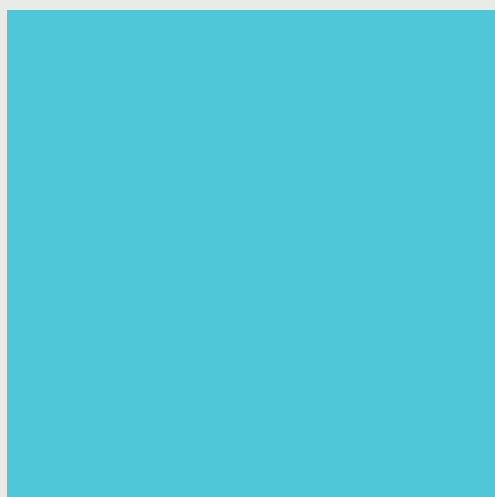


# Oportunidade



# Contexto

Chegamos ao Tema 4, em mais um passo da nossa jornada empreendedora. O tema anterior trouxe desafios importantes após uma imersão na comunidade. Com um olhar mais atento e investigativo ao que (e a quem) está à nossa volta, esses desafios e problemas poderão ser superados com a atitude dos nossos empreendedores!

Nessa saída a campo, que chamaremos de “viagem”, os(as) jovens conversaram com pessoas e caminharam por ruas, avenidas, estradas, campos, casas e afins para enxergar e sentir, de forma geral, os desafios das localidades. Idealizaram também a “comunidade dos sonhos”, ou aquilo que eles(as) desejam para si e para quem está ao redor.

O que propomos agora é um aprofundamento no que foi observado na “viagem”: vamos focar, com uma espécie de lupa, nos desafios mapeados e encontrar neles as oportunidades para empreendimentos inovadores. E são esses empreendimentos que vamos construir e concretizar até o final da formação do Pense Grande. É a ideia que sai da cabeça, passa para o papel e depois se torna realidade - e isso é muito grande!

Quando falamos em oportunidades, lembramos que, na história do Pense Grande, alguns empreendimentos de sucesso nasceram de problemas sentidos na pele pelos(as) próprios(as) empreendedores(as) ou sentidos por um público que eles(as) se dedicaram a entender mais a fundo.

Trazemos alguns exemplos de empreendimentos que marcaram o programa até aqui. Vamos conhecê-los?



Empreendimento (O que é)  
**Sonya (antigo Sonar)**

Aplicativo desenvolvido por três jovens empreendedoras de São Paulo, em 2015, para maior segurança, mobilidade e independência de pessoas com deficiência visual.

[facebook.com/br.sonya/](https://www.facebook.com/br.sonya/)

Causa (Por que)

Uma das idealizadoras conheceu um massagista com deficiência visual e, ao entender sua rotina para ir ao trabalho, resolveu procurar uma solução para que ele chegasse mais rapidamente e com mais segurança.

Estratégia (Como)

Aplicativo com sistema GPS que traça os melhores percursos (inclusive em passos) e orienta por voz seus usuários.

Cliente (Para quem)

Pessoas com deficiência visual, com perda total ou parcial da visão.



Empreendimento (O que é)  
**Doador Online**

**Banco de Sangue Virtual**

Plataforma online que conecta doadores, receptores de sangue e os hemocentros. Foi desenvolvida por três rapazes de Recife em 2015.

[doadoronline.com.br](https://doadoronline.com.br)

Causa (Por que)

Em 2014, um amigo do grupo sofreu um acidente e precisou de três bolsas de sangue do tipo B+, um dos mais difíceis de encontrar. Enxergaram ali as dificuldades em se obter doação de sangue quando mais se precisa.

Estratégia (Como)

Por meio da plataforma online, o processo para doar sangue é facilitado pelo match entre doadores e receptores cadastrados. Notificações são enviadas para doadores segundo a necessidade dos receptores.

Cliente (Para quem)

Pessoas que necessitam ou queiram doar sangue. Também hemocentros, hospitais e clínicas de exame.



