PORTFÓLIO

2020

fea social usp

INCUBADORA

Integrantes

Julia Smith
Julia Dias
Lilian Yuri
Melissa Yamate
Pedro Gonçalves
Gabriel Ihara
João May
Joao Victor Duarte
Julia Leão
Luana Villares
Lucas Mansk
Lucas Silveira
Pedro Moura
Rubens Alves
Vitor Canuto
Sofia Kremer
Luana Arciero
Pedro Ferraz

Área

A incubadora tem como objetivo auxiliar novos empreendedores a criarem negócios de impacto socioambiental. Nosso serviço se estende desde as pesquisas de mercado iniciais, buscando compreender clientes e beneficiários da empresa, até as primeiras tentativas de venda do produto desenvolvido durante a incubação. No ano de 2020, a equipe trabalhou com 3 projetos. Durante o desenvolvimento de cada um deles, foram, também, promovidos encontros e treinamentos conjuntos com os gestores, com o intuito de compartilhar experiências empreendedoras e capacitá-los em demandas comuns.

INCUBADORA

Etapas de um projeto

Com nossa metodologia, passamos por cinco principais fases durante o projeto.

1.Identificação

Entender o que o empreendedor fez até agora, esboçar possibilidades de produtos e planejar a imersão

2.Imersão

Se aprofundar no mercado, analisar concorrentes, conhecer o beneficiário, encontrar o cliente.

3.Definição

Síntese de informações, definição da proposta de valor e diferenciais

4.Prototipação

Elaborar ideias de produtos e serviços, testar protótipos e verificar validação do público-alvo.

5.Divulgação

Escolher canais de comunicação, estruturar discurso de venda e de impacto (pitch).

INCUBADORA

Gverse

A Gverse é um negócio de impacto social que tem por objetivo diminuir a desigualdade de gênero no mercado de trabalho corporativo. Por meio da gestão de diversidade, equidade e inclusão levam inovação social para empresas.

Principais disfunções

O escopo de atuação não estava bem definido, tanto o público-alvo como o produto/serviço que seria oferecido. Tampouco sabiam como tornar o negócio rentável.

Nossa Atuação

Delimitação do público-alvo, conversando com mulheres e empresas de diferentes perfis. Coleta de informações sobre o ecossistema do projeto, por meio de pesquisas e formulários, analisando os dados obtidos em seguida. Feito isso, decidimos focar em mulheres jovens recém formadas e em empresas que já tinham a diversidade como um valor - startups, por exemplo. Decidimos fazer uma plataforma de conexão, entre as mulheres das áreas de STEM e empresas. Por fim, desenhamos maneiras de monetizar o serviço. As empreendedoras apresentaram o pitch em um evento, onde conquistaram uma investidora-anjo.

Integrantes

João Victor , Gabriel Ihara, Luana Arciero, Luana Villares, Melissa Yamate

INCUBADORA

Ponte de Pedro

Negócio de impacto social que tem como intuito oferecer assessoria jurídica acessível para famílias de pessoas com o transtorno do espectro autista e levar a conscientização sobre os direitos e recursos disponíveis.

Principais disfunções

Entender as dores comuns e público-alvo, precificação e comunicação da importância dos serviços, e escalabilidade do negócio

Nossa Atuação

Por meio de pesquisas de mercado, e imersão na forma como a legislação brasileira encara os direitos dos autistas, e quais instituições atuam com a causa. Após esse processo, foram mapeados contatos relevantes para fazer alguns benchmarkings. Foram feitas entrevistas e questionários para a validação de hipóteses; definição do público-alvo e identificação de possíveis dores no processo de contratação jurídica. Houve a descrição de personas e o posicionamento da Ponte de Pedro frente às dores encontradas., e manual da marca. Por fim, desenhamos a proposta de valor e a proposta do MVP.

Integrantes

Pedro Ferraz, Pedro Gonçalves, Lucas Mansk, Lucas Silveira, Pedro Moura, João May

INCUBADORA

Cacimba de Rima

Negócio de impacto que tem como objetivo disseminar a cultura nordestina, em especial poetas, poetisas e artistas plásticos. Além disso, o negócio visa contribuir com a preservação do bioma caatinga, por meio do revestimento de lucros a uma ONG que atua no meio.

Principais disfunções

Pretensões de lançamento: dificuldades em alinhar com o empreendedor a necessidade de estipular e aplicar uma estratégia de marketing para o projeto.

Nossa Atuação

Desenvolvemos os seguintes estudos: Pestal, Mapa da trajetória do consumidor, Mapa de Stakeholders, Análise de Missão, Visão e Valores. Assim, foi realizada uma roda de conversa com os poetas que faziam parte do projeto e executado um formulário de análise de demanda pelo serviço.

análise do formulário, a partir do qual identificamos hábitos e preferências dos possíveis clientes, possibilitando, assim, uma prototipação voltada para elaboração de kits que visassem atender diferentes personas e uma precificação do produto, de modo a tornar o negócio sustentável. Por fim a estratégica de marketing.

Integrantes

Julia Dias, Julia Leão, Rubens Alves, Sofia Kremer, Vitor Canuto.