

Programa Escola de Inovadores

Realização: Agência Inova Paula Souza

1. ESCOLA DE INOVADORES – O QUE É?

A escola de inovadores é um programa criado pela Agência INOVA Paula Souza que visa disponibilizar o ferramental necessário básico para a formação empreendedora de alunos e ex-alunos, bem como, pessoas da comunidade e seu entorno sócio econômico.

2. OBJETIVOS

Fornecer ferramental básico de Empreendedorismo e Inovação criando um ambiente criativo para que os participantes se capacitem a desenvolvam modelos de negócios sustentáveis, possíveis de serem viabilizados por meio de uma *startup*.

3. PÚBLICO ALVO

Notadamente alunos e ex-alunos de cursos técnicos e tecnológicos do Centro Paula Souza ou de qualquer instituição de ensino público ou privado de nível médio ou superior, bem como empreendedores da região.

Requisitos: Pertencer à comunidade local/região; estar determinado a empreender e apresentar projeto com potencial de inovação.

4. JUSTIFICATIVAS

A economia atual demanda cada vez mais soluções inovadoras, por isso é necessário unir – de maneira multidisciplinar – diferentes temas e serviços para apoiar o desenvolvimento de projetos de negócios sustentáveis. Diante disso, as unidades de ensino do Centro Paula Souza (*FATECs* e *ETECs*) possuem em seu currículo diversas áreas que, combinadas e bem trabalhadas, podem auxiliar na consecução de projetos significativos para o bem-estar da comunidade em geral. Portanto, criar um curso de extensão com componentes curriculares necessários ao desenvolvimento de projetos com potencial de negócios é uma necessidade premente no modelo de formação institucional. Se acrescentarmos a isto às características de alguns municípios, veremos que faz todo sentido uma iniciativa como a Escola de Inovadores.

5. DIRETRIZES DE IMPLANTAÇÃO DA ESCOLA DE INOVADORES

Para viabilizar as ações da escola de inovadores nas unidades de ensino do Centro Paula Souza faz-se necessário observar as seguintes etapas e condições:

- I. Verificação prévia das condições favoráveis à implantação da Escola de Inovadores que inclui o mapeamento preliminar do ambiente de empreendedorismo e inovação realizada pela unidade em conjunto com o Agente de Inovação e posterior análise e aprovação pela Direção da Agência INOVA Paula Souza.
- II. Aprovação da implantação da Escola de Inovadores na unidade pela Congregação nas FATECs e pelo Conselho de Escolas nas ETECs.
- III. Disponibilização de estrutura física na unidade ou em ambientes fornecidos por parceiros das unidades que sejam favoráveis às práticas do empreendedorismo como por exemplo, ambientes de coworking, incubadoras, Parques Tecnológicos.
- IV. Disponibilização pela própria unidade de pelo menos 4 HAes semanais para um professor dessa unidade que terá dentre outras as seguintes funções: receber palestrantes, controlar listas de presenças e todos os trâmites relacionados aos eventos.
- V. A emissão de certificados e os custos de *coffee break* serão de responsabilidade de cada unidade.
- VI. A unidade responsável pela implantação da Escola de Inovadores poderá contar com o apoio de outras instituições, profissionais e empresas locais a fim de viabilizar, da melhor forma possível, a realização do projeto.
- VII. A divulgação do Projeto Escola de Inovadores bem como a seleção dos projetos inscritos é de responsabilidade da unidade com o apoio formal do Agente de Inovação da Agência INOVA Paula Souza.

6. METODOLOGIA

A metodologia está fundamentada no aprender fazendo, ou seja, na modelagem do negócio onde o proponente recebe orientações práticas em ambientes estruturados para esse programa.

O programa Escola de Inovadores contempla quatro fases, a saber: (1) Divulgação da Escola de Inovadores; (2) Classificação dos projetos com potenciais para inovação; (3) Desenvolvimento do programa e, (4) Exposição de projetos.

6.1. Fase I – Divulgação da Escola de Inovadores

Essa fase envolve o calendário formal com a apresentação de todas as datas referentes a Escola de Inovadores, a saber: período de inscrição, período de seleção dos projetos inscritos, divulgação dos projetos selecionados, período de matrícula dos candidatos e datas dos encontros.