Empreendimento (O que é)

**Tipiti**

Empreendimento idealizado por 2 jovens do Pará em 2015, que valoriza a culinária e o artesanato locais, ao fazer comércio justo e contando histórias de produtores da região.

**tipiti.net**

Causa (Por que)

Observaram a paixão que os paraenses têm pela culinária local e a saudade daqueles que já não moram lá.

Estratégia (Como)

Site de venda online (e-commerce) de caixas com vários produtos selecionados.

Cliente (Para quem)

Paraenses e apreciadores da culinária paraense, além dos produtores locais de alimentos e artesanatos.



Empreendimento (O que é)

**AfroResça**

Criado por dois jovens em 2015 em Santa Cruz Cabralia (BA), é uma rede de apoio a mulheres negras da periferia.

**facebook.com/pg/afroresca**

Causa (Por que)

Uma das idealizadoras, ao compreender o racismo que sofreu durante sua infância, resolveu criar uma rede para resgatar a autoestima e as raízes da população negra, principalmente mulheres de periferia.

Estratégia (Como)

Utilizam o Facebook como espaço de diálogo e empoderamento da cultura negra e de periferia, além de promoverem rodas de conversa presenciais.

Cliente (Para quem)

Mulheres negras e de regiões periféricas.

Tantas histórias boas, hein? Neste Tema 4, além de aprofundarmos os desafios identificados no tema anterior, veremos a importância da empatia para o negócio e para desenvolver uma atitude empreendedora na vida.

Ao longo dos encontros, procuramos estimular sempre a troca entre os(as) jovens – saberes, escutas, falas, atenção ao outro. Empatia tem a ver com o outro e com nós mesmos.

Com isso, vamos fazer um mergulho e descobrir uma necessidade/problema real de um cliente real.

### **Animado, animada?**

.....

### **O QUE ESTE CAPÍTULO PROPÕE:**

- \_Descobrir oportunidades de empreender a partir de desafios concretos;
  - \_Identificar as pessoas e instituições ligadas e impactadas pelo desafio (Mapa de Atores);
  - \_O que é Empatia e por que é importante para o negócio (e vida empreendedora);
  - \_Como descobrir uma necessidade real de um cliente real;
  - \_Como aplicar a empatia ao negócio (Mapa de Empatia);
  - \_Descobrir oportunidades a partir de uma necessidade concreta.
- .....

Bora fazer!

# Atividade 1: Desafio ou oportunidade?

REUNIR INFORMAÇÕES PARA COMPREENDER, COM MAIS CLAREZA, OS DESAFIOS LEVANTADOS E ENCONTRAR EVIDÊNCIAS PARA A ESCOLHA DO DESAFIO DE CADA JOVEM. MOSTRAR PARA O(A) JOVEM QUE EM CADA DESAFIO DA COMUNIDADE PODE HAVER UMA OPORTUNIDADE DE EMPREENDER.



**TEMPO ESTIMADO:**  
40min



**MATERIAIS NECESSÁRIOS:**

\_Computadores;  
\_Internet;  
\_Jornais;  
\_Revistas;  
\_Canetas;  
\_Folhas sulfite.

**Importante: A partir deste momento, cada jovem vai escolher um desafio para trabalhar individualmente até estruturá-lo em uma solução possível. Só depois de as equipes serem formadas, explicaremos todos os passos até chegar lá. Confia que vai dar tudo certo!**

**#comofazer:**

**A\_**Retome com a turma as listas de desafios priorizados que foram construídas no Momento 4 da atividade “O que está ao nosso alcance?” (Momento 4 da Atividade 2 - Tema 3).

**B\_**Peça para que cada jovem, individualmente, escolha um desafio que mais goste ou que mais chame sua atenção e queira solucioná-lo. Cada pessoa deve levantar pelo menos três justificativas para a escolha de seu desafio.

