do cliente, Agregar a oferta algo diferente, Influenciar o cliente em sua decisão, Criação de pontos, Foco em melhoramento, Inovadora ou similar a outras já existentes, desde que possua características diferentes.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 4</p> | <p><b>5</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p><b>TIPOS</b><br/>Novidade, desempenho, customização, flexível o serviço, design único, personalização, redução de custos, redução de risco, escalabilidade, conveniência, usabilidade.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 5</p>                            | <p><b>6</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>PROPOSTA DE VALOR</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>São recursos, princípios e descobertas ou insights mais importantes para fazer o modelo de negócios funcionar. Esses recursos podem ser próprios, adaptados ou adquiridos de terceiros.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 6</p>                          |
| <p><b>2</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>RELAÇÕES COM O CLIENTE</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>São tipos de relacionamento com a empresa de clientes que se tem com eles? Qual o propósito de valor. É muito importante a escolha correta, pois influencia profundamente a experiência de cada cliente.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 2</p>    | <p><b>3</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>RELAÇÕES COM O CLIENTE</b></p> <p><b>PERGUNTAS</b><br/>Que tipo de relacionamento cada um dos seus segmentos de clientes espera que tenha com eles? Qual o custo de cada um? Como ele se integra ao restante do seu modelo de negócios?</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 3</p>          | <p><b>4</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>RELAÇÕES COM O CLIENTE</b></p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>Captura de clientes, retenção de clientes, incremento de vendas, fortalecimento da marca.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 4</p>  | <p><b>5</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>RELAÇÕES COM O CLIENTE</b></p> <p><b>TIPOS</b><br/>Assistência pessoal, assistência pessoal redunda, auto-serviço, serviços automatizados, comandáveis, compartilhado, co-participação.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 5</p>  | <p><b>6</b></p> <p>Metodologia Running Lean <b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b></p> <p><b>O QUE É?</b><br/>Onde é colocado a descrição de todos os custos envolvidos na operação do modelo de negócios, identificados, verificados e validados do negócio ou partes a serem melhorados.</p> <p><b>NOTAÇÕES</b><br/>NC (Número de Caracteres) 6</p>                                   |

# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Card

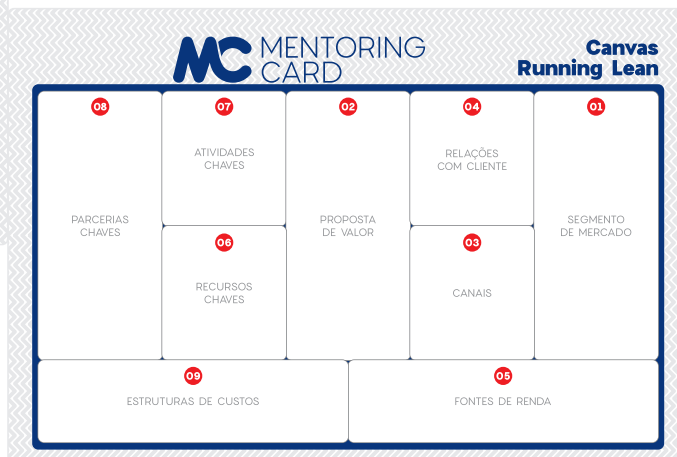
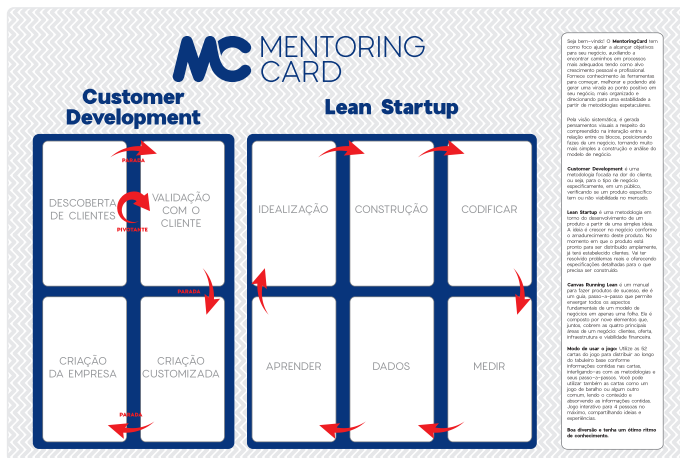
|  |   |   |  |  |   |   |  |   |
|--|---|---|--|--|---|---|--|---|
| <p><b>A</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Dados</b><br/>Construção de um banco de dados de clientes, a ser dividida fundamentalmente em transformações de produtos, medição de clientes respondentes e análise de tendências e possibilidades de conexão futuro de novos ou existentes.</p> <p>MC </p> | <p><b>Q</b></p> <p>Metodologia Running Lean SEMENTOS DE CLIENTES</p> <p><b>CARACTERÍSTICAS:</b><br/>Clientes diretos, próximos e justificados, com diferentes necessidades de distribuição. São alcançados por diferentes canais de distribuição, diferentes tipos de relacionamentos, diferentes canais e estão dispostos a pagar por diferentes aspectos de cliente.</p> <p>MC </p> | <p><b>K</b></p> <p>Metodologia Customer Development</p> <p><b>Descobrir o cliente:</b><br/>Tudo que precisa ser conhecido e entendido: dos mercados, do ambiente, dos problemas dos clientes, buscando saber a quem se deseja atender e a quem se pode oferecer um produto.</p> <p>MC </p>                              | <p><b>A</b></p> <p>Metodologia Customer Development</p> <p><b>Validação de cliente:</b><br/>Tem a intenção de verificar se os mercados, os clientes, pagariam para adquirir o produto lançado em teste.</p> <p>MC </p>   | <p><b>7</b></p> <p>Metodologia Running Lean ATIVIDADES CHAVES</p> <p><b>OTIMIZE E</b><br/>São atividades e processos mais importantes para fazer funcionar o modelo de negócios de empresa. As atividades-chave podem ser feitas internamente ou serem terceirizadas.</p> <p>MC </p>                               | <p><b>8</b></p> <p>Metodologia Running Lean ATIVIDADES CHAVES</p> <p><b>RESULTADOS</b><br/>Que atividades-chave sua empresa faz para funcionar o modelo de negócios de empresa? Do relacionamento com clientes? Das fontes de receita?</p> <p>MC </p>   | <p><b>9</b></p> <p>Metodologia Running Lean ATIVIDADES CHAVES</p> <p><b>TIPOS</b><br/>Podem fazer parte de suas atividades-chave: desenvolvimento de software, marketing, produção, etc.</p> <p>MC </p>   | <p><b>10</b></p> <p>Metodologia Customer Development</p> <p><b>Criação sustentada para o cliente:</b><br/>Criação de serviços para gerar a propensão escalonável de marketing, propaganda e vendas junto às bases.</p> <p>MC </p>  | <p><b>J</b></p> <p>Metodologia Customer Development</p> <p><b>Criação de empresa:</b><br/>Pontos finais a serem criados e ações que possam alcançar a empresa para uma estrutura maior, para o crescimento em um público maior e mais interessado no produto.</p> <p>MC </p>                            |
| <p><b>Q</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Modelo</b><br/>A partir de dados coletados em um processo prévio, define quais indicadores e métricas você vai utilizar para avaliar o desempenho do seu MVP e a partir de interação com o seu público-alvo.</p> <p>MC </p>                                  | <p><b>Q</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>O que é MVP?</b><br/>Um MVP (Minimum Viable) é uma versão beta de um produto, desenvolvida de forma ágil e econômica para ser apresentada ao seu público-alvo e receber feedback. Obter informações sobre o mercado.</p> <p>MC </p>   | <p><b>K</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>O que é MVP?</b><br/>Um MVP (Minimum Viable) é uma versão beta de um produto, desenvolvida de forma ágil e econômica para ser apresentada ao seu público-alvo e receber feedback. Obter informações sobre o mercado.</p> <p>MC </p>                               | <p><b>A</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Validação</b><br/>Mostrar em que tal uma ideia e antes de construção, há engajamento e qual forma a ideia e econômica para ser feita com o produto para consumo direto e ter retorno para ações.</p> <p>MC </p>                                    | <p><b>7</b></p> <p>Metodologia Running Lean RECURSOS CHAVES</p> <p><b>RESULTADOS</b><br/>Que recursos principais sua empresa vai utilizar para fazer funcionar o modelo de negócios? E o relacionamento com clientes? E suas fontes de receita?