

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
PROJETO DE EMPREENDEDORISMO E
CRIAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS - PRE 414**



Adalto Luís
Andreas Grase
Eliseu Manoel
Igor Ciriaco
Júlia Ramos

Viçosa/MG

1. INTRODUÇÃO

Por meio do Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais – Reuni, criado em 2007, as Instituições puderam ser instaladas em lugares distantes dos grandes centros urbanos, atendendo os objetivos de que as instituições tivessem condições de expandir o acesso e garantir condições de permanência no Ensino Superior.

Com isso, o número de municípios atendidos pelas universidades passou de 114 em 2003 para 237 até o final de 2011. Desde o início da expansão foram criadas 14 novas universidades e mais de 100 novos campi que possibilitaram a ampliação de vagas e a criação de novos cursos de graduação.

O meio de ingresso ao ensino superior brasileiro sofreu mudanças drásticas a partir de 2009, quando o Exame Nacional de Ensino Médio (ENEM), criado em 1998, passou por uma reformulação metodológica com a finalidade de incentivar a sua utilização tornando o processo de seleção unificado para universidades públicas federais.

No ano de 2010 foi implementado o Sistema de Seleção Unificada (Sisu) deste modo a centralização do sistema de ingresso aumentou consideravelmente. Sendo que em 2014, 50 das 59 universidades federais utilizaram o Sisu como processo seletivo e em quase metade delas, as vagas para novos alunos são preenchidas inteiramente pelo Sisu.

De acordo com o Ministério da Educação (MEC) esta seria a forma de democratizar o acesso à instituição de ensino superior, possibilitando uma igualdade na diversificação de escolha por parte de todos os candidatos. O MEC em suas [estatísticas](#) preliminares sobre as matrículas realizadas na primeira edição do Sisu apontam para uma taxa de mobilidade de 25% sendo esta a porcentagem de alunos que optaram por estudar fora de seu estado de origem.

Como consequência desta interiorização das Universidades, a Universidade Federal de Viçosa (UFV), instaurada na zona da mata desde 1969, passou a receber por ano mais de 15 mil, visto que como REUNI a mesma se expandiu para outras duas cidades-Florestal e Rio Paranaíba.

Pensando nas diversas migrações existentes para cursar o Ensino Superior, surge uma plataforma para praticidade no que diz respeito à busca por moradias, aulas particulares eventos sociais. O **OLHO UNIVERSITÁRIO** reúne a busca por este três quesitos básicos para a estadia do estudante de uma forma prática e segura.

2. PROPOSTA DE NEGÓCIO

O Sistema de Seleção Unificada (SiSU) é uma plataforma digital, no ar desde janeiro de 2010, desenvolvida pelo Ministério da Educação (MEC) e utilizada pelos estudantes que desejam ingressar em uma universidade, através do ENEM, para concorrerem às vagas ofertadas em cursos superiores de todo o País. A falta de informação de qualidade é o problema com os quais esses estudantes se deparam ao pesquisarem sobre as universidades que podem cursar ao se inscreverem no SiSU, e também durante o decorrer da graduação.

As nossas pesquisas indicam que para os estudantes, as ferramentas disponíveis, tais como: murais; redes sociais; internet; boca a boca; são desorganizadas e não confiáveis. Diante disso, surge a ideia do Olho Universitário, que nasce como uma plataforma que tem como objetivo apoiar e incentivar os aprovados no ENEM, fora de suas cidades de origem, no processo de mudança, adaptação e convivência estudantil. Nela o aluno irá encontrar, de maneira centralizada, as principais ferramentas e informações que irão ajudá-lo a se conectar, de forma acessível e segura, com toda a infraestrutura de que necessita para se manter durante a graduação ou pós-graduação.

3. IDEALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Os estudantes da disciplina PRE 414 iniciaram o semestre aprendendo a desenvolver um olhar empreendedor. Com o depoimento de ex-alunos e investigação de empreendimentos novos e consolidados, foi feita a análise e a discussão dos fatores cruciais para a criação, desenvolvimento e manutenção de um negócio do zero e o perfil necessário para realizá-lo.

Com a preparação, os alunos da disciplina se reuniram, no início do semestre 2019, para fazer propostas de projetos de negócios com o objetivo de montar grupos e desenvolver as ideias mais votadas. O **Olho Universitário** teve início com a escolha do projeto e união dos estudantes Adalto Luís de Souza, Andreas Grase, Eliseu Manuel Henda, Igor Ciriaco e Júlia Ramos Vieira Batista para criar uma plataforma online de apoio aos estudantes a nível nacional.