Incentive os(as) jovens a aproveitarem as várias reflexões, materiais e atividades que foram feitas em outros momentos desta formação para encontrar suas justificativas, como, por exemplo:

- 1) Projeto de Vida (Atividade 6 – Tema 1)
- 2) Ikigai (Atividade 3 – Tema 1)
- 3) Qual é a sua realidade? (Atividade 2 – Tema 3)
- 4) Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (Atividade 3 – Tema 3)
- 5) Desafios da “quebrada” (Atividade complementar 1 – Tema 3)

**C\_**De forma breve, cada jovem deve apresentar seu desafio e as justificativas para sua escolha com o resto da turma.

Agora com o desafio escolhido, a jornada empreendedora começa a ganhar mais corpo, a ter um caminho e direção mais claros. Solucionar este desafio deve ser uma das motivações mais fortes para esse(a) jovem empreender!

**D**\_Encerre a atividade convidando a todos(as) a refletirem sobre a definição de empreender para o Pense Grande:

**Empreender, no Pense Grande, é criar soluções viáveis para problemas reais.**

Em cada desafio escolhido existe uma oportunidade de solução por meio de um empreendimento. A proposta é convidá-los(as) a terem um olhar propositivo, protagonista e empreendedor sobre sua realidade, e não ficar só reclamando e colocando a responsabilidade dos problemas ao seu redor em outras pessoas.

## Atividade 2: Mapa de atores

IDENTIFICAR OS PRINCIPAIS ATORES (PESSOAS E INSTITUIÇÕES) QUE ESTÃO RELACIONADOS AOS DESAFIOS DE CADA JOVEM E ÀS POSSÍVEIS FUTURAS SOLUÇÕES E EMPREENDIMENTOS.



**TEMPO ESTIMADO:**  
40min



**MATERIAIS NECESSÁRIOS:**

- \_Folha modelo "Mapa de Atores";
- \_Blocos adesivos (post-it);
- \_Canetas e canetões;
- \_Papel sulfite.

Esta atividade foi desenvolvida pela Impact Hub, parceiro do Programa Pense Grande em São Paulo.

Seja no corpo humano, em uma empresa, em uma organização ou no governo de um país, as partes envolvidas estão interligadas e se influenciam mútua e diretamente. É um sistema. Com um empreendimento não é diferente!

Além dos usuários diretos e clientes do produto ou serviço, há todo um universo de pessoas e organizações que se relacionam com o empreendimento, que são impactados por ele e podem influenciar as decisões que são tomadas. Essas partes interessadas são chamadas de atores (ou "**stakeholders**", em inglês).

É uma responsabilidade do(a) empreendedor(a) mapear os atores e entender como cada um deles influencia e é influenciado por seu empreendimento. Além disso, é também uma questão estratégica: ficar de olho nos interesses desses atores pode antecipar problemas, adiantar e fortalecer soluções.

### #comofazer:

**A\_**Inicie a atividade com uma breve explicação do que são os atores de um empreendimento/projeto. Para isso, você pode se inspirar na explicação acima.

**B\_**Cada jovem receberá a folha com o Mapa de Atores para preencher, de acordo com as explicações abaixo. O objetivo é criar um mapa que identifique e represente os diversos atores ligados ao desafio escolhido.

No Mapa, o "Coração" é representado pelas pessoas e/ou grupos afetados pelo desafio, aqueles que serão mais beneficiados diretamente ou têm interesse em contribuir para a solução do problema.

**Essas pessoas são muito especiais, pois muito provavelmente serão seus usuários/clientes/público-alvo do seu futuro empreendimento!**

\_Em "**Atores diretos**", o(a) jovem deve identificar quem são as pessoas que estão imediatamente ligadas ao desafio ou impactadas por ele. Os atores diretos têm também a capacidade de influenciar sua futura ideia, de mobilizar outros atores a favor (ou contra) ela.



