



MAPA DAS JORNADAS EMPREENDEDORAS

SEGMENTAÇÃO POR GATILHO

OBSERVANDO O DESEJO OU A FAÍSCA INICIAL QUE APONTA O EMPREENDEDOR PARA UMA JORNADA DE NEGÓCIO DE IMPACTO EM EDUCAÇÃO É POSSÍVEL ENCONTRAR PADRÕES DE COMPORTAMENTO DURANTE O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DAS STARTUPS. NAS PRIMEIRAS ETAPAS DE SUAS JORNADAS MUITO É DETERMINADO PELA PORTA DE ENTRADA DO EMPREENDEDOR NESSE MUNDO E, CONSEQUENTEMENTE, PELAS FERRAMENTAS E VIVÊNCIAS QUE ELE TRAZ NA BAGAGEM. SE OBSERVARMOS CADA UMA DAS 50 JORNADAS ANALISADAS, VEREMOS QUE OS CAMINHOS SÃO MUITOS E QUE NÃO HÁ UM MODELO PADRÃO A SER SEGUIDO, AINDA MAIS NUM MERCADO TÃO JOVEM E CONFUSO. O EXERCÍCIO QUE FAZEMOS AQUI É O DE OBSERVAR ALGUNS POSSÍVEIS COMPORTAMENTOS E ATITUDES RECORRENTES PARA CADA SEGMENTO, COM O INTUÍTO DE ACENDER ALGUMAS LUZES POSITIVAS E NEGATIVAS QUE DEVEM SER AVALIADAS CASO A CASO. A EXPECTATIVA É A DE AJUDAR OS PRÓPRIOS EMPREENDEDORES E O ECOSISTEMA A RECONHECEREM QUEM PODE PRECISAR, DE QUE AJUDA, EM QUAL MOMENTO.



+ SENTIDO DA VIDA

Quem entra numa jornada de empreendedorismo buscando mais sentido na vida, em geral, tem maior dificuldade para iniciar seu negócio. Atraído pelo desejo de experimentar coisas novas e se descobrir, não há, num primeiro momento, a certeza clara de que ter uma startup ou impactar a educação são as próximas metas de

sua carreira. Assim como também não há, necessariamente, uma paixão por um produto/serviço ou uma demanda imediata que o impulsiona. Se esse for o caso, a falta de um foco inicial faz com que sua jornada seja mais dispersa.

Na amostra, esse perfil de empreendedor é o que menos aparece,

possivelmente porque o desafio do negócio e do mercado de educação acaba sendo maior do que o seu desejo de trilhar esse caminho. Os que resistem, vão precisar, antes de tudo, de apoio para reconhecer a jornada à frente, com seus riscos e desafios e tomar a decisão se esse é mesmo o sentido de vida que estão buscando.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
A busca por um propósito pode se conectar com a causa da educação; empreendedores são flexíveis a soluções e modelos.		Desconexão com uma ambição de criar um negócio e/ou de impactar a educação; empreendedores relacionam-se mais com um projeto do que com um negócio; ausência de foco inicial.

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de educação
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de tecnologia
- **Autoconhecimento**

EXPLORAÇÃO

A busca por mais sentido na vida e na profissão pode ser natural desde a juventude ou um novo foco definido já na fase adulta. De uma forma ou de outra, quando uma nova ideia com propósito se mostra à frente desse empreendedor, ele a abraça de corpo e alma, sem mesmo saber muito bem aonde está indo. Conectado com sua busca interior e apaixonado por um novo projeto, não há, nesse primeiro momento, um distanciamento racional da ideia, o que dificulta a exploração de uma real oportunidade de negócio.

2

IDEIA

- Pesquisa de educação
- Pesquisa de mercado
- **Pesquisa de benchmark**
- **Pesquisa que suporte a ideia**
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- Eventos
- **Busca e entrada sócio**
- Rascunho plano de negócio
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Mentoria
- **Aceleração**
- Incubação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Busca investidor
- **Investimento próprio \$\$**
- Anjo \$\$

IDEAÇÃO

Pesquisas mais informais são executadas, porém sem grande profundidade e com a tendência de ir atrás de dados que suportem uma ideia já pré-concebida. Novamente, não há um distanciamento para o julgamento da ideia ou revisões e tampouco a preocupação de uma validação mais formal com

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- Validação com rede própria (amigos/família)
- Validação com ecossistema
- **Validação com usuários**
- Validação com especialistas
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Abertura ONG/OSCIP
- FFF \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- **Desenho canvas**
- Contratação consultores
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- **Pivota ideia**

o mercado e usuários. A exceção está em quem já consegue, nessa fase inicial, ingressar num programa de aceleração, tendo mais acesso a ferramentas de negócio e à lógica de processos de ideação, com abertura para validar a ideia e pivotar, se necessário.

4

PROTÓTIPO

- Pesquisa com usuários
- Mockup
- Equipe colaborativa (amigos)
- **Contratação freelas**
- Contratação equipe
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$
- **Governo \$\$ (subsídios)**
- Instituto/Fundação \$\$
- Entrada sócio
- Aceleração
- Instituto/Fundação (apoio)
- **Mentoria**
- Eventos
- Exposição na mídia
- Definição métricas
- Refinamento solução
- Refinamento plano de negócio

PROTOTIPAGEM

Fase considerada apenas quando há uma orientação de negócio por trás do empreendedor em processo de aceleração. Mesmo assim, o processo de prototipagem e piloto segue uma dinâmica mais informal e menos complexa.

5

PILOTO

- **Teste escola privada**
- Teste escola pública
- Teste ONG
- Teste professor
- Teste usuários
- Teste rede própria (amigos/família)
- Contratação pedagogo
- Teste canais comunicação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Prospecção governo
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- **Investimento próprio \$\$**
- Aceleração
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Refinamento ideia/solução
- Case

A busca de recursos para essa fase segue uma lógica contrária à de um negócio, com o acesso a subsídios de governo e leis de incentivo à cultura. Mais uma vez, tende-se a pensar como um projeto e não um negócio.

“Com a pesquisa, eu queria informações e dados que bancassem o nosso feeling. Eu não estava nada imparcial, estava procurando dados que bancassem minhas hipóteses.”

6

MVP

- Freemium (base e case)
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Busca aceleração
- Busca mentoria
- Busca iniciativa privada
- Busca investidor
- Busca anjo
- Abertura MEI
- Prospecção
- 1ª venda (sem protótipo)
- 1ª venda
- Exposição na mídia
- Contratação equipe
- Treinamento equipe
- Eventos
- Aceleração
- Mentoria
- Consultorias \$\$
- Anjo \$\$
- Empréstimo investidor \$\$
- FFF \$\$
- Investidor \$\$
- Parcerias
- Levantamento métricas
- Refinamento produto/serviço
- Case
- Pivota produto/serviço

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- 1ª venda
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Abertura ONG/OSCIIP
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Infraestrutura
- **Comunicação (site, marca)**
- Contratação freelas
- Contratação equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Parcerias
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Busca mentoria
- **Busca investidor**
- Aceleração
- Incubação
- Mentoria
- Prospecção governo
- Empréstimo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Anjo \$\$
- Investidor \$\$
- **Eventos**
- Exposição na mídia
- Assessoria de imprensa
- Revisão de custos
- Produto 2.0
- Ampliação carteira clientes
- Busca modelo de impacto
- Definição métricas
- Refinamento comercial
- Teste canais comunicação
- Saída sócio
- Refinamento produto/ serviço
- **Pivota produto/serviço**
- Fechamento empresa

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

Da ideação diretamente para sua execução, alguns empreendedores tentam a primeira venda sem validar a ideia ou testá-la na prática. Arcando com recursos próprios, desenvolvem o mínimo de

estrutura para começar a operar e vão atrás de vendas que podem não acontecer. É nesse momento que se deparam com a realidade e com a necessidade de repensar a ideia.

8

TRAÇÃO

- Busca investidor
- Investidor \$\$
- Estruturação canais distribuição
- Ampliação carteira clientes
- Iniciativa privada (parceria)
- Ampliação mix produtos
- Soluções de suporte
- Aumento de equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Prospecção governo

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Iniciativa privada \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação (ponte com governo)
- Mentoria
- Ampliação mix produtos
- Melhoria processos internos
- Aumento equipe comercial/ pós-venda
- Revisão equipe interna
- Contratação equipe mais qualificada
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Prospecção governo
- Métricas de impacto

“Antes do programa de aceleração, eu não tinha essa visão de mercado. É crucial pesquisar sobre o mercado. Várias empreitadas em que me joguei no passado não deram certo muito por imaturidade, mas também por falta de informação. Validar a ideia é imprescindível, aprendi isso também. Mas é validar com o mercado, não com os amigos.”

“Meus conselhos são: encontre pessoas que possam trazer aprendizagens complementares. E trazer uma pessoa com visão mais pura e dura... e testar mais imparcialmente o seu produto. Entender melhor se o mercado está pronto para consumir.”

10

ESCALA

- Busca investidor
- Metas
- Iniciativa privada (parceria)
- Revisão custos internos
- Revisão custos internos
- Ampliação infraestrutura
- Ampliação serviços agregados
- Contratação equipe mais qualificada
- Relação com investidor

“O desafio permanece até hoje: como encontrar um modelo de negócios que possa fazer a gente ser escalável, grande, seguindo as escolhas pedagógicas que queremos, sem ser absolutamente diluído por qualquer investidor financeiro que entrar depois.”