</p> <p>MC </p>   | <p><b>8</b></p> <p>Metodologia Running Lean RECURSOS CHAVES</p> <p><b>MOTIVAÇÕES</b><br/>Crieção de recursos que alcançam quanto mercados, aumentam o momento de relacionamento, criam mais receita.</p> <p>MC </p>   | <p><b>9</b></p> <p>Metodologia Running Lean RECURSOS CHAVES</p> <p><b>TIPOS</b><br/>Eles podem ser físicos, financeiros, materiais ou humanos. Para cada recurso, um negócio pode ser necessário diferentes recursos principais.</p> <p>MC </p>   | <p><b>10</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Construção</b><br/>Verificação da capacidade técnica de construção do produto no mercado. Teste em um público inicial e análise construtiva de recepção e consumo do produto colocado em teste no mercado, mesmo no estado de avaliação, versão beta.</p> <p>MC </p>                          | <p><b>J</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Coefficient</b><br/>Conexão de métricas e métodos para a análise construtiva de recepção e consumo do produto colocado em teste no mercado, mesmo no estado de avaliação, versão beta.</p> <p>MC </p>   |
| <p><b>K</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Produto</b><br/>O grande objetivo de desenvolver um MVP é justamente obter informações sobre o mercado antes de investir em um produto e lançá-lo no mercado antes de pensar sobre como será o seu MVP.</p> <p>MC </p>                                       | <p><b>Q</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Métricas</b><br/>Métrico do resultado baseado em sua experiência com o produto, a coleta e feita por meio de vários parâmetros métricas e de pesquisa, como a observação, análise de satisfação e retorno.</p> <p>MC </p>   | <p><b>K</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Dados</b><br/>Este é o resultado da medição, do produto colocado para análise mais aprofundada da situação de uso do produto e com isso, grandes expectativas e para o próximo passo: desenvolvimento necessário para recuperação ou melhoramento.</p> <p>MC </p> | <p><b>A</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Aprendizado</b><br/>Neste período, deve-se ter em consideração das partes fortes e fracas do projeto em análise. Além disso, de como os testes podem estar sendo e como o conhecimento necessário para recuperação ou melhoramento.</p> <p>MC </p> | <p><b>7</b></p> <p>Metodologia Running Lean ESTRUTURA DE CUSTOS</p> <p><b>RESULTADOS:</b><br/>Quais são os principais custos? Quais recursos-chave de menor custo? Quais atividades-chave, tem maior custo? Quais são os custos fixos e variáveis? E possível diminuir ou controlar com parâmetros?</p> <p>MC </p> | <p><b>8</b></p> <p>Metodologia Running Lean ESTRUTURA DE CUSTOS</p> <p><b>FORMA:</b><br/>Podem ser calculados de forma relativa entre si: depois que foram definidos os recursos-chave, as atividades-chave e as parâmetros importantes. Custos fixos, variáveis, Economia de escala, de escopo.</p> <p>MC </p> | <p><b>9</b></p> <p>Metodologia Running Lean ESTRUTURA DE CUSTOS</p> <p><b>ORIENTAÇÕES:</b><br/><b>Custos</b> (compara o custo variável, produção de valor de baixo preço, mínimo de administração, extensões e controle em que sua empresa está investindo, buscando suas possíveis melhorias e quais soluções estão oferecendo para a empresa).</p> <p>MC </p> | <p><b>10</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Coefficient</b><br/>Métrico que nos indicadores, métricas e tipos do público, fornece um perfil ideal de cliente (perfil definido, análise e controle em que sua empresa está investindo, buscando suas possíveis melhorias e quais soluções estão oferecendo para a empresa).</p> <p>MC </p> | <p><b>J</b></p> <p>Metodologia Lean Startup</p> <p><b>Melhoria</b><br/>Aprender o resultado de um MVP não é uma tarefa simples, e um erro de entender diferentes métricas, variáveis, melhorias e erros, uma vez que você começa a usar suas hipóteses, o investimento tende a ser para.</p> <p>MC </p> |