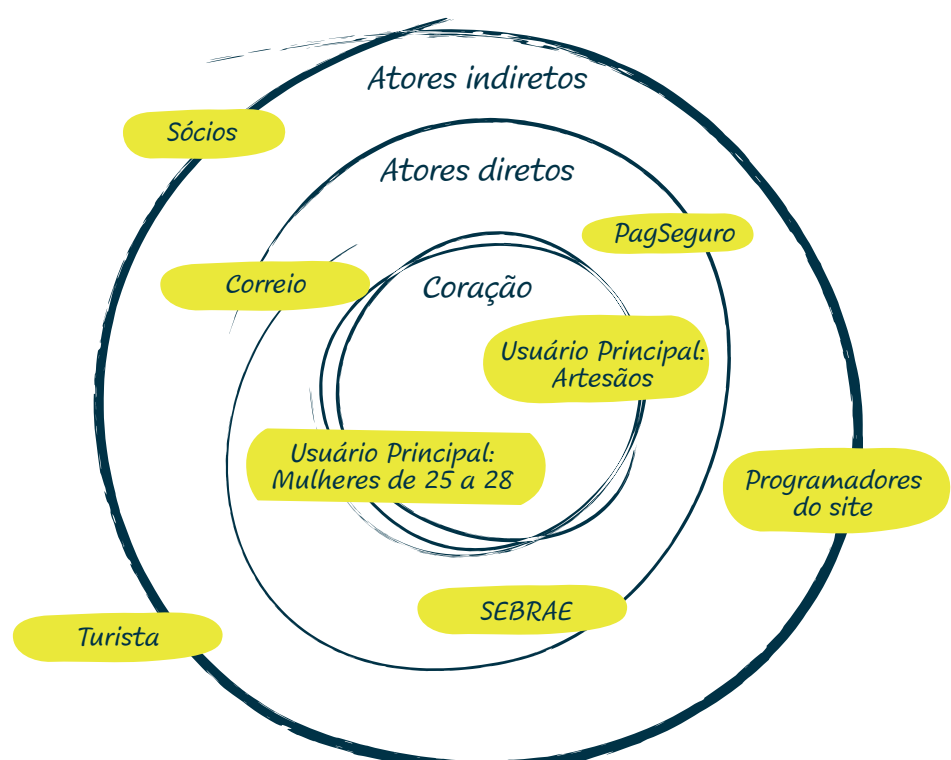
\_Em “**Atores Indiretos**”, cada jovem vai identificar aqueles que não estão relacionados de imediato ou mais diretamente ao desafio, mas podem ser necessários em parceiras futuras para ajudá-lo a solucioná-lo.

**C**\_Peça aos(as) jovens que preencham cada ator identificado em um post-it separado e cole no respectivo campo na folha do Mapa de Atores. Os post-its permitem incluir e retirar os atores quando necessário.

Para cada ator levantado, o(a) jovem deve responder às seguintes questões:

- 1\_ Que contribuição este ator pode trazer para resolver o desafio?
- 2\_ Em que medida está disposto a ajudar?
- 3\_ Qual influência ele tem?
- 4\_ Qual a sua relevância e impacto no desafio?

É importante que os(as) jovens registrem os principais pontos observados, porque isso poderá ser usado durante os próximos encontros da formação. Ao final, cada pessoa terá um mapa parecido com este exemplo:



**D**\_Peça para os(as) jovens se organizarem em duplas e apresentarem, uns para os outros, o Mapa produzido. Cada pessoa terá 10 minutos para falar e receber feedbacks de sua dupla, depois os papéis se invertem. Quem ouviu, apresentará seu Mapa e receberá os feedbacks do outro(a).

Incentive que os(as) jovens contribuam com sua dupla apontando possíveis entraves (por exemplo, desconhecer ou não ter contato com algum ator importante mapeado) e fortalezas (ter grande proximidade, conhecimento e relação com alguns dos atores mapeados).

**Isso ajudará os(as) jovens a definirem seu público-alvo, localizado no coração do Mapa. Ele poderá ser revisitado posteriormente, sempre que necessário.**

## Atividade 3: Vamos falar de empatia?

COMPREENDER O QUE É EMPATIA E SUA IMPORTÂNCIA PARA UMA ATITUDE EMPREENDEDORA E PARA O ENTENDIMENTO DO PÚBLICO-ALVO DO FUTURO EMPREENDIMENTO DO(A) JOVEM. ALÉM DISSO, A EMPATIA POSSIBILITA O DESENVOLVIMENTO DE UMA ESCUTA ATIVA.