Nessa fase a unidade tem total apoio e participação do Agente de Inovação.

6.2. Fase II – Classificação dos projetos com potencial para inovação

A finalidade desta fase é classificar projetos inovadores ou diferenciados para as capacitações na Escola de Inovadores. As principais etapas desta fase envolvem a divulgação das vagas da Escola de Inovadores, em seguida a inscrição e depois a avaliação e seleção dos projetos. Os projetos classificados, de acordo com critérios pré-estabelecidos, serão publicados na página da *web* da respectiva unidade.

Nessa fase a unidade tem total apoio e participação do Agente de Inovação.

6.3. Fase III – Desenvolvimento do programa

O desenvolvimento do programa Escola de Inovadores acontecerá no formato de um curso de extensão com 40 horas, gratuito, distribuídos em 10 encontros de 4 horas.

O programa será realizado mediante encontros presenciais que podem ser organizados semanalmente ou quinzenalmente, com duração de quatro horas cada. Nesses encontros serão abordados e trabalhados em forma de oficinas, os temas específicos que se complementam para apoiar os projetos, conforme cronograma de atividades apresentados a seguir.

6.4. Fase IV – Exposição dos Projetos e Aproximação de Investidores

Nesta etapa, cada integrante do projeto irá realizar uma apresentação da sua ideia de negócios de maneira individual por meio do seu *pitch*.

A apresentação se dará para uma banca examinadora que avaliará a proposta de valor sob vários aspectos e apresentará ao proponente um *feedback* com sugestões e críticas de melhorias. Dessa forma, tais projetos poderão ser direcionados para a pré incubação em uma incubadora, aceleradora, ou um parque tecnológico.

6.4.1 – Organização dos eventos

SEMANA 1 Apresentação da Agência INOVA; Apresentação das Metas da Escola de Inovadores; Palestra Âncora; Apresentação dos Projetos Selecionados

Objetivos: O primeiro encontro será caracterizado como evento de lançamento da Escola de Inovadores junto à comunidade local. Neste momento são convidadas lideranças locais (empresários e representantes de entidades do poder público), professores e alunos da unidade de ensino. Inicialmente, faz-se uma abertura oficial da Escola de Inovadores com o representante da Agência da Inovação Inova Paula Souza e o diretor ou um representante da unidade. Nesta abertura, o Agente de Inovação passará informações gerais sobre a Agência e o programa Escola de Inovadores.

Na sequência, os projetos aprovados são brevemente apresentados, e por último, haverá a apresentação de um palestrante (podendo ser o próprio Agente) que abordará assuntos relevantes aos participantes, como por exemplo, aspectos básicos relacionados à propriedade intelectual, notadamente sobre proteção de marcas, sendo este um assunto que tem gerado muitos conflitos e dúvidas entre novos empreendedores, impactando, inclusive, em perda de direito de uso de marca ou imputações de fraude e contrafação.

Resultados Esperados:

- Apresentação dos objetivos da escola de inovadores, com alinhamento das expectativas e tira dúvidas;
- Empreendedores e negócios devidamente apresentados;

SEMANA 2 Saber empreender com atitudes empreendedoras

Objetivos: Nessa etapa os participantes aprendem sobre gestão empresarial básica e comportamentos empreendedores que são direcionamentos essenciais ao sucesso dos projetos. Os principais objetivos concentram-se em estimular o desenvolvimento das características empreendedoras, bem como em ampliar a visão dos participantes sobre gestão básica de negócios, envolvendo prioritariamente as seguintes dimensões: mercado, operações e finanças empresariais. Por ser uma etapa que trabalha notadamente as características comportamentais, além das conceituais, são utilizadas metodologias ativas de ensino, tendo como desafio a criação de uma empresa por meio de jogos empresariais vivenciais. Na sequência são abordados assuntos sobre competitividade empresarial no contexto das *startups*.

Resultados Esperados:

- Ampliação da visão dos participantes sobre gestão empresarial
- Plano de melhoria da conduta empreendedora dos participantes.