+ EDUCAÇÃO

Com produtos com uma proposta de valor bem mais clara, esses empreendedores definem, desde o dia um, o problema que estão atacando e o porquê. Carregam uma paixão evidente, que abre portas desde quando têm a ideia. São muitas vezes levados a caminhar rapidamente pela jornada, porque atraem

grandes nomes e interessados em educação, mesmo não tendo uma visão de negócio. Por outro lado, são os que mais têm dificuldade de encontrar um MVP para suas *startups*. Pensam produtos complexos, prezam pela qualidade, mas sofrem para dissecar suas soluções e torná-las minimamente vendáveis.

Quando chegam no momento de organizar seus negócios é onde o processo fica confuso e a pressão aumenta. Com as ajudas certas na manga e muito apoio emocional, os empreendedores apaixonados por educação podem viver jornadas com potencial de longevidade.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
Experiência em educação e entendimento de problemas reais; produtos que nascem com mais proposta de valor e potencial de impacto em educação; foco na educação pública e trânsito fácil nesse universo; preocupação maior com o professor; preocupação com métricas; discurso apaixonado abre portas mesmo sem visão de negócio.		Fase de ideação pode ser longa pela dificuldade de encontrar um primeiro foco; produtos complexos geram dificuldade de MVP; pouco pragmatismo leva a uma jornada desgastante e pouco linear, com muitas idas e vindas; apego emocional à ideia gera pouca abertura para absorver <i>feedbacks</i> de negócio.

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- **Pesquisa de educação**
- Pesquisa de ecossistema
- **Pesquisa de benchmark**
- **Pesquisa de tecnologia**
- **Autoconhecimento**

EXPLORAÇÃO

Um chamado interno desperta para uma primeira etapa de exploração dentro de si e de suas capacidades e vontades, aliada a pesquisas já direcionadas para o que há de novo em educação: bibliografias acadêmicas, notícias de inovação e *benchmarks* que servem de inspiração para a ideia. Empreendedores mais experientes e já atuantes no segmento também exploram a temática de novas tecnologias e fazem uma pesquisa mais profunda e profissional nesse primeiro momento. Mas muitas vezes esquecem de olhar o mercado e as possibilidades de negócio.

2

IDEIA

- **Pesquisa de educação**
- Pesquisa de mercado
- **Pesquisa de benchmark**
- **Pesquisa de ecossistema**
- **Pesquisa que suporte a ideia**
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- **Eventos**
- **Busca e entrada sócio**
- **Rascunho plano de negócio**
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- **Mentoria**
- Aceleração
- **Incubação**
- **Instituto/Fundação (apoio)**
- Busca investidor
- Investimento próprio \$\$
- **Anjo \$\$**

IDEAÇÃO

Quem está com um projeto social em mente pode permanecer muito tempo na fase de ideação, reunindo amigos e voluntários em grupos de reflexão, de forma menos estruturada e sem validar a ideia com o mercado. Quem tem um perfil mais empreendedor imprime maior velocidade: debate com

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- **Validação com rede própria (amigos/família)**
- **Validação com ecossistema**
- **Validação com usuários**
- **Validação com especialistas**
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- **Abertura ONG/OSCIP**
- FFF \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Desenho canvas
- Contratação consultores
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- Pivota ideia

4

PROTÓTIPO

- **Pesquisa com usuários**
- **Mockup**
- **Equipe colaborativa (amigos)**
- Contratação freelas
- **Contratação equipe**
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- Investimento próprio \$\$
- **Anjo \$\$**
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- **Entrada sócio**
- **Aceleração**
- **Instituto/Fundação (apoio)**
- Mentoria
- Eventos
- Exposição na mídia
- **Definição métrica**
- Refinamento solução
- Refinamento plano de negócio

PROTOTIPAGEM

Essa fase nem sempre é considerada. Quem tem um projeto social em mente ou se enxerga como um fornecedor pode fazer um teste pontual ou já partir para a execução. Quem tem perfil empreendedor ou

5

PILOTO

- Teste escola privada
- **Teste escola pública**
- **Teste ONG**
- **Teste professor**
- Teste usuários
- **Teste rede própria (amigos/família)**
- Contratação pedagogo
- Teste canais comunicação
- **Instituto/Fundação (apoio)**
- **Prospecção governo**
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- **Investimento próprio \$\$**
- **Aceleração**
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- **Refinamento ideia/solução**
- **Case**

“Quando você empreende você assume as expectativas de contribuir com o sonho das pessoas. E não posso deixar perder os sonhos das pessoas. O sonho dos investidores, da equipe, das escolas e das pessoas que acreditaram na gente.”

“Dos três, dois eram muito ar, muito sonhadores. A gente planejava, planejava, planejava e não executava nada.”

é pragmático mobiliza amigos ou contrata equipe própria e parte para importantes idas e vindas de teste da solução. A prioridade é pilotar na educação pública onde têm trânsito fácil. O levantamento de métricas

está no lápis desde o primeiro piloto e muitos contam com o apoio de institutos e empresas privadas. São preciosistas ao observar os gaps pedagógicos de suas soluções.

6

MVP

- Freemium (base e case)
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Busca aceleração
- Busca mentoria
- Busca iniciativa privada
- Busca investidor
- Busca anjo
- Abertura MEI
- Prospecção
- 1ª venda (sem protótipo)
- 1ª venda
- Exposição na mídia
- Contratação equipe
- Treinamento equipe
- Eventos
- Aceleração
- Mentoria
- Consultorias \$\$**
- Anjo \$\$
- Empréstimo investidor \$\$
- FFF \$\$
- Investidor \$\$
- Parcerias
- Levantamento métricas
- Refinamento produto/serviço**
- Case
- Pivota produto/serviço

MVP

Poucos são os que se preocupam em encontrar um MVP. Depois de testada e refinada a solução, constroem um suporte de comunicação e partem para a prospecção, sem necessariamente ter a pessoa jurídica correta. Perdem vendas, tomam calotes, vendem bens pessoais, pegam empréstimos, fazem trabalhos como fornecedores, inscrevem-se em editais, trabalham de casa e cavam qualquer apoio com institutos e empresas. A maioria mantém seus trabalhos paralelos, a fim de subsidiar o negócio nascente - o que algumas vezes pode afastar o empreendedor do foco na jornada.

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- 1ª venda**
- Criação plano de negócio**
- Refinamento plano de negócio
- Abertura ONG/OSCIP
- Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Infraestrutura**
- Comunicação (site, marca)**
- Contratação freelas**
- Contratação equipe**
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Parcerias**
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Busca mentoria
- Busca investidor**
- Aceleração**
- Incubação
- Mentoria**
- Prospecção governo**
- Empréstimo \$\$**
- Investimento próprio \$\$**
- Consultorias \$\$**
- Instituto/Fundação \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)**
- Iniciativa privada \$\$
- Anjo \$\$**
- Investidor \$\$**
- Eventos**
- Exposição na mídia**
- Assessoria de imprensa**
- Revisão de custos
- Produto 2.0
- Ampliação carteira clientes**
- Busca modelo de impacto
- Definição métricas**
- Refinamento comercial
- Teste canais comunicação
- Saída sócio**
- Refinamento produto/ serviço**
- Pivota produto/serviço**
- Fechamento empresa**

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

É apenas nesse momento que a maioria se percebe como um negócio e sente a necessidade de um plano estruturado para visualizar um modelo rentável. Com a ajuda de amigos ou processos de aceleração, começam a organizar o negócio, formato de trabalho,

equipe, exposição na mídia e planejam o acesso a investidores e outros atores. O cuidado aqui é realmente trazer a urgência do negócio, pois há quem perca o foco ao visar demais o impacto, perdendo-se em ideias nada escaláveis e sem um modelo sustentável.

“A aceleradora trouxe networking e a fundação pesou nas pessoas que querem ajudar. Eu ia atrás das pessoas, falei com deus e o mundo, chorando e ligando. Contava minha história, pedia mentoria, contava que queria fazer um piloto. Quem não pede ajuda fica sozinho. Todas as vezes que eu pedi, deu certo, se não peço ajuda, me enrolo.”

8

TRAÇÃO

- Busca investidor**
- Investidor \$\$**
- Estruturação canais distribuição**
- Ampliação carteira clientes**
- Iniciativa privada (parceria)**
- Ampliação mix produtos**
- Soluções de suporte**
- Aumento de equipe**
- Contratação equipe comercial/pós-venda**
- Prospecção governo**

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Iniciativa privada \$\$
- Consultorias \$\$**
- Instituto/Fundação (ponte com governo)
- Mentoria
- Ampliação mix produtos**
- Melhoria processos internos**
- Aumento equipe comercial/ pós-venda**
- Revisão equipe interna**
- Contratação equipe mais qualificada**
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Prospecção governo
- Métricas de impacto

TRAÇÃO E ESCALA

Por seu perfil ou pelas ajudas no caminho, os empreendedores que passam para uma fase de tração do negócio conseguem ampliar a carteira de clientes, muitas vezes por meio da diversificação de sua

oferta ou de serviços agregados. Assim, captam investidores, sócios, mentores e apoios do ecossistema, organizando-se melhor a cada novo passo. Apesar disso, segue a busca incessante e difícil por capi-

“Canvas? A gente fez tudo no chute. Nosso plano de negócios era aquilo de missão, visão e valores, não dava nem meia folha. Foi na base da tentativa e erro.”