**TEMPO ESTIMADO:**  
20min



**MATERIAIS NECESSÁRIOS:**

\_Papel sulfite  
(ou bloquinhos  
ou cadernos);  
\_Canetas.

Antes de falarmos de seu significado, vamos entender de onde vem essa palavra. **Empatia** vem do grego Empatheia (que significa “paixão”): EM – significa “no interior”, e PAHTOS, “sentimento”. Em uma tradução livre, algo como “entrar no sentimento”.

Empatia é a capacidade de percebermos e compreendermos o Outro, é nos colocarmos no lugar dele(a) e buscar entender seus sentimentos, suas percepções sobre algo ou alguém. É buscar sentir o que essa Outra pessoa sentiria em uma determinada situação. É o interesse, a vontade de conhecer o próximo.

Empatia possibilita compreender melhor o comportamento e a maneira como as pessoas tomam decisões. É saber ouvir, acolher seus problemas, suas dores e emoções.

Falaremos logo mais como a empatia é fundamental para o entendimento do público-alvo e do próprio empreendimento.

Nesta atividade, vamos exercer a escuta e procurar compreender o Outro, sem julgamentos, pré-disposições ou preconceitos.

**#comofazer:**

**A\_**Inicie a atividade falando brevemente sobre o que é Empatia. Pergunte à turma o que entendem sobre o tema.

**B\_**Oriente os(as) jovens a formarem duplas com alguém que ainda não conheçam e conversarem entre si, apresentando-se. Para isso, cada um(a) terá sete minutos para falar, enquanto o(a) outro(a) escuta e faz anotações, quando necessário. Um fala, o outro escuta – e depois se inverte. É importante dar aos(as) jovens algumas dicas para que a escuta a seu(sua) colega seja empática:

- \_Tenha uma atitude de abertura, receptividade e curiosidade em relação à/ao outro(a);
- \_Não julgue o que o(a) outro(a) diz. Melhor do que isso: busque os pontos que ele(a) tem em comum com você;
- \_Não interrompa a fala do(a) colega;
- \_Procure se colocar 'na pele' do(a) outro(a), percebendo como ele(a) sente a própria realidade;
- \_Preste atenção não apenas no que o(a) outro(a) diz, mas também em seu gestos, tom de voz e olhar.

Sugerimos algumas perguntas que podem facilitar a interação:

- \_Diga uma grande paixão sua: pode ser por alguém, por algo.*
- \_Conte uma curiosidade sobre você, que poucas pessoas sabem.*
- \_Fale sobre um desafio (ou um problema ou perrengue) pelo qual você já passou. Conseguiu resolvê-lo? Se sim, como?*

**C\_**Utilize os minutos finais da atividade para fazer uma colheita de como foi esse exercício para o grupo. Pergunte à turma que diferença sentiram ao fazerem uma escuta empática.

## Atividade 4:

# Mapa de empatia

ENTENDER O QUE É E COMO UTILIZAR UM MAPA DE EMPATIA, PARA CONHECER MELHOR O FUTURO CLIENTE E ASSIM DESENVOLVER EMPREENDIMENTOS A PARTIR DE SUAS NECESSIDADES E ASPIRAÇÕES.



**Tempo estimado:**  
1h



**Materiais necessários:**

- \_Folha modelo "Mapa de Empatia";
- \_Blocos adesivos (post-It);
- \_Canetas e canetinhas;
- \_Papel sulfite;
- \_Computadores;
- \_Internet;
- \_Revistas, jornais.

Esta atividade é uma adaptação da proposta "Conhecendo mais o(a) outro(a)", promovida pelo Impact Hub, parceiro do Programa Pense Grande.

O Mapa de Empatia foi criado por Alexander Osterwalder, o mesmo autor de outra ferramenta que veremos nos próximos encontros, o Canvas.

.....