SEMANA 3 Oficina de CANVAS

Objetivos: Este encontro tem como propósito uma oficina de *Canvas*, na qual é apresentada a ferramenta de modelagem de negócios através de uma palestra com um especialista no assunto. Por meio de uma dinâmica lúdica, os participantes iniciam a preparação do modelo de negócio proposto. Será utilizado o *Canvas* disponível em ferramentas on line ou impresso em folha A3 e Post it.

Resultados Esperados:

- Nivelamento de todos participantes sobre modelagem de negócios;
- *Canvas* preliminar desenvolvido;

SEMANA 4 Design Thinking + Prototipagem (Produtos e Serviços)

Objetivos: Realização de um *workshop* sobre *Design Thinking* e suas técnicas (*brainstorm*, um dia na vida, sombra, mapa de empatia, personas, prototipagem, etc). Opcionalmente realizar uma oficina de prototipagem com a experiência ou não do contato com impressoras 3D. Trabalhar o conceito do MVP (*Minimum Viable Product*). O intuito é que cada participante possa incrementar informações em seu negócio de forma mais assertiva, junto a possíveis clientes.

Resultados Esperados:

- Definição da proposta de valor do negócio a partir das técnicas de *Design Thinking* e protótipo criado;

SEMANA 5 1º Balcão de Mentorias

Objetivos: Nessa etapa os proponentes já têm ferramental para apresentar seus projetos em fase inicial com o acompanhamento de mentorias para melhorar seus projetos. Neste encontro deve ser disponibilizado um ambiente que facilite o diálogo. Como sugestão os grupos podem apresentar seus *Canvas* para avaliação por parte dos mentores.

Resultados Esperados: *Canvas* validado por mentores;

SEMANA 6 Tecnologia Aplicada aos Negócios

Objetivos: Neste encontro um especialista na área de tecnologia irá apresentar as facilidades que a tecnologia proporciona ao se idealizar um negócio, como por exemplo, passos para criação de página *web* da empresa (domínio, hospedagem), servidor em nuvem, serviços como *Google AdWords*, *Google Analytics*, entre outros. Recomenda-se o

uso do Livro **A Startup de U\$ 100,00** do autor *Chris Guillebeau*, bem como convidar representante(s) de uma *startup* para apresentar sua experiência.

Resultados Esperados: Demonstrar a possibilidade da criação de uma *startup* com pouco investimento e risco.

SEMANA 7 Facilidades em criar uma *startup* e a importância das relações institucionais

Objetivos: O intuito é aprender sobre investimentos no negócio. Através de palestra de um investidor ou representante de fundo de investimento e de uma empresa que recebeu aporte financeiro são tratados temas como investimento privado (anjo) e investimento público (Finep, Fapesp), *Crowdfunding*, *Equity*, *Capital Venture*, *Early Adoption*. Nessa etapa é importante a compreensão das relações institucionais, trabalho em uma *co-working*, participação em grupos de inovação e *networking*, dentre outros.

Resultados Esperados:

- Decisão sobre a necessidade ou não de investimentos e verificação de eventual acolhimento aporte financeiro.

SEMANA 8 Visão de finanças e mercados

Objetivos: Nessa etapa os proponentes irão aprender a buscar indicadores do setor no qual seu projeto está inserido. Nesse momento é importante discutir temas como gestão financeira, definição de preço, cálculo de *payback*, *break even* e custos iniciais da operação do negócio.

Resultados Esperados: Conhecimento dos custos e retorno do projeto.

SEMANA 9 Marketing em *Startup* + *Pitch* + Clínica de Negócios

Objetivos: Esse ponto objetiva tratar temas como oratória, dinâmica de uma apresentação, *neuromarketing*, softwares de edição de vídeos, entre outros. Os participantes realizam um *workshop* junto a um especialista em comunicação empresarial para confeccionar a apresentação do modelo de negócio através de um *pitch*.

Resultados Esperados: *Pitch* criado;

SEMANA 10 2º Balcão de Mentorias

Objetivos: Finalizar as atividades com a apresentação de todos os projetos em um ambiente favorável ao empreendedorismo, preferencialmente com a participação de empresários, entidades do poder público, representantes de ambientes de inovação como incubadoras, parques tecnológicos, espaços de *coworking* etc. A finalidade é transformar os projetos em negócios sustentáveis em ambiente de *networking* para realizar negócios.

Resultados Esperados: Projetos aptos a se tornarem negócios.