“Chegou um momento, comecei a ficar incomodado com nosso modelo de negócios. A gente estava fazendo mais do mesmo. Comecei a ter uns atritos com meu sócio, porque eu não queria só ganhar dinheiro. Nosso modelo dava impacto nenhum, eu não conseguia mensurar.”

10

ESCALA

- Busca investidor
- Metas
- Iniciativa privada (parceria)
- Revisão serviços (enxugar solução)
- Revisão custos internos
- Ampliação infraestrutura
- Ampliação serviços agregados
- Contratação equipe mais qualificada
- Relação com investidor

tal, equipe e clientes, em que, frequentemente, recorre-se a trabalhos paralelos e diversas parcerias nessa montanha russa.

“A gente ainda não vive do dinheiro das vendas, hoje vivemos do dinheiro dos projetos. A gente desenvolve um projeto, faz um investimento, mas o parceiro bota grana também. Esses projetos ajudam a fazer com que a coisa rode enquanto eu estou aos pouquinhos tentando criar a minha estrutura e vender os meus produtos.”



+ STARTUP

Negócio. Faturamento. Monetização. Sustentabilidade. “Ganhar dinheiro fazendo o bem.” Palavras presentes no discurso de um empreendedor nato, de um profissional com experiência em gestão, vendas e transações financeiras. É com o pragmatismo e com uma

mente estratégica que esses profissionais se lançam numa jornada empreendedora de impacto, explorando um mundo completamente novo sem pressa, mas sem pausa. A compreensão de que antes de tudo são um negócio, faz com que naveguem melhor pelos

atores do ecossistema, usando-os de forma mais estratégica. Com exceção dos empreendedores atraídos pelo “glamour” de ter uma startup, a maioria percorre uma jornada linear, eficiente e promissora.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
Experiência em negócios; melhor noção da jornada e do que está por vir; planejam-se financeiramente ou têm apoio familiar, possibilitando mais tempo e menos pressão em todas as etapas; ideias são pensadas a partir do seu potencial de escala; sabem utilizar ferramentas e atores disponíveis de forma estratégica e com discurso mais racional; desapego da ideia gera maior abertura para <i>feedbacks</i> .		Impacto não é considerado num primeiro momento; soluções podem ser fracas em proposta de valor; empreendedores que são atraídos pela ilusão e glamour do mundo de startups.

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de educação
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de tecnologia
- Autoconhecimento

EXPLORAÇÃO

Uma jornada que se inicia com um olhar macro para o mercado e a educação. As últimas tendências em educação estão na ponta da língua desse empreendedor, que também pesquisa tecnologias, dados de mercado e comportamento de consumo e se conecta com *benchmarks* em todo o mundo, trocando experiências e ideias. Muitos se programam financeiramente para entrar nessa jornada, trazendo menos pressão e mais tempo para percorrer cada nova etapa.

2

IDEIA

- Pesquisa de educação
- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa que suporte a ideia
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- Eventos
- Busca e entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Mentoria
- Aceleração
- Incubação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Busca investidor
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- Validação com rede própria (amigos/família)
- Validação com ecossistema
- Validação com usuários
- Validação com especialistas
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Abertura ONG/OSCIP
- FFF \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Desenho canvas
- Contratação consultores
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- Pivota ideia

IDEAÇÃO

A busca por um negócio é pausada por muitas pesquisas e conversas estratégicas. Com foco no potencial de escala, já se voltam para as novas tecnologias e para a busca de diferenciais competitivos. Muitas vezes, são os primeiros a importar uma ideia de fora, inovadora ou não, mas extremamen-

te funcional. Com um *networking* pessoal potente, já acessam mentores, conquistam sócios, validam a ideia com especialistas, atores e usuários, mantendo o desapego e a escuta aberta. Acessam o investidor como um termômetro para medir a atratividade do negócio.

4

PROTÓTIPO

- Pesquisa com usuários
- Mockup
- Equipe colaborativa (amigos)
- Contratação freelas
- Contratação equipe
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Entrada sócio
- Aceleração
- Instituto/Fundação (apoio)
- Mentoria
- Eventos
- Exposição na mídia
- Definição métricas
- Refinamento solução
- Refinamento plano de negócio

PROTOTIPAGEM

Com foco 100% no novo negócio, nada de projetos paralelos, contratam equipe própria e infraestrutura necessária para desenvolver um bom protótipo e, ter muitas idas e vindas de testes, com o acompanhamento de um pedagogo.

5

PILOTO

- Teste escola privada
- Teste escola pública
- Teste ONG
- Teste professor
- Teste usuários
- Teste rede própria (amigos/ família)
- Contratação pedagogo
- Teste canais comunicação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Prospecção governo
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Aceleração
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Refinamento ideia/solução
- Case

“Nesse meio de startup às vezes eu acho muito show e pouca ação. Talvez por eu ser um pouco mais velha eu tenha essa impressão. O cara apresenta um pitch super legal mas na prática o produto dele não é assim. Acho que o povo tem que ser mais pé no chão, ter mais maturidade de mercado. Essa questão de chamar startup tem um glamour que não precisa.”

“O canvas muda toda hora. A gente discute, faz testes, e escreve de novo.”

Conhecem seus gaps pessoais e do negócio e não medem esforços para trazer talentos para sua equipe. Aqui já acessam programas de aceleração, com foco na validação pelo mercado. Pela sua experiência em negócios, os programas

de aceleração agregam menos. Também contam com apoio de fundações e institutos para garantir um teste adequado e *feedbacks* essenciais.

6

MVP

- Freemium (base e case)
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Busca aceleração
- Busca mentoria
- Busca iniciativa privada
- Busca investidor
- Busca anjo
- Abertura MEI
- Prospecção
- 1ª venda (sem protótipo)
- 1ª venda
- Exposição na mídia
- Contratação equipe
- Treinamento equipe
- Eventos
- Aceleração
- Mentoria
- Consultorias \$\$
- Anjo \$\$
- Empréstimo investidor \$\$
- FFF \$\$
- Investidor \$\$
- Parcerias
- Levantamento métricas
- Refinamento produto/serviço
- Case
- Pivota produto/serviço

MVP

A busca por um produto mínimo que garanta o início do negócio é o passo seguinte à fase de testes. Há quem adote a estratégia *freemium* em um primeiro momento, a fim de gerar visibilidade, base e tecer um case. Há quem tenha *networking* e talento comercial e já consiga primeiros clientes. Outros ainda optam por clientes *early adopters* que custeiam o desenvolvimento do MVP. Nessa fase, já refinam o plano de negócios e usam a mídia como trampolim para atrair atenção de investidores. A dificuldade é o acesso a atores estratégicos que possam agregar mais valor à solução.

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- 1ª venda
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Abertura ONG/OSCIP
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Infraestrutura
- Comunicação (site, marca)
- Contratação freelas
- Contratação equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Parcerias
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Busca mentoria
- Busca investidor
- Aceleração
- Incubação
- Mentoria
- Prospecção governo
- Empréstimo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Anjo \$\$
- Investidor \$\$
- Eventos
- Exposição na mídia
- Assessoria de imprensa
- Revisão de custos
- Produto 2.0
- Ampliação carteira clientes
- Busca modelo de impacto
- Definição métricas
- Refinamento comercial
- Teste canais comunicação
- Saída sócio
- Refinamento produto/ serviço
- Pivota produto/serviço
- Fechamento empresa

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

Agora é hora de trazer mais robustez à operação e organizar a casa para a escala. Busca-se aumento do time e maior qualificação profissional para responder aos gaps recém descobertos de pós-venda e suporte. Lançam novos produtos e fazem parcerias com atores do ecossistema e iniciativa privada

“Eu não sou da área de tecnologia. Startup é uma coisa completamente diferente de um negócio normal. Então meu primeiro desafio foi buscar uma pessoa com quem eu pudesse dialogar sobre isso. Eu comecei a ir em eventos, frequentar os grupos, comecei a estudar um pouco mais.”

para gerar visibilidade e permitir melhorias na solução. A mídia e os prêmios geram visibilidade, mas também maior pressão pela busca da excelência e diferencial de mercado. Começam as primeiras preocupações sobre um modelo de impacto.