O projeto iniciou por meio da ferramenta Canvas, sendo este um mapa visual de negócios onde propõe uma linguagem comum para descrever, avaliar e analisar novos modelos de negócios. O Canvas é composto por nove blocos chaves:

Parceiros Chaves: Área que vai tratar da rede de fornecedores e parceiros essenciais que ajudaram a garantir o bom funcionamento do em empreendimento. Contribuem com recursos chaves e atividades chaves.

Proposta de Valor: representa as propostas que devem atender às necessidades dos potenciais clientes, por meio de desenvolvimento de produto e serviços que irão gerar valor aos clientes.

Atividades Chaves: possibilita a construção dos canais necessários, a exemplo os relacionamentos com o cliente e atender a proposta de valor. São as atividades consideradas essenciais para o negócio

Segmento de Mercado: tem como função definir quem você vai atender, sejam pessoas ou empresas. O importante é classificar clientes com o mesmo perfil , ou seja, é necessário conhecer seu nicho de mercado.

Relação com o Cliente: A forma que a empresa vai interagir com o segmento cliente. Objetivando a fidelização do mesmo com o empreendimento.

Recursos Chaves: São os recursos essenciais para o funcionamento do empreendimento. Podem ser classificados como físicos, financeiros, intelectuais ou humano. Não existe uma padronização, cada modelo de negócio vai dizer quais recursos são necessários.

Canais: Área em que a empresa vai falar a respeito aos pontos de contato do empreendimento, são compostos basicamente por canais de comunicação, distribuição e venda. Exemplo: Redes Sociais (comunicação); Distribuição (correio); Telefone (pós-venda).

Fontes de Renda: Corresponde ao segmento do empreendimento de como é gerado o dinheiro que a empresa obtém a partir de cada segmento. Sendo definida através do modelo de negócio.

Estrutura de Custos: Descrição dos principais custos envolvidos no negócio. São os custos necessários para manter o negócio, sejam fixos ou variáveis.

Deste modo, ficou decidido que o projeto seria uma plataforma digital, com a utilização de horários, para agendamento de visitas às repúblicas e apartamentos, de aulas particulares e o calendário com os eventos sociais desde a lazer a eventos acadêmicos que ocorre na Universidade que o cliente esteja matriculado.

3. ESTUDO DE VIABILIDADE

Como forma de validar a ideia foi aplicado um [questionário online](#), no modelo Google Forms, para levantamento de dados com estudantes universitários de diversos cursos e buscar feedback acerca da opinião sobre a viabilidade do projeto.

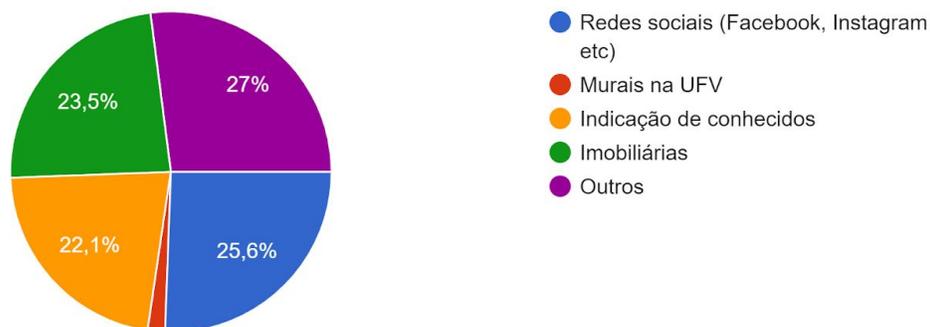
A divulgação do questionário online, a princípio, se deu através de redes sociais, como o Whatsapp, o que foi relevante para obter um número suficiente para validar a ideia. Para obter um maior número de respostas fez-se necessário o envio do questionário, via e-mail, para todos os estudantes de graduação e pós-graduação da instituição. Com isso, obteve-se 344 respostas em poucos dias.

As primeiras respostas obtidas foram sobre os perfis dos alunos, como email e a graduação na UFV. As perguntas foram estruturadas de modo a levar o aluno a refletir se esta ideia de negócio auxiliaria no que diz respeito a mudanças, aulas particulares e festas, com isso opinariam se valeria a pena investir neste projeto. Através das perguntas, o aluno se imaginaria como um contribuinte ou não para o sucesso do negócio.