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Tabuleiro



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Modelo Tabuleiro

CHARLEVOIX PRO  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789

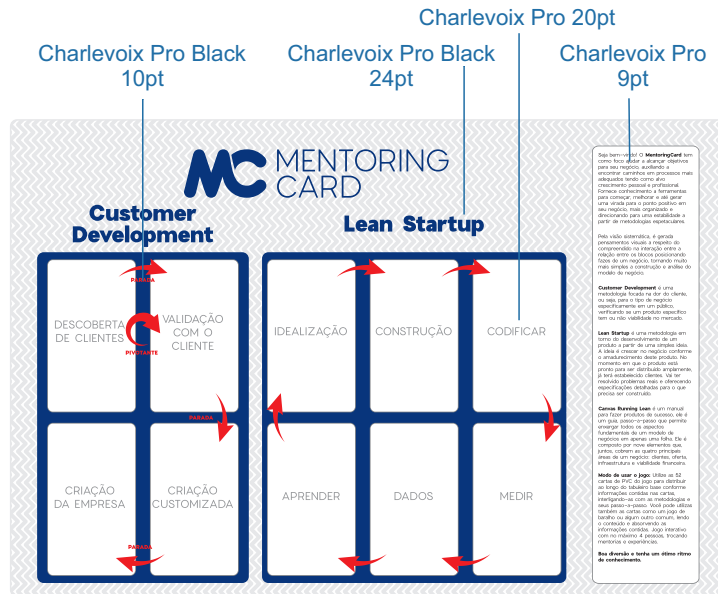
**CHARLEVOIX PRO BLACK**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

Caracteres de indicação



Configuração de cores

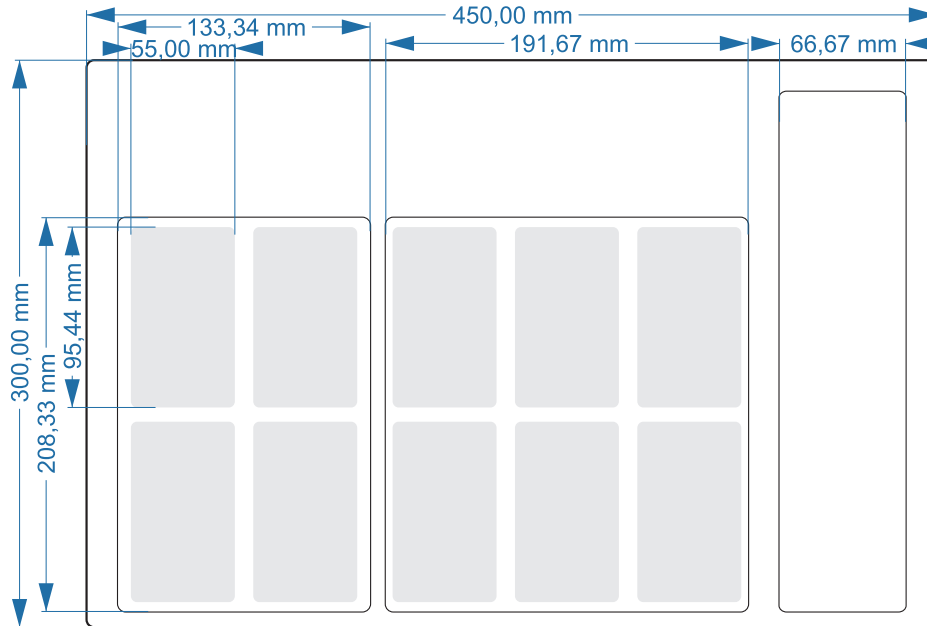
- C:100 M:80 Y:0 K:30
- C:0 M:100 Y:100 K:0
- C:0 M:0 Y:0 K:100
- C:0 M:0 Y:0 K:10