“Eu tinha marcado a reunião com investidores-anjo, queria a opinião deles sobre a ideia, e chegamos lá com um protótipo enquanto todo mundo esperava só o PPT. Eu queria surpreender. Saímos da reunião com um investidor-anjo que se tornou o terceiro sócio”

8

TRAÇÃO

- Busca investidor
- Investidor \$\$
- Estruturação canais distribuição
- Ampliação carteira clientes
- Iniciativa privada (parceria)
- Ampliação mix produtos
- Soluções de suporte
- Aumento de equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Prospecção governo

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Iniciativa privada \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação (ponte com governo)
- Mentoria
- Ampliação mix produtos
- Melhoria processos internos
- Aumento equipe comercial/ pós-venda
- Revisão equipe interna
- Contratação equipe mais qualificada
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Prospecção governo
- Métricas de impacto

TRAÇÃO E ESCALA

Mais equipe, maior qualificação profissional, aumento de estrutura, aumento das vendas, maior necessidade de capital. Na medida em que o negócio cresce, as estratégias comerciais são refinadas

e a estrutura interna para atender aos clientes existentes é revisitada. Começam as conversas com investidores de maior peso e a interlocução com governo, sempre com apoio de outros atores do ecossis-

“Para entrar nas escolas, chamamos a pedagoga da equipe, que tem uma linguagem que é totalmente diferente da minha. Ela tem uma forma de falar que engaja o educador. Sempre comigo, ela vai junto. Mas é uma parceria muito boa, porque eu tenho a parte de negócios e ela fala do pedagógico.”

“Eu aprendi uma coisa: o melhor dinheiro que existe é o dinheiro do cliente. O dinheiro de fundo ou aceleradora é uma segunda opção.”

10

ESCALA

- Busca investidor
- Metas
- Iniciativa privada (parceria)
- Revisão serviços (enxugar solução)
- Revisão custos internos
- Ampliação infraestrutura
- Ampliação serviços agregados
- Contratação equipe mais qualificada
- Relação com investidor

tema. Projetos especiais surgem no paralelo para ampliar a base e divulgação e a busca por um modelo de métricas de impacto passa a ser mais presente, apesar de ainda uma incógnita.

“A gente sempre deu valor pra ser organizado. Então abrimos um CNPJ, contratamos um advogado pra organizar as empresas, fazer contrato. Tinha tudo sempre muito redondinho desde o começo.”

“Melhorar o produto não é mole, tem que ir fazendo testes, experimentando coisas... É bem difícil melhorar o produto, ainda mais um produto que você não está copiando de ninguém, nem se baseando em ninguém. É quase como andar no escuro, você não sabe onde vai pisar.”



+ SOB DEMANDA

Quando a demanda por uma solução em educação bate à porta desses profissionais, eles descobrem um novo mundo de possibilidades para suas expertises e iniciam uma jornada de negócio muito particular. Como a ideia já chega fechada, esses empreendedores acabam pulando etapas iniciais do processo como validação, prototipagem,

busca por um modelo de negócio etc. Por outro lado, são os primeiros a estruturar e formalizar suas empresas, uma vez que o primeiro cliente já existe. O risco nessa jornada está em desenvolver um serviço ou produto que seja relevante apenas para um determinado cliente, agindo mais como um fornecedor do que como um novo

negócio, sem investigar o que de fato o mercado está buscando ou o que pode funcionar para diferentes clientes. Quanto ao conhecimento do ecossistema em que ingressam, este também é um grupo que, muitas vezes, tem mais dificuldade de nomear os atores do mercado, já que atuavam em outras áreas originalmente.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
<p>Demanda de mercado inicial estimula uma organização formal do negócio; negócios já maduros atravessam uma jornada de forma mais profissional; produto que atende uma necessidade real.</p>		<p>Ideação superficial; não entendimento do problema e demanda reais; manter-se como fornecedor ao invés de posicionar-se como negócio; desconhecimento de atores e ecossistema de impacto; ausência de experiência em negócios para monetizar uma solução.</p>

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de educação
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de tecnologia
- Autoconhecimento

EXPLORAÇÃO

A jornada se inicia com uma oportunidade. Uma nova demanda de trabalho ou de pesquisa acadêmica apresenta um nicho de mercado a ser desbravado. Como a ideia já chega pronta, quase como uma encomenda para um prestador de serviço ou um novo projeto para um estudante, não há nessa primeira fase a percepção da necessidade de se aprofundar mais no tema educação e negócios de impacto. Fechados em seu próprio negócio ou laboratório, esses empreendedores partem automaticamente para a construção da solução demandada.

2

IDEIA

- Pesquisa de educação
- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa que suporte a ideia
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- Eventos
- Busca e entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Mentoria
- Aceleração
- Incubação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Busca investidor
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$

IDEAÇÃO

Pesquisas de mercado e de *benchmark* trazem uma melhor noção do universo de soluções em educação e demandas dos usuários, enquanto pesquisas de metodologias e discussões sobre educação são realizadas principalmente na academia. Não há validação formal da ideia nem rascunho do pla-

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- Validação com rede própria (amigos/família)
- Validação com ecossistema
- Validação com usuários
- Validação com especialistas
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Abertura ONG/OSCIP
- FFF \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Desenho canvas
- Contratação consultores
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- Pivota ideia

no de negócios, talvez por agirem como fornecedores nesse momento ou por estarem fechados em seu laboratório. Acadêmicos e empreendedores formalizam uma nova empresa, enquanto quem possui um negócio em andamento sai à frente.

4

PROTÓTIPO

- Pesquisa com usuários
- Mockup
- Equipe colaborativa (amigos)
- Contratação freelas
- Contratação equipe
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Entrada sócio
- Aceleração
- Instituto/Fundação (apoio)
- Mentoria
- Eventos
- Exposição na mídia
- Definição métricas
- Refinamento solução
- Refinamento plano de negócio

PROTOTIPAGEM

Poucos são os que constroem um protótipo para testar em campo. Quem já tem um negócio e está lidando com uma nova demanda complexa conduz uma prototipagem bastante profissional, com a contratação de equipe qualificada

5

PILOTO

- Teste escola privada
- Teste escola pública
- Teste ONG
- Teste professor
- Teste usuários
- Teste rede própria (amigos/família)
- Contratação pedagogo
- Teste canais comunicação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Prospecção governo
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$
- Aceleração
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Refinamento ideia/solução
- Case

(incluindo pedagogos) e teste em escolas de distintos perfis. Empreendedores sem conhecimento da jornada de negócio, testam a solução enquanto a desenvolvem, por meio de rede própria ou buscando o usuário final na internet.

“No mês passado lançamos o aplicativo voltado para outra área que não educação, o que não tem nenhuma relevância pra gente. Mas lançamos porque realmente temos que ver usabilidade, performance do aplicativo, budget. Vamos arrumando.”

“A gente foi pro básico, o que pensávamos que era o mais fácil: a venda de assinatura on-line. A gente não pensava em escola. Na verdade, pensava em vender pro aluno na web, mas não tinha parado pra fazer um estudo da dificuldade que seria isso.”

6

MVP

- Freemium (base e case)
- **Criação plano de negócio**
- Refinamento plano de negócio
- **Busca aceleração**
- Busca mentoria
- Busca iniciativa privada
- **Busca investidor**
- Busca anjo
- Abertura MEI
- **Prospecção**
- 1ª venda (sem protótipo)
- **1ª venda**
- Exposição na mídia
- Contratação equipe
- Treinamento equipe
- Eventos
- **Aceleração**
- **Mentoria**
- Consultorias \$\$
- **Anjo \$\$**
- Empréstimo investidor \$\$
- FFF \$\$
- Investidor \$\$
- Parcerias
- Levantamento métricas
- Refinamento produto/serviço
- Case
- **Pivota produto/serviço**

MVP

Ao entender a oportunidade de ampliar a solução desenvolvida para um novo mercado, desenham um plano de negócio, partem para prospecções e começam a buscar ajudas para a jornada. A demanda é por mentores, investidores e aceleradoras que tragam o conhecimento de negócio necessário para a monetização da solução, havendo abertura para o refinamento e pivotagem do produto/serviço. Quem já possui um negócio maduro e entende da dinâmica do mercado, chega naturalmente a um MVP após a entrega da demanda para o cliente.

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- 1ª venda
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- Abertura ONG/OSCIP
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- **Infraestrutura**
- Comunicação (site, marca)
- Contratação freelas
- **Contratação equipe**
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- **Parcerias**
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Busca mentoria
- Busca investidor
- Aceleração
- **Incubação**
- Mentoria
- Prospecção governo
- Empréstimo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação \$\$
- **Governo \$\$ (subsídios)**
- Iniciativa privada \$\$
- **Anjo \$\$**
- Investidor \$\$
- Eventos
- Exposição na mídia
- Assessoria de imprensa
- Revisão de custos
- Produto 2.0
- Ampliação carteira clientes
- Busca modelo de impacto
- Definição métricas
- Refinamento comercial
- Teste canais comunicação
- Saída sócio
- **Refinamento produto/ serviço**
- **Pivota produto/serviço**
- Fechamento empresa

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

Acadêmicos organizam equipe e empresa com recursos de editais e bolsas científicas, acessando incubadoras para buscar infraestrutura e *know-how* para o refinamento da solução, enquanto outros empreendedores buscam anjos e mentores de negócio para também re-

“Durante os testes, a gente já começou a tentar vender! Então a gente aproveitou a experiência já pra ser um case e procuramos agentes comerciais, que nos levaram pra prefeituras, governo e tal. Foi traumático! Porque a venda é totalmente política, de interesses. Eram dilemas morais mesmo, que você via nesse momento. Foram três ou quatro golpes, assim, muito pesados.”

finar seu produto/serviço e plano de negócios. A busca aqui é pela monetização da solução. Para isso, pilotam bastante e começam a enxergar o gap do entendimento do problema e das reais demandas do mercado.