Iniciou-se o questionário com a seguinte pergunta:

Como você encontrou sua atual moradia?

344 respostas



A segunda pergunta faz referência aos eventos sociais e acadêmicos:

Como você fica sabendo dos eventos e festas universitárias?

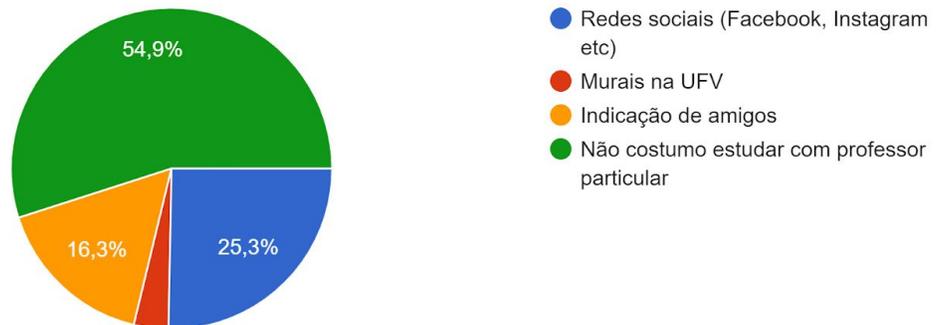
344 respostas



No que diz respeito à professores particulares foi perguntado:

Como você encontra professores particulares?

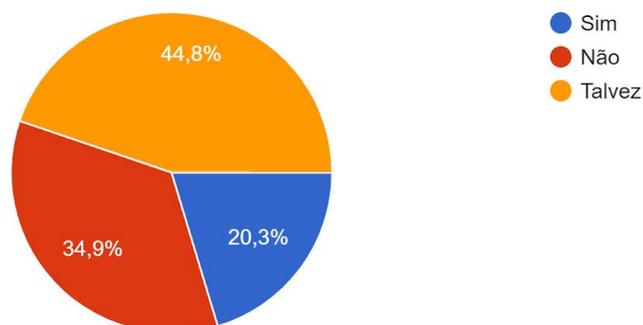
344 respostas



No questionário continha uma pergunta considerada chave para validação do negócio do projeto **Olho Universitário**, visto que dependendo da resposta a pesquisa finalizaria nesta questão. Sendo a pergunta chave a seguir:

Você acha que as ferramentas de busca que você selecionou acima são suficientes para solucionar as suas necessidades?

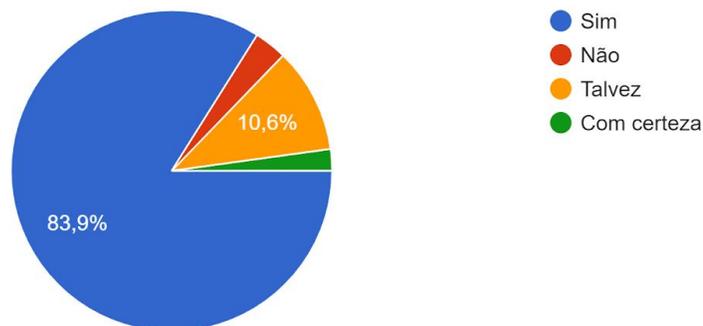
344 respostas



Os estudantes que responderam de maneira positiva ou assinalaram o Talvez prosseguiram respondendo mais 2 perguntas.

Você usaria uma plataforma na qual pudesse pesquisar moradia, professores particulares e eventos em um só lugar, de forma mais eficiente ?

274 respostas



O último gráfico representa uma extrema relevância para o projeto, correspondendo a 83,9% dos participantes que aprovaram este modelo de plataforma para auxílio universitário.

Para concluir a análise de dados, salienta-se que o modelo de questionário contribuiu de forma significativa para obtenção dos dados, pois apresenta respostas curtas e a própria plataforma gera os gráficos facilitando o entendimento e visualização geral por parte de quem o aplica.

Outro forma de validação de nossa plataforma se deu por meio de apresentações regulares aos professores da disciplina, que indicaram ajustes e forneceram feedbacks altamente eficazes para a implementação do negócio.

4. ETAPAS DE DESENVOLVIMENTO

O portal, tendo como característica principal a centralização de informações, será expandido gradualmente com a agregação de dados e ferramentas. O projeto, que já passou pela etapa de validação, terá como primeira etapa o Produto Mínimo Viável (MVP) para fazer a verificação da performance no cumprimento de tarefas, validar a eficiência do layout e analisar a reação dos usuários.