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

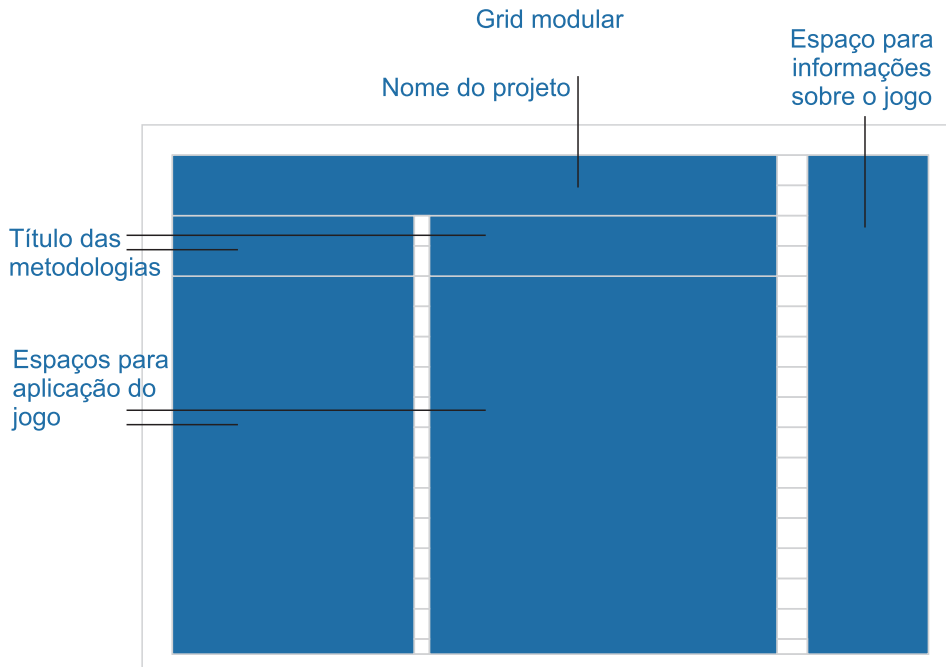
- Modelo Tabuleiro



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Modelo Tabuleiro



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

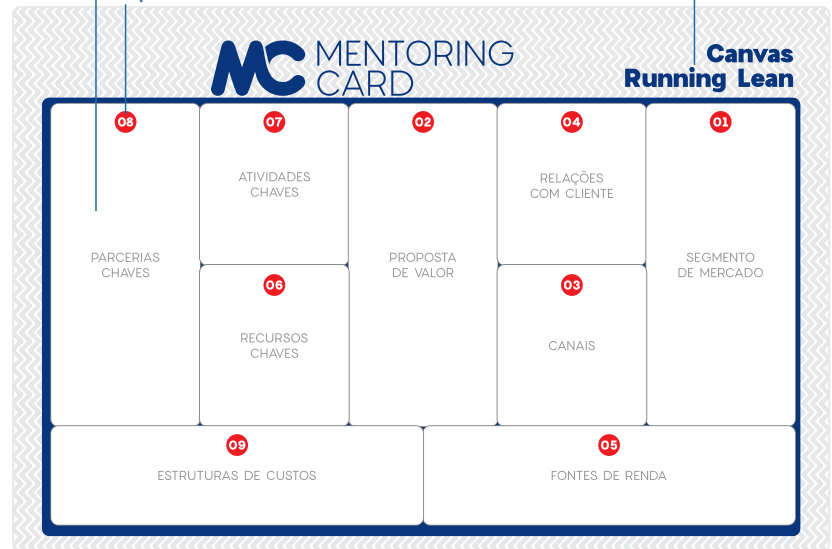
### • Modelo Tabuleiro

Configuração de cores

- C:100 M:80 Y:0 K:30
- C:0 M:100 Y:100 K:0
- C:0 M:0 Y:0 K:100
- C:0 M:0 Y:0 K:10

Charlevoix Pro  
20pt

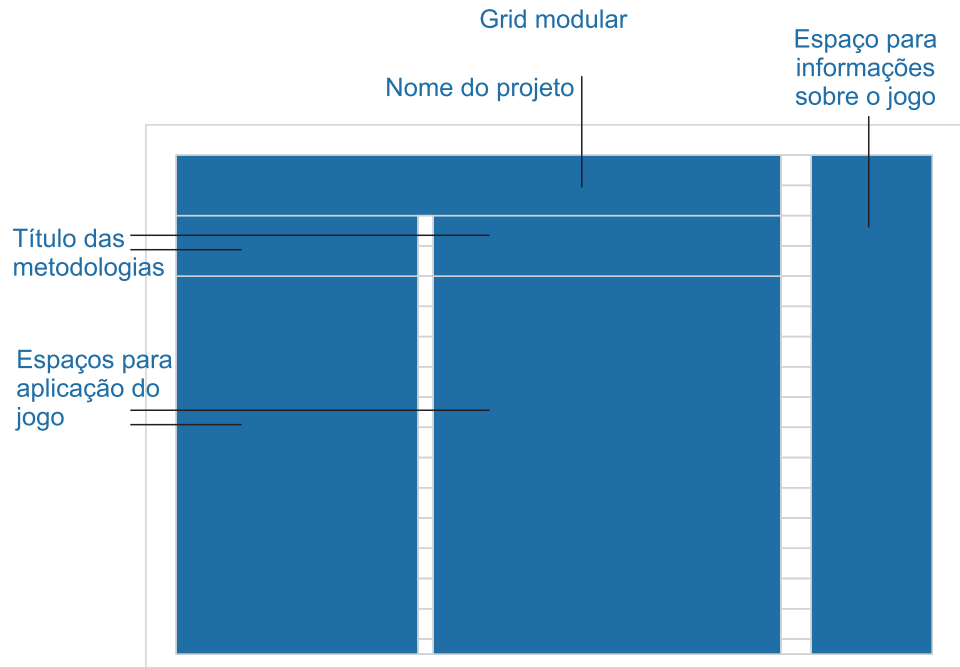
Charlevoix Pro Black  
40pt



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

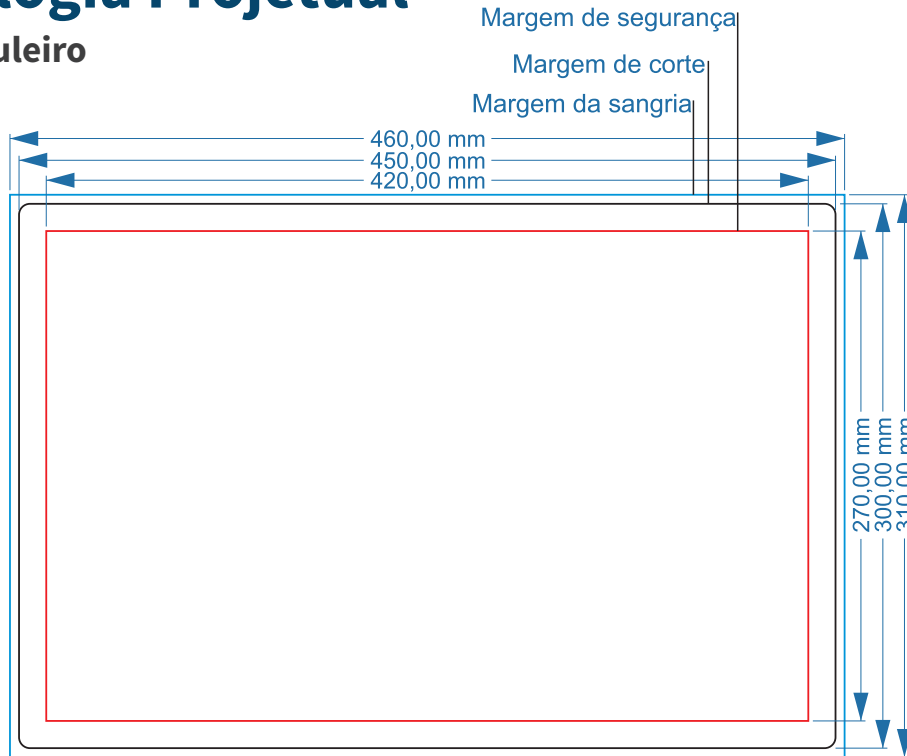
- Modelo Tabuleiro



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

- Modelo Tabuleiro



# METODOLOGIAS

## Metodologia Projetual

### • Implementação





# CONSIDERAÇÕES FINAIS

**Tema**

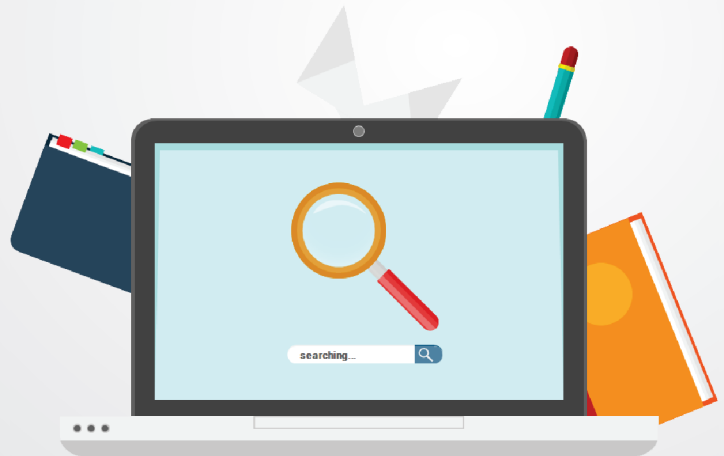