“Eu tinha essa ilusão, que ia ser muito fácil vender o produto. Mas é preciso pesquisar mercado, pesquisar players, modelos de negócios que já deram certo naquele mercado... Se você está fazendo produto pro ENEM, procure ver quem tá vendendo pro ENEM, como vende, o que vende. Nunca parta do pressuposto que você vai ser sozinho no mercado.”

8

TRAÇÃO

- Busca investidor
- Investidor \$\$
- Estruturação canais distribuição
- **Ampliação carteira clientes**
- Iniciativa privada (parceria)
- Ampliação mix produtos
- Soluções de suporte
- Aumento de equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- **Prospecção governo**

Negócios já estabelecidos passam do MVP diretamente para um momento de tração, ao entender a oportunidade de mercado que se abre adiante. Inicia-se um trabalho intenso de prospecção e muitas

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Iniciativa privada \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação (ponte com governo)
- Mentoria
- **Ampliação mix produtos**
- Melhoria processos internos
- Aumento equipe comercial/ pós-venda
- Revisão equipe interna
- Contratação equipe mais qualificada
- Projetos especiais (divulgação/base)
- **Prospecção governo**
- Métricas de impacto

TRAÇÃO E ESCALA

conversas com o governo, adaptando soluções para contextos distintos. Em paralelo, a empresa vai se mantendo e tornando-se mais conhecida no mercado por meio de parcerias com a iniciativa pri-

“Tínhamos um produto que trabalhava o ensino médio e, no primeiro ano de eleição, a gente entendeu que precisava fazer uma coisa. Era preciso nos balancear entre as duas eleições, porque no período de eleição no Brasil nada se compra, nada se faz. Então a gente lançou uma variação da plataforma para atender o ensino fundamental, porque isso fica nas mãos dos municípios e o ensino médio na mão dos estados.”

10

ESCALA

- **Busca investidor**
- Metas
- **Iniciativa privada (parceria)**
- Revisão serviços (enxugar solução)
- Revisão custos internos
- Ampliação infraestrutura
- Ampliação serviços agregados
- Contratação equipe mais qualificada
- Relação com investidor

vada para o desenvolvimento de novas soluções. Investidores são buscados para a escala no país e no exterior.

“Lançamos o produto e pensávamos que ia ser bastante fácil: ‘ah, vai dar um clube gigante! Não tem ninguém como a gente no mercado...’ Aí que descobrimos algumas verdades do mercado. Tínhamos que ter uma estrutura de marketing muito maior do que eu previa na época. Muitos concorrentes fizeram com que nosso produto não fosse tão novo assim. Depois tivemos problemas com contratação de funcionários mesmo... Por desconhecer o processo de contratação, carteira, ajustes financeiros, obrigações.”



+ SERVIÇO

Com certeza, esse é o maior e mais heterogêneo grupo, com as jornadas mais distintas entre si. A maioria dos empreendedores desse grupo está transpondo ideias de outros mercados para o mundo da educação, ainda atrasada em relação às novas tecnologias e soluções disponíveis na atualidade. O desafio de suas jornadas é ir além da

ideia inicial (gatilho), buscando um maior aprofundamento do problema que estão resolvendo. Há quem não se aprofunde nas pesquisas de mercado e de educação, diminuindo a proposta de valor de seus produtos e o potencial de impacto que poderiam alcançar. Outros, por encontrar um problema enquanto usuário, criam soluções que não ne-

cessariamente serão monetizadas. Demoram a encontrar um modelo de negócio e, muitas vezes, não alcançam. Levam vantagem nas idas e vindas da jornada quando se entendem cedo como uma startup e reconhecem os atores e o mercado.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
É o gatilho que mais atrai empreendedores para a jornada; entendimento de um <i>gap</i> claro de mercado; veia de empreendedorismo; desejo real de solucionar um problema.		Transpor ideias de outros mercados para o mundo da educação sem considerar seu potencial de impacto; apego à ideia por generalizar sua experiência pessoal e não validar com o mercado; falta de percepção do problema que estão resolvendo; desconhecimento da jornada leva a muitas idas e vindas na caminhada; desconhecimento dos atores do ecossistema; proposta de valor pouco clara.

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de educação
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de tecnologia
- Autoconhecimento

EXPLORAÇÃO

Empreendedores com noção de negócio entendem desde o primeiro momento a necessidade de se aprofundar mais no contexto do mercado, da educação e do próprio ecossistema, buscando um entendimento do todo para orientar seu processo de ideação. Os mais imaturos na jornada do empreendedorismo sentem-se mais perdidos no início da caminhada e fecham-se na experiência pessoal vivida com um serviço insatisfatório, não buscando ampliar essa percepção.

2

IDEIA

- Pesquisa de educação
- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa que suporte a ideia
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- Eventos
- Busca e entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Mentoria
- Aceleração
- Incubação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Busca investidor
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$

IDEAÇÃO

Um processo que pode ser realizado de maneira mais profissional, com pesquisas aprofundadas em educação, tecnologia e *benchmarks*, rascunho do plano de negócios, busca estratégica de sócios, validação formal com vários atores, acesso a programas de aceleração (quando entendida a necessidade de apoio de negócio) e até mesmo a ousadia

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- Validação com rede própria (amigos/família)
- Validação com ecossistema
- Validação com usuários
- Validação com especialistas
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Abertura ONG/OSCIP
- FFF \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- Rascunho plano de negócio
- Desenho canvas
- Contratação consultores
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- Pivota ideia

para a primeira venda da ideia no papel. Mas pode ser também um processo mais raso, pautando-se em pesquisas enviesadas para suporte à ideia. Às vezes não há nenhuma pesquisa nem processo de validação. A escolha pouco criteriosa de sócios e ingenuidade quanto ao entendimento de monetização da solução também são riscos.

4

PROTÓTIPO

- Pesquisa com usuários
- Mockup
- Equipe colaborativa (amigos)
- Contratação freelas
- Contratação equipe
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- Investimento próprio \$\$
- Anjo \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Entrada sócio
- Aceleração
- Instituto/Fundação (apoio)
- Mentoria
- Eventos
- Exposição na mídia
- Definição métricas
- Refinamento solução
- Refinamento plano de negócio

PROTOTIPAGEM

Empreendedores com visão mais estratégica da jornada, otimizam recursos e equipe própria, fazem mockups (representações visuais da solução) e têm consultoria pedagógica para testes em escolas diversas, a fim de gerar um case ro-

5

PILOTO

- Teste escola privada
- Teste escola pública
- Teste ONG
- Teste professor
- Teste usuários
- Teste rede própria (amigos/família)
- Contratação pedagogo
- Teste canais comunicação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Prospecção governo
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Aceleração
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Refinamento ideia/solução
- Case

“O que mais me preocupava era decidir o caminho de um produto, pois eu tinha um foco, eu queria fazer alguma coisa com Educação, mas o produto exatamente eu não sabia. Eu visualizava uma oportunidade de um problema era um desafio. E foi no chute, não teve muita pesquisa... Foi na sensação, um feeling mesmo.”

busto. Há quem alcance uma prototipagem bem feita com auxílio de aceleradoras e mentores, mas a maioria passa por dificuldades com a contratação de freelas descomprometidos, busca de editais para angariar recursos, testes mais rasos

com rede próxima e baixo envolvimento dos sócios no novo negócio. Isso sem mencionar quem encontra dificuldades adiante por não ter executado uma fase de prototipagem e teste da solução.

6

MVP

- Freemium (base e case)
- Criação plano de negócio
- Refinamento plano de negócio
- **Busca aceleração**
- **Busca mentoria**
- **Busca iniciativa privada**
- **Busca investidor**
- **Busca anjo**
- Abertura MEI
- **Prospecção**
- **1ª venda (sem protótipo)**
- **1ª venda**
- Exposição na mídia
- **Contratação equipe**
- **Treinamento equipe**
- **Eventos**
- **Aceleração**
- Mentoria
- Consultorias \$\$
- Anjo \$\$
- **Empréstimo investidor \$\$**
- **FFF \$\$**
- Investidor \$\$
- **Parcerias**
- **Levantamento métricas**
- **Refinamento produto/serviço**
- Case
- **Pivota produto/serviço**

MVP

A busca pelo primeiro sustento da empresa está na cabeça de alguns empreendedores que após o piloto refinam a solução, arrumam a casa e partem para a prospecção, buscando, em paralelo, apoios do ecossistema. Quem não passou por uma fase formal de prototipagem tem dificuldade na primeira entrega da solução, mas, dependendo do perfil do empreendedor, pode encontrar um bom MVP. Quem tem apoio de aceleradoras pode se sentir em um limbo quando termina o programa, sem saber ao certo se projetar no mercado e gerar vendas. É aqui que todos começam a perceber a dificuldade de vender para o setor público e a ausência de investidores de risco no mercado.