Com a adequação do layout, da identidade visual e implementação eficiente das ferramentas básicas (busca e anúncio para repúblicas, professores particulares e eventos) partiremos para a implementação do Google AdSense, que ficará ativo até que a plataforma atinja mais de 100 mil visitas únicas por mês, em média.

Nesse momento, uma rede de publicidade privada será aplicada. Na sequência, a função de agendamento, aplicação das ferramentas com google maps e redes sociais serão implementadas. Por fim, se dará início a etapa de produção de conteúdo, com blogs, YouTube e vídeos educacionais para estabilizar os acessos.

Em um segundo momento, conforme a plataforma for evoluindo, haverá eventos próprios da marca, sempre voltados para o mercado estudantil; bem como a intenção de produzirmos conteúdos educativos próprios para assinantes (na modalidade freemium); loja virtual com parcerias de descontos; e posteriormente até uma plataforma de streaming apenas com conteúdos educacionais (por assinatura).

5. REDE DE RELACIONAMENTOS E PARCEIROS

A centralização das informações e das ferramentas de apoio universitário inclui uma forte rede de parcerias. A visibilidade para sites úteis, às vezes desconhecidos, é uma das propostas de geração de valor.

Incluem-se fontes de pesquisa oficiais, repositórios educacionais, links de rankings universitários, de esclarecimentos sobre os principais sistemas de seleção e vestibulares, métodos de ensino, segmentos de formatura, sites em geral de apoio aos estudantes e sites oficiais do MEC.

6. MATRIZ DE RISCOS

Matriz Qualitativa de Risco	Desprezível	Marginal	Média	Crítica	Extrema
Quase Certo	Baixa renda a princípio	Pouca prática empreendedora dos idealizadores	Sobrecarregar os desenvolvedores do projeto	Escassez de mão de obra garantida	Demora para alcançar o produto final
Provável	Crescimento de visibilidade do site lento	Surgimento de excesso de tarefas após o lançamento	Dificuldade de gerenciamento de conteúdo	Dificuldades de implementação, caso não haja investimento	Perder prazos e timing de lançamento
Possível	Desentendimentos no desenvolvimento do projeto	Sobrecarga de servidores por conta de acessos	Problemas funcionais / Não cumprir o que promete.	Layout não atrativo e poucos acessos / Aparência amadora.	Poucas Parcerias e desinteresse do público
Pouco Provável	Problemas com o nome ou domínio	Plataforma não interativa	Falta de Anunciantes	Surgimento de uma plataforma concorrente	Dificuldades de navegabilidade
Rara	Críticas não favoráveis	Carregamento do site lento	Impostos e contas imprevistas	Necessidade de mais funcionários	Falta de engajamento dos líderes.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a disciplina tivemos a oportunidade de vivenciar a experiência de como construir um plano de negócios e desenvolvê-lo. Todas as etapas do projeto tiveram acompanhamento dos professores, que auxiliaram as equipes desde a ideação dos negócios até sua estruturação, validação, captação de investimentos e pré-lançamento no mercado.

Ao longo do processo o que pudemos compreender foi, primeiramente, a importância de trabalhar em equipe e de ouvir opiniões divergentes e convergentes, além de colocar no papel todas as ideias discutidas. Em um segundo momento, o mais significativo para a equipe foi estruturar o projeto, de forma a criar uma solução para uma situação problema.

Nesta etapa podemos verificar a importância de dar um propósito ao nosso negócio, fazendo com que ele traga solução para um determinado público. A partir dessa premissa, montamos o nosso plano de negócios e demos início às etapas de coleta de dados, validação da ideia, construção do produto mínimo viável (fase na qual estamos) e, em paralelo, desenvolvemos as estratégias de mercado que irão nos auxiliar no lançamento da ideia e também na captação de investidores.

Outro ponto de muito valor da disciplina foi aprender sobre o que é, como executar e a importância de um pitch. Ficou muito claro que empreender compreende muito mais que montar um plano de negócios perfeito, mas também aproveitar o momento certo, na hora certa.

De modo geral, a qualidade das aulas e das discussões em sala de aula foram muito valiosas para o grupo. Mas, o mais impactante, foi a oportunidade de tirar a ideia do papel e transformá-la em oportunidade, contando com o apoio experiente dos professores da Universidade e de colegas que, de uma maneira ou outra, tiveram alguma experiência como empreendedores.