**Insight**

**Mudança de rota**

**Dificuldades**

**Testes**

**Resultados**



# REFERÊNCIAS

BRODBECK, Pedro. **Brasil à beira da recessão econômica**. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/brasil-a-beira-da-recessao-economica-ebo881khyovchk3o8tbcvmvym>> Acesso em: 06 out. 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CONWAY, Stephen; COLESON David. **Documentário: Made for Play: Boardgames & Modern Industry**. Disponível em: <[vimeo.com/45796947](https://vimeo.com/45796947)>. Acesso em: 10 set. 2016.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

DUTON, Rafael. Endeavor Brasil. **Pequena Empresa ou Startup: Você Escolhe** Disponível em: <<https://endeavor.org.br/pequena-empresa-ou-startup-voce-escolhe/>>. Acesso em: 14 mai. 2016.

**Estudante de design projeta jogo para ajudar dependentes químicos**. Disponível em: <<http://livingdesign.com.br/2015/12/estudante-de-design-projeta-jogo-para-ajudar-dependentes-quimicos/>>. Acessado em: 07 out. 2016.

FADEL, Luciane; ULBRICHT, Vania Ribas; BATISTA, Claudia; VANZIN, Tarcísio. **Gamificação na educação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

FILATRO, A. **Design instrucional na prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

# REFERÊNCIAS

FRASER, Tom e BANKS, Adam. **O guia completo da cor**. São Paulo: SENAC, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2002.

GUBERT, Gustavo. **Canvas: O Que é o Business Model Canvas e Como Funciona**. 2014. Disponível em: <<http://www.arsenalempreendedor.com/canvas-o-que-e-o-canvas-e-como-funciona/>> Acesso em: 23 nov. 2016.