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- **1ª venda**
- **Criação plano de negócio**
- **Refinamento plano de negócio**
- Abertura ONG/OSCIP
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- **Infraestrutura**
- **Comunicação (site, marca)**
- **Contratação freelas**
- **Contratação equipe**
- **Contratação equipe comercial/pós-venda**
- **Parcerias**
- Projetos especiais (divulgação/base)
- **Busca mentoria**
- **Busca investidor**
- **Aceleração**
- **Incubação**
- **Mentoria**
- **Prospecção governo**
- Empréstimo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Consultorias \$\$
- **Instituto/Fundação \$\$**
- **Governo \$\$ (subsídios)**
- Iniciativa privada \$\$
- Anjo \$\$
- **Investidor \$\$**
- **Eventos**
- **Exposição na mídia**
- **Assessoria de imprensa**
- **Revisão de custos**
- **Produto 2.0**
- **Ampliação carteira clientes**
- Busca modelo de impacto
- Definição métricas
- Refinamento comercial
- **Teste canais comunicação**
- Saída sócio
- Refinamento produto/ serviço
- **Pivota produto/serviço**
- Fechamento empresa

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

A hora da verdade. Empreendedores que apenas saem de uma ideia pessoal sem validação e, diretamente, tentam estruturar um negócio, passam muitas dificuldades até entender a necessidade de ter um plano de negócio realista, que encontre uma forma de monetizar sua solução. Podem terminar em um limbo sem fim ou, com ajudas, pivotar sua solução e voltar

“A gente lançou e saiu atrás de divulgar com assessoria de imprensa. Deu super certo. A mídia aceitou, mas a gente não conseguia viabilizar o nosso trabalho. Apesar de 1 milhão de pessoas já terem acessado o site, o modelo de negócios não funciona. É muito ruim esse sofrimento de ver a ferramenta funcionando, mas sem o retorno financeiro. A gente sente falta de ter feito um protótipo lá no começo.”

algumas etapas nessa jornada. Empreendedores mais experientes e com visão clara de seu negócio fortalecem sua musculatura para tracionar, refinando equipe, estrutura física e modelo de negócio, planejando *upgrades* na solução e também buscando investidores, apoios do ecossistema e parcerias estratégicas para venda, distribuição e projeção no mercado.

“O maior desafio aqui era a questão de pensar todo o plano de negócios, a parte contábil, financeira. Tentamos resolver com muita pesquisa, conversas e o que mais o empreendedor faz nessa fase: chute!”

“Eu não tenho formação pedagógica nenhuma e nem a minha sócia, mas o empreendedor não precisa saber de tudo, tem

8

TRAÇÃO

- **Busca investidor**
- **Investidor \$\$**
- Estruturação canais distribuição
- **Ampliação carteira clientes**
- Iniciativa privada (parceria)
- **Ampliação mix produtos**
- **Soluções de suporte**
- **Aumento de equipe**
- **Contratação equipe comercial/pós-venda**
- Prospecção governo

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$
- **Governo \$\$ (subsídios)**
- **Instituto/Fundação \$\$**
- **Iniciativa privada \$\$**
- Consultorias \$\$
- **Instituto/Fundação (ponte com governo)**
- **Mentoria**
- Ampliação mix produtos
- **Melhoria processos internos**
- Aumento equipe comercial/ pós-venda
- **Revisão equipe interna**
- **Contratação equipe mais qualificada**
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Prospecção governo
- Métricas de impacto

TRAÇÃO E ESCALA

Com um negócio estruturado, o foco se desloca para a melhoria da qualificação do time e dos processos internos, planejamento de estratégias comerciais mais agressivas, adaptação ao pós-venda, busca de mentores e captação de investidores, prêmios e outros re-

que saber administrar o negócio e contratar outras pessoas. Por isso a gente chamou uma consultora pedagógica.”

“Fizemos o teste numa escola em uma pequena cidade, uma escola estadual, era afastada... A gente não acompanhou esse piloto ali do lado. Mas chegamos à conclusão de que, se conseguíssemos dar certo nessa escola, já era um bom parâmetro para o Brasil.”

curso para ampliação da oferta. Para ajudar a manter a empresa nos trilhos, consultorias paralelas e fornecimento de soluções para a iniciativa privada continuam a acontecer, com o cuidado de não desviar o foco do negócio em andamento. Para alcançar as metas

“Se eu soubesse antes que ainda estava tão cru, que o mercado de educação tinha essa dificuldade da venda, que você não vende um produto de educação igual você vende uma Bermuda, eu teria me preocupado mais com meu plano de negócio.”

“A gente teve a oportunidade de criar uma plataforma tecnológica, entrar na escola, testar com os alunos. Não funcionou, fizemos outra. Entramos e testamos. Então, a gente fez muito mockup, testou com aluno. Isso ao longo de mais de seis meses.”

10

ESCALA

- Busca investidor
- **Metas**
- Iniciativa privada (parceria)
- **Revisão serviços (enxugar solução)**
- **Revisão custos internos**
- Ampliação infraestrutura
- **Ampliação serviços agregados**
- **Contratação equipe mais qualificada**
- Relação com investidor

estabelecidas, em um segundo momento, percebem a necessidade de enxugar a solução e pensar novos serviços agregados e estratégias para aumentar o *ticket* médio das vendas.

“Desenvolvi, em quatro meses, a primeira versão e, quando entreguei, foi um caos. Ainda não tinha tudo que tinha que ter, aí fomos desenvolvendo, quase moramos dentro da escola. Ficamos lá conversando com os usuários, vendo o que eles faziam e desenvolvendo o produto, ficamos um tempão na escola. Eu aprendi que meio que dá certo você vender sem ter o produto. Têm pessoas que não têm coragem de fazer isso, né? Todo mundo acredita piamente na ideia e quer fazer a ideia antes de saber se vai ter cliente.”



+ OCASIÃO

Esses empreendedores são parte pequena da amostra. A grande vantagem dos que começam nessa jornada reside na qualidade de suas soluções. Idealizados em um processo instintivo de design thinking, normalmente os produtos e serviços propostos já foram testados e comprovados no dia a dia da sala de aula. Por estarem distante do uni-

verso de empresas e startups, são empreendedores que precisam de mais ajuda na execução do negócio. Ajuda essa que chega para muitos, já que unem características interessantes como soluções comprovadas e conhecimento do dia a dia da escola, atraindo vários atores do ecossistema, principalmente os que visam impacto.

!	X	?
POTENCIAL		RISCO
Soluções comprovadas em sala de aula em um processo instintivo de design thinking; maior conhecimento de gaps e oportunidades; experiência com o usuário; atraem vários atores do ecossistema, principalmente os que visam impacto.		Por não perceber seu potencial de negócio, podem ficar à margem do mercado; falta de visão de negócio; desconhecimento dos atores e do ecossistema.

1

EXPLORAÇÃO

- Pesquisa de mercado
- Pesquisa de educação
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa de benchmark
- Pesquisa de tecnologia
- **Autoconhecimento**

EXPLORAÇÃO

Dentro da sala de aula, esses empreendedores disparam processos instintivos de inovação, buscando melhorias no aprendizado e em sua atividade diária. Com o resultado percebido, surge o desejo de ampliar esse impacto numa busca também pessoal por maior significado e realização na vida e na carreira profissional. Sem o entendimento inicial de um negócio embrionário, não fazem nenhum tipo de mergulho no contexto do mercado ou da educação.

2

IDEIA

- **Pesquisa de educação**
- Pesquisa de mercado
- **Pesquisa de benchmark**
- Pesquisa de ecossistema
- Pesquisa que suporte a ideia
- Pesquisa de tecnologia
- Pesquisa com usuários
- Pesquisa com especialistas
- Eventos
- **Busca e entrada sócio**
- Rascunho plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Mentoria
- Aceleração
- Incubação
- **Instituto/Fundação (apoio)**
- Busca investidor
- **Investimento próprio \$\$**
- Anjo \$\$

3

VALIDAÇÃO DE IDEIA

- Mockup para validação ideia
- Validação com rede própria (amigos/família)
- **Validação com ecossistema**
- **Validação com usuários**
- **Validação com especialistas**
- Validação com investidores
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Abertura ONG/OSCIP
- **FFF \$\$**
- Governo \$\$ (subsídios)
- Iniciativa privada \$\$
- Aceleração
- Entrada sócio
- **Rascunho plano de negócio**
- Desenho canvas
- **Contratação consultores**
- 1ª venda
- Anjo \$\$
- Pivota ideia

IDEAÇÃO

O processo de geração e validação da ideia conta com pesquisas de educação e *benchmarks* para dar suporte e aprofundamento a uma solução já existente. Editais do governo e processos de aceleração de fundações e institutos também podem ser gatilhos para esse empreendedor enxergar o potencial

de sua solução e ingressar na jornada de negócio. Na medida em que desvendam o ecossistema, validam a ideia com diferentes atores, começam a rascunhar o plano de negócios e buscam capital, recorrendo à rede próxima e também a recursos próprios.