O objetivo do Mapa da Empatia é ajudar os(as) empreendedores(as) a se colocarem no lugar do seu público-alvo, compreendendo melhor suas demandas, desejos e dificuldades. O Mapa nos indica o que o cliente diz, faz, vê, pensa, sente e ouve em relação a um produto ou serviço que o(a) empreendedor(a) quer desenvolver. Dessa forma, o(a) empreendedor(a) desenvolve seu empreendimento a partir do ponto de vista do cliente.

.....

Essa é uma informação importantíssima, pois muitas vezes empreendemos a partir de uma percepção pessoal, de uma vontade própria, e não da necessidade do outro.

Apesar de o Mapa poder ser feito com uma personagem fictícia, é recomendado mapearmos uma personagem real, um potencial (e real) cliente. O objetivo é que os(as) jovens façam realmente um esforço para se colocarem na pele desse potencial cliente, mesmo que não conheçam sua realidade profundamente.



**#comofazer:**

**A\_** Pensando no desafio escolhido por cada jovem, agora é definir quem é o seu público-alvo (ou seu cliente principal).

**B\_** Entregue a cada um(a) a folha modelo “Mapa de Empatia”. Cada jovem vai levantar e organizar as informações sobre esse cliente utilizando o Mapa, a partir de seus “achismos” ou de pesquisas na Internet, jornais, revistas, livros e afins. Na próxima atividade, validaremos, ou não, as impressões iniciais.

Eles(as) criarão uma personagem (persona) que represente seu público-alvo. Disponibilize vários post-its e oriente-os(as) a preencherem na seguinte ordem, respondendo às perguntas a seguir:

**Passo 1: O que ele(a) pensa e sente?**

- \_O que esta pessoa (ou grupo) realmente quer? E o que não quer de jeito algum?*
- \_Quais são seus maiores desejos e objetivos?*
- \_Quais seus maiores temores? Quais são suas preocupações?*

**Passo 2: O que ele(a) escuta?**

- \_Como o ambiente o(a) influencia?*
- \_O que amigos, familiares, vizinhança dizem sobre ele(a)?*
- \_O que ouve de pessoas próximas? Quem realmente o(a) influencia?*

**Passo 3: O que ele(a) fala e faz?**

- \_Como se veste, como se porta (e comporta)?*
- \_Quais as histórias que conta?*
- \_O que demonstra aos outros? O que fala aos outros?*

**Passo 4: O que ele(a) vê? (ambiente)**

- \_O que as pessoas à sua volta estão fazendo?*
- \_Como é a casa de seus amigos e familiares?*
- \_O que o mercado oferece em seu entorno?*

**Passo 5: Fraquezas**

- \_Quais são seus principais medos e dores?*
- \_O que pode dar errado em sua vida?*
- \_Quais obstáculos enfrenta?*
- \_Qual o maior obstáculo para seus objetivos?*

**Passo 6: Ganhos**

- \_Quais são seus principais desejos e vontades?*
- \_Onde quer chegar?*
- \_Qual o seu projeto ideal?*

As perguntas acima são sugestões. Você pode pensar em outras que ajudem no entendimento e reflexão de cada um.

**C**\_Peça para que ao menos cinco jovens apresentem seus mapas. Faça um apanhado do que foi discutido e apresentado e certifique-se de que ninguém ficou com dúvidas.

**D**\_Encerre a atividade fazendo algumas perguntas provocadoras para o grupo, como:

- \_“Os registros no mapa são a partir da visão que vocês têm do cliente ou dele próprio?”*
- \_“O quanto você conhece deste cliente? Como chegou a estas informações?”*
- \_“O desafio escolhido responde às dores e objetivos do cliente? Como? De que forma?”*

Deixe a palavra aberta para quem quiser responder.

.....

### **DICAS PARA MELHOR APROVEITAR A ATIVIDADE:**

Há um vídeo produzido pelo Pense Grande que pode apoiá-lo nesta atividade. Entre outros assuntos, aborda o Mapa de Empatia.