**Jogos de Tabuleiro**. Disponível em: <<http://www.jogos.antigos.nom.br/>>. Acessado em: 15 set. 2016.

KLIEVER, Janie. **Why Every Design Needs Three Levels Of Typographic Hierarchy**. 2015. Disponível em: <<https://designschool.canva.com/blog/typeface-fonts/>> Acesso em: 19 out. 2016.

KNOWLES, Malcolm, S.; HOLTON III, Elwood F.; SWANSON, Richard A. **Aprendizagem de resultados: uma abordagem prática para aumentar a efetividade da educação corporativa**. Rio de Janeiro: Campus, 2009.

LIMA, Mariana. **Como as startups contribuem para a economia**. Disponível em: <<http://www.inova.jor.br/2016/07/18/startups-incubadoras-faturamento/>> Acesso em: 19 out. 2016.

MAURYA, Ash. **Running Lean - A systematic process for iterating your web application from Plan A to a plan that works**. Disponível em: <<https://danielpandza.files.wordpress.com/2013/01/running-lean.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

MEYER, Guilherme Corrêa. ROSA, Silvana Bernardes. **Design na Escola**. Florianópolis, 2009. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/23207410/Design-Na-Escola>>. Acesso em: 20 de jun. 2016.

# REFERÊNCIAS

MJV Tecnologia & Inovação. **Gamificação**. Disponível em: <<http://www.mjv.com.br/gamificacao/>>. Acessado em: 22 jun. 2016.

**Moderno dicionário da Língua portuguesa Michaelis**. São Paulo, Editora Melhoramento, 1998.

REICHENSTEIN, Oliver. **Web design is 95% typography**. 2006. Disponível em: <<https://ia.net/know-how/the-web-is-all-about-typography-period>>. Acesso em: 19 de out. 2016.

RIES, Eric. **The Lean Startup**. Disponível em: <<http://theleanstartup.com/book>>. Acesso em: 19 mai. 2016.

ROSALEN, Sandra. **Todas as fases de produção dos cartões plásticos**. 2009. Disponível em: <[http://www.revistatecnologiagrafica.com.br/index.php?option=com\\_content&id=273:todas-as-fases-de-producao-dos-cartoes-plasticos&Itemid=180](http://www.revistatecnologiagrafica.com.br/index.php?option=com_content&id=273:todas-as-fases-de-producao-dos-cartoes-plasticos&Itemid=180)>. Acesso em: 14 mai. 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **O Que é Semiótica**. São Paulo. Editora Brasiliense, 2003.

SANTOS, Eric. **Customer Development: o processo para se chegar ao Product / Market Fit**. Disponível em: <<http://www.manualdastartup.com.br/blog/customer-development-o-processo-para-se-chegar-ao-productmarket-fit/>>. Acesso em: 16 mai. 2016.

SHELL, Jesse. **The Art of Game Design: A Book of Lenses**. Burlington,. Burlington, MA: Morgan Kaufmann Publishers, 2008.

SMITH, Patricia L.; RAGAN, Tilman J. **Instructional design**. 3rd ed. Danvers, MA: John Wiley & Sons, 2004.

# REFERÊNCIAS

Stanford University Institute of Design. **The virtual crash course in design thinking**. 2012. Disponível em: <<http://dschool.stanford.edu/dgift/>>. Acessado em: 22 jun. 2016.

VIANNA, Mauricio; VIANNA Ysmar; ADLER, Isabel; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz. **Design Thinking - Inovação em Negócios**. Ed. – Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.

VILLAS-BOAS, André. **O que é [e o que nunca foi] Design**. Rio de Janeiro. Ed. 2AB. 1999.

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Mauricio; MEDINA, Bruno; TANAKA, Samara. **Gamification, Inc. - Como reinventar empresas a partir de jogos**. Ed. – Rio de Janeiro: MJV Press, 2013.



**MUITO  
OBRIGADO!**