4

PROTÓTIPO

- Pesquisa com usuários
- **Mockup**
- Equipe colaborativa (amigos)
- **Contratação freelas**
- **Contratação equipe**
- Contratação pedagogo
- Contratação consultores
- Assessoria de imprensa
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Infraestrutura própria
- Comunicação (site, marca)
- Busca subsídios/editais
- **Investimento próprio \$\$**
- Anjo \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- **Instituto/Fundação \$\$**
- Entrada sócio
- **Aceleração**
- **Instituto/Fundação (apoio)**
- Mentoria
- **Eventos**
- **Exposição na mídia**
- **Definição métricas**
- **Refinamento solução**
- Refinamento plano de negócio

5

PILOTO

- Teste escola privada
- **Teste escola pública**
- Teste ONG
- Teste professor
- **Teste usuários**
- Teste rede própria (amigos/família)
- **Contratação pedagogo**
- Teste canais comunicação
- Instituto/Fundação (apoio)
- Prospecção governo
- Entrada sócio
- Anjo \$\$
- Investimento próprio \$\$
- Aceleração
- Criação plano de negócio
- Formalização empresa (jurídico/financeira)
- Refinamento ideia/solução
- Case

PROTOTIPAGEM

Fundações, institutos, aceleradoras e outros atores dão um suporte mais profissional para alguns empreendedores nas fases de prototipagem e teste da solução, que também engloba o desenvolvimento do plano de negócios e

estruturação primária da empresa. O contexto público é priorizado no piloto, assim como a opinião de pedagogos e usuários em várias idas e vindas. É aqui que os empreendedores começam a entender-se como tal, circulando por eventos

“Tudo que nós fazemos sai de dentro da sala de aula, da realidade. É diferente você empreender em Educação de um aspecto teórico do que criar com alunos especiais, com alunos com dificuldade. Você cria um aspecto intuitivo de percepção.”

“Eu saí da aceleração e eu pensei ‘ah agora eu acho que sou empreendedor, eu consigo ter essa firmeza pra de fato abrir uma empresa e começar a tocar.”

do meio, tornando-se visíveis na mídia e conectando-se com atores diversos. É também nessa fase que surgem as primeiras discussões sobre o impacto de sua solução.

6

MVP

- Freemium (base e case)
- **Criação plano de negócio**
- **Refinamento plano de negócio**
- Busca aceleração
- Busca mentoria
- Busca iniciativa privada
- Busca investidor
- Busca anjo
- **Abertura MEI**
- **Prospecção**
- 1ª venda (sem protótipo)
- **1ª venda**
- **Exposição na mídia**
- **Contratação equipe**
- Treinamento equipe
- **Eventos**
- Aceleração
- **Mentoria**
- Consultorias \$\$
- **Anjo \$\$**
- Empréstimo investidor \$\$
- FFF \$\$
- Investidor \$\$
- Parcerias
- Levantamento métricas
- **Refinamento produto/serviço**
- **Case**
- **Pivota produto/serviço**

MVP

Com a orientação e apoio do ecossistema, alguns empreendedores partem para a busca de seu MVP, trazendo investidores-anjo, mentores e equipe própria para refinar a solução. Outros utilizam de certa experiência na área empresarial para articular com investidores e fundações, buscando parcerias, patrocínios e fontes diversas de recursos para o negócio em construção. Deslize comum nessa fase, a estruturação correta da empresa é uma dificuldade para quem não tem experiência em negócios ou apoio nesse sentido.

7

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

- **1ª venda**
- **Criação plano de negócio**
- **Refinamento plano de negócio**
- **Abertura ONG/OSCIP**
- **Formalização empresa (jurídico/financeira)**
- Infraestrutura
- **Comunicação (site, marca)**
- **Contratação freelas**
- Contratação equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Parcerias
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Busca mentoria
- **Busca investidor**
- **Aceleração**
- Incubação
- **Mentoria**
- **Prospecção** governo
- Empréstimo \$\$
- **Investimento próprio \$\$**
- **Consultorias \$\$**
- **Instituto/Fundação \$\$**
- Governo \$\$ (subsídios)
- **Iniciativa privada \$\$**
- **Anjo \$\$**
- Investidor \$\$
- **Eventos**
- **Exposição na mídia**
- Assessoria de imprensa
- Revisão de custos
- Produto 2.0
- Ampliação carteira clientes
- Busca modelo de impacto
- **Definição métricas**
- Refinamento comercial
- Teste canais comunicação
- **Saída sócio**
- **Refinamento produto/ serviço**
- Pivota produto/serviço
- Fechamento empresa

ORGANIZAÇÃO DE NEGÓCIO

Empreendedores que também atuam como fornecedores de soluções para manter a empresa têm mais dificuldade de chegar ao MVP, partindo da ideia direto para a estruturação do negócio e busca das vendas. Investem em projetos relevantes para gerar case e nome para a empresa, circulam por eventos do meio, acessam a mídia, prospectam com o governo, investidores e

empresas privadas mas podem se perder nessa execução, sem um modelo de negócio e a monetização clara de sua solução. Os empreendedores que encontram seu MVP preparam-se para dar o salto e tracionar investindo em equipe e estrutura, organizando processos internos e captando mais recursos para refinar sua solução e apoiar os clientes conquistados.

8

TRAÇÃO

- Busca investidor
- Investidor \$\$
- Estruturação canais distribuição
- **Ampliação carteira clientes**
- **Iniciativa privada (parceria)**
- Ampliação mix produtos
- Soluções de suporte
- Aumento de equipe
- Contratação equipe comercial/pós-venda
- Prospecção governo

9

PRÉ-ESCALA

- Investidor \$\$
- Governo \$\$ (subsídios)
- Instituto/Fundação \$\$
- Iniciativa privada \$\$
- Consultorias \$\$
- Instituto/Fundação (ponte com governo)
- Mentoria
- Ampliação mix produtos
- Melhoria processos internos
- Aumento equipe comercial/ pós-venda
- Revisão equipe interna
- Contratação equipe mais qualificada
- Projetos especiais (divulgação/base)
- Prospecção governo
- Métricas de impacto

10

ESCALA

- Busca investidor
- Metas
- Iniciativa privada (parceria)
- Revisão serviços (enxugar solução)
- Revisão custos internos
- Ampliação infraestrutura
- Ampliação serviços agregados
- Contratação equipe mais qualificada
- Relação com investidor

TRAÇÃO E ESCALA

Com uma musculatura mais firme, os empreendedores partem para uma fase mais agressiva de prospecção, focando primeiro na iniciativa privada para rentabilizar seu negócio em menor tempo e também para desenvolver novos projetos e soluções.

“Eu conversei com muita gente do mundo empreendedor para me adaptar a esse linguagem. E foi assim que eu aprendi o que significa de fato escalar, o que significa usar a tecnologia para atingir níveis supra escola. Aí eu comecei a prototipar a ideia e comecei a conversar com pessoas especializadas para ver se era possível fazer. Hoje eu sei que é possível.”

“Não pensamos em modelo de negócios, em rentabilizar. A gente queria fazer, era ‘fazeção’. Tínhamos uma ideia que, a partir do conhecimento que nosso primeiro projeto desse, receberíamos demandas de trabalho, seríamos procurados. Só que nenhum dos dois sócios tocava o comercial. Hoje a gente fala sobre como é que vai vender, quanto, quais são os canais de distribuição.”

“A venda do produto atualmente não é suficiente para manter a empresa. Nós fazemos outras atividades, mas hoje o rendimento já é bem melhor, e as experiências todas, muito satisfatórias.”

“No início do negócio você tem que contar a ideia para todo mundo e ouvir um monte de opinião. E começa pequenininho, vai fazendo sozinho, sem investir até entrar o primeiro dinheiro. Não vai atrás de empresa, vai atrás do seu cliente final, que vai comprar o serviço imediatamente.”

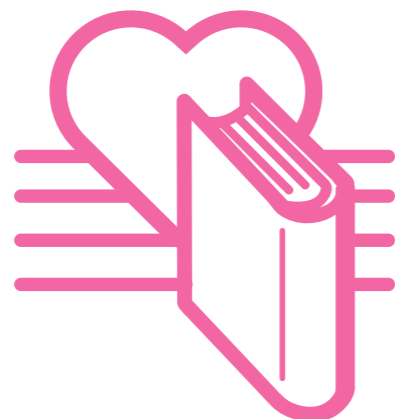
“Formalizamos a empresa no ano passado. Fechamos a ONG e hoje a gente trabalha no modelo de microempreendedor individual. Mas a gente vai mudar de novo. Para captar dinheiro de investidor, a gente precisa formalizar um pouco mais.”

SÍNTESE



+ SENTIDO

QUER MELHORAR O MUNDO, MAS NÃO TEM AMBIÇÃO CLARA DE NEGÓCIO E/OU DE IMPACTAR A EDUCAÇÃO. PODERIA ESTAR ATUANDO EM QUALQUER OUTRO SEGMENTO. A FALTA DESSE FOCO INICIAL PODE LEVAR A UMA JORNADA MAIS DISPERSA E COM MENOS RESILIÊNCIA.



+ EDUCAÇÃO

SOLUÇÕES JÁ NASCEM COM MAIOR PROPOSTA DE VALOR E POTENCIAL DE IMPACTO EM EDUCAÇÃO, ATRAINDO GRANDES NOMES E INTERESSADOS NA ÁREA. MAS A COMPLEXIDADE DE SEUS PRODUTOS/SERVIÇOS GERA MAIOR DIFICULDADE DE MVP E MONETIZAÇÃO DO NEGÓCIO.



+ STARTUP

EMPREENDEDORES NATOS, TÊM MELHOR NOÇÃO DA JORNADA E IDEIAS PENSADAS A PARTIR DO SEU POTENCIAL DE ESCALA. UTILIZAM FERRAMENTAS E ATORES DE FORMA ESTRATÉGICA, MAS PODEM NÃO CONSIDERAR O IMPACTO NUM PRIMEIRO MOMENTO. ALGUMAS VEZES, TÊM SOLUÇÕES FRACAS EM PROPOSTA DE VALOR.