Acesse: <https://youtu.be/YD7nW87bQhg?t=3m29s>

A tendência é que, no começo, as primeiras hipóteses sobre o cliente sejam ainda superficiais, a partir do olhar dos(as) jovens ou de suas experiências. Essas informações serão mais refinadas e comprovadas com o amadurecimento do empreendimento. Por isso fazemos a atividade com post-its, que podem ser mudados no futuro.

**Importante: Os campos “Ganhos e Fraquezas” definem o que é importante para o cliente. Se o desafio escolhido não aparecer aqui, pode ser que não seja tão importante para o cliente. Provoque os(as) jovens dizendo que, quanto mais importante é o desafio para o cliente, mais impacto e mais chance de dar certo o empreendimento terá.**

.....



## Atividade 5: De frente com o cliente

APROFUNDAR O CONHECIMENTO SOBRE QUEM SÃO OS POTENCIAIS CLIENTES PARA CADA IDEIA DE NEGÓCIO.



**TEMPO ESTIMADO:**  
3h30min



**MATERIAIS NECESSÁRIOS:**

- \_ Celulares;
- \_ Canetas;
- \_ Réguas;
- \_ Papel sulfite;
- \_ Flipchart;
- \_ Computadores;
- \_ Blocos adesivos (post-It).

O Mapa de Empatia é apenas o primeiro passo para conhecer melhor o público com quem se vai trabalhar. Para deixar o Mapa mais completo e validar as suposições, é necessário ir a campo e falar com o potencial cliente ou público-alvo.

Como se trata de uma saída a campo, planeje a atividade com antecedência. Vale reforçar as orientações dadas anteriormente:

- a) Caso a formação Pense Grande aconteça em ambiente escolar, combine e organize com a direção. Defina as responsabilidades envolvidas nesta saída para fora da escola.
- b) Convide outros professores e assistentes para auxiliá-lo(a). Apresente a proposta com antecedência e mostre como pode ser rica essa experiência interdisciplinar.
- c) Se está fora do ambiente escolar, os cuidados com o planejamento e a saída são iguais.

Peça o apoio de voluntários, amigos e conhecidos.

Dica: Há combinados fundamentais para o sucesso da visita. Não se esqueça de:

- a) Combinar horários de saída e chegada;
- b) Identificar quais os cuidados devem ser tomados durante o trajeto e nos locais visitados – e quais locais devem ser evitados!;
- c) Salvar o telefone de contato de ao menos um integrante de cada grupo (pode ser uma espécie de líder);
- d) Informar aos pais/responsáveis, se houver crianças ou adolescentes, sobre a importância dessa atividade no processo de formação do empreendedor.

.....

**Importante: as etapas desta atividade podem acontecer em dias diferentes. Uma sugestão é deixar um dia para a elaboração do questionário, outro para a realização das entrevistas e um último encontro para a sistematização das respostas.**

.....



### #comofazer:

**A\_**Cada jovem deverá identificar cinco pessoas diferentes que tenham o perfil de seu cliente ou público-alvo, traçado no Mapa de Empatia. A dica é selecionar pessoas que tenham disponibilidade de conversar ou com as quais o(a) jovem tenha possibilidade de entrar em contato.

**B\_**Os(as) jovens devem elaborar uma lista de perguntas-chave antes de saírem para entrevistar seus(suas) possíveis clientes.

**Importante: as perguntas devem permitir que os jovens conheçam melhor seus clientes. As perguntas vão alimentar e refinar o Mapa de Empatia, mas não são exatamente iguais aos campos que foram preenchidos na atividade anterior.**

Além disso, é importante não induzir a pessoa a responder o que queremos. O melhor é propor questões abertas, que deem espaço para que ela possa falar livremente e se sinta confortável para respondê-las. Lembre os(as) jovens de que a pessoa está sendo convidada para ajudar em seu empreendimento: por isso, gentileza e educação sempre. Ah, e empatia, claro!