+ DEMANDA

A EDUCAÇÃO PODE SE TRANSFORMAR EM UM NICHU EXTREMAMENTE OPORTUNO, MAS HÁ RISCO DE NÃO CONSEGUIREM MONETIZAR UMA SOLUÇÃO. PODEM MANTER-SE COMO FORNECEDORES AO INVÉS DE SE POSICIONAREM COMO NEGÓCIO. EMPRESAS JÁ MADURAS REALIZAM UMA JORNADA MAIS CURTA, PROFISSIONAL E COM GRANDE POTENCIAL DE ESCALA.



+ SERVIÇO

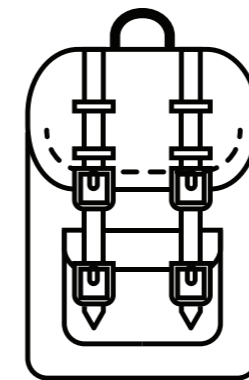
GATILHO QUE MAIS ATRAI EMPREENDEDORES PARA A JORNADA, AQUI QUEM TEM VEIA EMPREENDEDORA VAI MAIS LONGE. O DESAFIO É APROFUNDAR-SE NO PROBLEMA E TER UMA PROPOSTA DE VALOR MAIS RICA, JÁ QUE A MAIORIA APENAS ADAPTA IDEIAS DE OUTROS MERCADOS PARA O MUNDO DA EDUCAÇÃO, SEM CONSIDERAR SEU POTENCIAL DE IMPACTO.



+ OCASIÃO

SOLUÇÕES DE MAIOR QUALIDADE, QUE NASCEM EM SALA DE AULA EM UM PROCESSO INSTINTIVO DE DESIGN THINKING. ATRAEM VÁRIOS ATORES DO ECOSISTEMA, PRINCIPALMENTE OS QUE VISAM IMPACTO. O RISCO ESTÁ EM NÃO PERCEBEREM SEU POTENCIAL DE NEGÓCIO E FICAREM À MARGEM DO MERCADO.

CONSIDERAÇÕES FINAIS



A MOCHILA DO EMPREENDEDOR, bagagem que faz a diferença

INDEPENDENTEMENTE DOS PORQUÊS E DOS GATILHOS QUE TROUXERAM O EMPREENDEDOR PARA O CAMINHO DO IMPACTO EM EDUCAÇÃO, UMA COISA É CERTA: AS FERRAMENTAS QUE ELE TRAZ CONSIGO, EM SUA MOCHILA, FARÃO A DIFERENÇA NESTA TRILHA. SEUS CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS PRÉVIAS PAUTAM A JORNADA DO EMPREENDEDOR, DESDE O PRIMEIRO DIA. E SÃO SEUS VALORES E PERFIL QUE INFLUENCIAM SEU RITMO, SUAS ATITUDES E SUA ABERTURA PARA IR ADQUIRINDO NOVAS FERRAMENTAS CONFORME A NECESSIDADE DE CADA ETAPA.

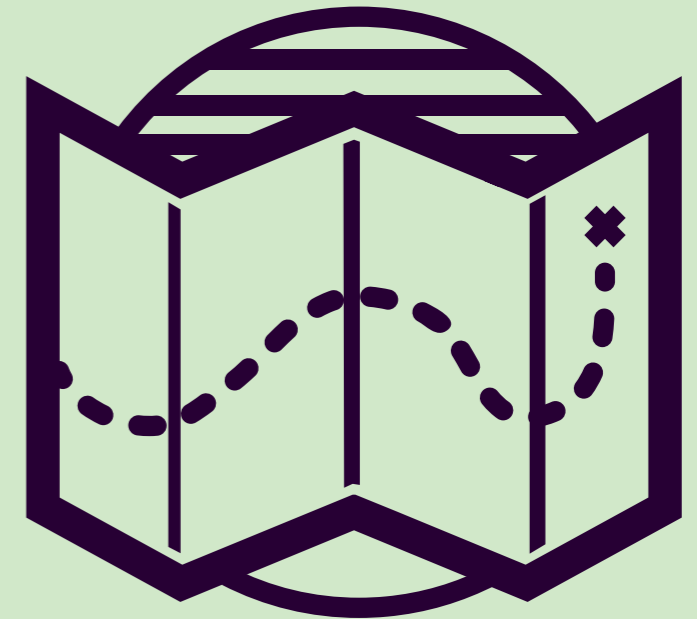
EM TODOS OS SEIS TIPOS DE JORNADAS ANALISADAS, HÁ NEGÓCIOS COM MAIS PROPENSÃO AO ÊXITO OU A SE PERDER NO CAMINHO E SOFRER COM INFINITAS READEQUAÇÕES. APESAR DE HAVER NUANCES INTERESSANTES NA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE ESSAS JORNADAS, O POTENCIAL PARA UM CAMINHO MENOS ÁRDUO ENCONTRA-SE EXATAMENTE NO CONHECIMENTO DA PRÓPRIA JORNADA E DAS FERRAMENTAS À SUA DISPOSIÇÃO.



+



+



NEGÓCIO

DE

IMPACTO

EM

EDUCAÇÃO

Sem dúvida, essa é a maior caixa de ferramentas necessária na jornada. Os empreendedores com conhecimentos de gestão, desenvoltura comercial e entendimento dos conceitos de uma startup ingressam na jornada com duas vantagens: previsão das etapas a trilhar e ferramentas para tal. Por mais que a jornada de educação

traga várias surpresas ao longo do caminho, os que têm em mente o **NEGÓCIO**, que garantem mais ferramentas para isso e fortalecem suas bases iniciais com esse olhar, lidam melhor com os imprevistos e têm uma análise estratégica constante das fragilidades internas e externas do seu negócio.

Impacto é o resultado final que todos estão buscando. É o que dá sabor e sentido para a jornada e garante a resiliência dos empreendedores e de todos os apoios conquistados no caminho. Quem tem essa visão clara atrai com mais

facilidade suporte, investimentos e exposição. O balanço aqui é ter o **IMPACTO** em vista, mas, de fato, saber medir e planejar o futuro sem que a exigência desmedida torne a escalada mais árdua do que o necessário.

Empreendedores que emergem da sala de aula, com vivências concretas desse mundo, tendem a gerar soluções orgânicas (puro design thinking) e são mais propensos a ter um produto realmente aderente às necessidades do usuário. Mas a exploração de oportunidades no mundo da EDU-

CAÇÃO é uma jornada que só tem potencial quando sustentada por boas ferramentas de negócio. Para os que buscam um entendimento mais aprofundado desse universo, o desafio está em encontrar profissionais que de fato tenham expertise em educação.



EM UMA JORNADA EMPREENDEDORA, HÁ QUE SE LEMBRAR QUE ANTES DE TUDO, ESTAMOS FALANDO DE UM **NEGÓCIO**.



PARA TER SENTIDO E DE FATO MOVIMENTAR O ECOSISTEMA, HÁ QUE SE PREOCUPAR COM O **IMPACTO**.



NÃO HÁ COMO FUGIR, É NECESSÁRIO ENTENDER PROFUNDAMENTE O UNIVERSO PARTICULAR DA **EDUCAÇÃO**.

“

A oportunidade de empreender em educação é pra todo mundo, mas poucos vão chegar lá mesmo. Pra tudo na vida você tem que ralar pra caramba. Então vai ser difícil, você vai chorar e se você desistir, não é demérito, não era pra você apenas. Eu acredito que se você quer uma coisa, você vai ralar muito pra conseguir. É zero cool, é vida real, é tipo não ter dinheiro pra pagar suas contas. Tem gente que acha que minha vida é fácil porque eu venho trabalhar de camiseta. Cara, só venho de camiseta porque é mais confortável. Mas quer saber? Eu acordo todo dia muito feliz.”

“Temos o dever de buscar soluções para os problemas grandes que impactam a sociedade. Costumo brincar que eu tenho o melhor emprego do mundo, que apesar dessa troca de contexto violenta, de ter uma rotina às vezes muito massacrante, eu também tenho a oportunidade de estar com pessoas brilhantes o tempo todo, de ter trocas intensas de conhecimento e de construir O novo, A inovação. E, nesse processo, contribuir e tocar milhares de vidas ao mesmo tempo.

”

CRÉDITOS

INICIATIVA:



REALIZAÇÃO:



COORDENAÇÃO DO CAMPO E ANÁLISE:

Lívia Hollerbach e Mariana Fonseca

EQUIPE DE CAMPO: Camila Campolina, Gabriela Paulinelli, Leonardo Lacerda e Túlio Notini

DESIGN: Thais Erre Felix

SUPORTE: Januza Lemos e Patrícia Gomes

AGRADECIMENTOS ESPECIAIS:

Aos atores de diferentes organizações que, durante os workshops, nos ajudaram a refinar os conteúdos e conceitos desse estudo.

Aos empreendedores, por compartilhar suas dores e delícias com franqueza, colaborando com esse estudo e corroborando com o desejo de fortalecer o ecossistema de negócios de impacto em educação no Brasil.