Abaixo, temos algumas sugestões de perguntas, mas também incentive que eles(as) façam outras perguntas que acharem necessárias:

*\_Como é seu dia a dia? O que você faz da hora que se levanta até a hora em que vai dormir?*

*\_Por onde você anda normalmente? Quais são os lugares pelos quais circula?*

*\_Com quem você conversa?*

*\_Alguma dificuldade incomoda especialmente nessa rotina? Por quê?*

*\_Você sente falta de alguma coisa? Tem algum medo?*

*\_Qual é o ponto alto da sua semana? Por quê?*

*\_O que você gostaria que fosse diferente na sua vida?*

**C\_** Com os contatos definidos e o roteiro de perguntas feito, é hora de ir a campo. Faça os combinados com a turma e pé na estrada!

Peça à turma para levar celulares, canetas e papéis para anotação. É importante não perder nenhum detalhe, nenhuma informação neste momento.

Caso queiram, poderão fazer fotos, vídeos e áudios, desde que os entrevistados saibam e autorizem previamente os registros.

**D\_** Com todos de volta, é hora de sistematizar as informações coletadas.

As informações coletadas serão muito importantes e serão trabalhadas nos próximos encontros. Se for possível, peça a cada jovem para organizar as informações coletadas em arquivos digitais, usando, por exemplo, uma tabela em um editor de texto ou mesmo uma planilha eletrônica.

Segue uma sugestão que pode ajudá-los(as):

Entrevistado(a)	Resposta da Pergunta 1	Resposta da Pergunta 2	Resposta da Pergunta 3	Resposta da Pergunta 4	...
PESSOA 1					
PESSOA 2					
PESSOA 3					
PESSOA 4					
...					

Para cada resposta, de cada entrevistado, é importante que sejam registrados os principais pontos. Um recurso é utilizarem palavras-chave. Outro recurso são citações, frases ou trechos de frases dessas conversas. Ao citá-las, procure sempre utilizar aspas.

Se não tiverem computadores à disposição, podem utilizar folhas de flipchart ou sulfite, o importante é não deixarem de lado nenhuma informação importante.

**E\_**Cada jovem vai revisar e atualizar seu Mapa de Empatia a partir das evidências encontradas na saída a campo, identificando as reais dores (problemas) e desejos (oportunidades) do público-alvo.

**F\_**Para finalizar a atividade, peça para, pelo menos, cinco jovens apresentarem, de forma sucinta, os resultados obtidos. Peça que informem as principais descobertas, quais pontos merecem ser mais investigados (e por que) etc.

Algumas perguntas que podem ajudar nessa reflexão:

*\_ “Como foi a atividade para você? Conseguiu cumprir com o planejamento?”*

*\_ “O que deu mais certo? A escolha do entrevistado, as perguntas feitas?”*

*\_ “Algo deu errado? Se sim, por quê? Qual foi sua reação?”*

*\_ “Faltou algo para conhecerem mais sobre esse cliente? Se sim, o quê?”*



# saiba mais



1

O que é escuta ativa e como ela pode ajudar em boas conversas. Acesse o texto da WikiHow publicado em:  
**<https://goo.gl/pLbNJt>**

2

O Social Good Brasil conta mais sobre o Mapa de Empatia. Acesse: **<https://goo.gl/CJWz46>**

3

O que é Empatia – de jovens para jovens. Assista ao vídeo no canal das Tititias no YouTube:  
**<https://goo.gl/jZ2qSg>**

4

A importância da Empatia – em inglês (legendado) – no canal da Ideia na Tela no YouTube. Assista: **<https://www.youtube.com/watch?v=Ay846oJ8tfY>**

5

O que sapatos e Empatia têm em comum? Vamos conhecer? Acesse o site Chicken or Pasta e descubra: **<https://goo.gl/hHmZNg>**

6

Uma das atividades requer um planejamento com antecedência. Que tal aprendermos mais sobre organização do nosso tempo, tarefas e o dia a dia? A Aliança Empreendedora conta mais neste vídeo do Tamo Junto, no YouTube. Acesse: **<https://goo.gl/vsMaUS>**

7

Conheça o Impact Hub, parceiro do Pense Grande. Acesse: **<http://saopaulo.impacthub.com.br>**