

WORKSHOP TÉCNICO

**PESQUISA RESPONSÁVEL
E EMPREENDEDORISMO**

Agenda

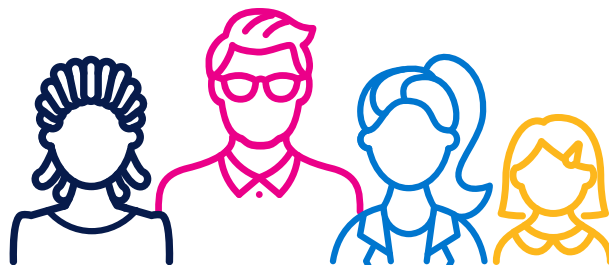
PESQUISAS

NEGÓCIOS

ENTREGAS

DÚVIDAS

(não deixem somente pro final)



PESQUISA

Sf

- 1** Ato ou efeito de pesquisar.
- 2** Série de atividades dedicadas a novas descobertas, abrangendo todas as áreas de conhecimento.
- 3** Investigação detalhada.

NÃO É TUDO IGUAL

TIPOS

Pesquisa Exploratória (Familiaridade)

Costuma ser a pesquisa inicial em uma ideia hipotética ou teórica. É aqui que um pesquisador tem uma ideia, ou vai buscar compreender melhor algo que ele observou.

Objetivo: Familiarizar-se com um assunto pouco conhecido, com o intuito de construir hipóteses ou entender melhor o problema.

DADOS COLETADOS POR VOCÊ
(entrevista, formulário, observação)

DADOS JÁ PUBLICADOS
(artigos, notícias, relatórios)

TIPOS

Pesquisa Explicativa (Fatores Determinantes)

Ela é realizada como uma tentativa de conectar as ideias, de modo a compreender as causas e efeitos de determinado fenômeno. É onde pesquisadores tentam explicar o que está acontecendo.

Objetivo: Identificar os fatores determinantes, ou seja, as causas (causa e efeito) que geram ou influenciam um fenômeno.



Não é só: “o que está acontecendo” (descritiva)



Mas sim

“por que isso está acontecendo”

“quais fatores causam esse problema”

ONDE PESQUISAR?

- **Buscadores online:** Google, Yahoo, Duckduckgo)
- **Artigos científicos:** Google Acadêmico; BDTD
- **Relatórios:** IBGE; Relatório anual da ONU; Instituto Data Folha;
- **Notícias**
 - G1, Folha, CNN
- **IA generativa** (Chat GPT, Gemini)

SIM!

ESPERA AÍ!

**As alunas tem
permissão para usar IA
generativa para ajudar
a criar o projeto?**



IA GENERATIVA (CHAT GPT, GEMINI..)

Ao contrário do Google, que fornece sites com base em suas palavras de pesquisa, no chatbot **você faz perguntas a ele, fornecendo as informações básicas necessárias, e ele responde com respostas informativas.**

Muitas vezes, pode ser necessário fazer **várias perguntas** para obter uma resposta útil.

⚠ A IA não “sabe” fatos – ela só prevê palavras e por isso, às vezes cria informações falsas. Sempre confira o que ela disser em fontes confiáveis.

PESQUISA E INOVAÇÃO RESPONSÁVEIS (RRI)

Realizar **pesquisas e inovações** de forma a prever como elas poderão afetar as pessoas e o meio ambiente no futuro, para que possamos **obter o máximo de benefícios e evitar danos.**

Fonte: <https://rai.ac.uk/>

PESQUISA E INOVAÇÃO RESPONSÁVEIS (RRI)

Realizar **pesquisas e inovações** de forma a prever como elas poderão afetar as pessoas e o meio ambiente no futuro, para que possamos **obter o máximo de benefícios e evitar danos**.

O problema de pesquisar sem responsabilidade

- Dados errados
- Soluções que prejudicam ou excluem pessoas
- Decisões baseadas em achismo

PESQUISA E INOVAÇÃO RESPONSÁVEIS (RRI)

Antecipar

pensar no futuro: O que poderia acontecer?

Refletir

olhar para dentro: Por que estamos fazendo isso?

COM RRI x SEM RRI

SEM RRI

- Pesquisa feita de forma rápida ou superficial
- Foco só na solução final
- Pode reforçar desigualdades sem perceber
- Validação baseada mais em suposição do que em evidência

COM RRI

- Começa pelo problema e pelas pessoas afetadas
- Pesquisa estruturada e responsável (dados + escuta ativa)
- Considera impactos sociais, éticos e ambientais

Questões éticas no desenvolvimento do app

1. Privacidade e proteção de dados
2. Acessibilidade
3. Impactos sociais
4. Vieses
5. Transparência

EXEMPLOS

1. App de reciclagem que *prejudicou* pequenos catadores;
2. App de saúde mental que *aumentou* a ansiedade;
- 3.. App de voluntariado que *sobrecarregou* ONGs pequenas.



NO PROGRAMA

EXPLIQUE COMO SUA EQUIPE DETERMINOU SE AS INFORMAÇÕES COLETADAS PARA O PROJETO ERAM LEGÍTIMAS. (MÁXIMO DE 100 PALAVRAS)

Número de palavras digitadas:

0 / 100

EXPLIQUE COMO VOCÊ CONSIDEROU A ÉTICA AO DESENVOLVER SEU APLICATIVO (MÁXIMO DE 150 PALAVRAS).

Número de palavras digitadas:

0 / 150



DÚVIDAS

?

Falando sobre

EMPREENDEDEDORISM

O

OU NEGÓCIOS



COMO OS NEGÓCIOS DE SUCESSO SURGEM?

Como os negócios de sucesso surgem?

- **Aproveitam uma oportunidade**
- **Melhoram uma solução existente**
- **Resolvem um problema do mundo real**

“Na Natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma”
Antoine-Laurent de Lavoisier



TIPOS DE NEGÓCIOS



COM FINS LUCRATIVOS

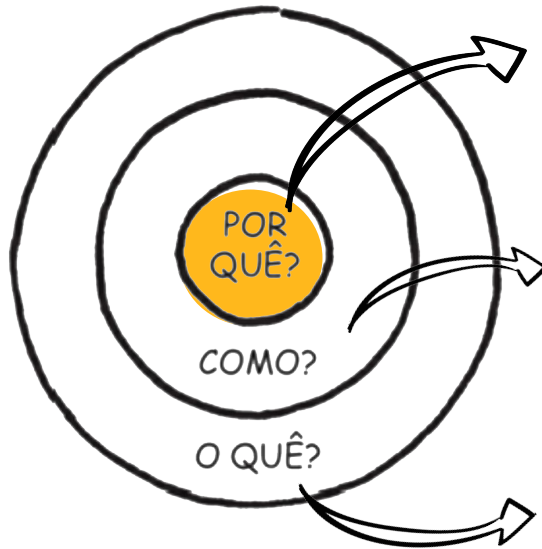


NEGÓCIO SOCIAL



SEM FINS LUCRATIVOS

COMECE PELO PORQUÊ



qual o seu propósito

qual a sua proposta de valor exclusiva

quais são as características do seu produto

CONCEITOS

PROPOSTA DE VALOR

O seu diferencial, aquilo que torna seu produto ou serviço **único e valioso para seu público alvo.**

Procure responder:

- O que eu tenho que o meu concorrente não tem?
- Por que meu público-alvo escolhe a minha solução ao invés de outra?

PESQUISA DE MERCADO

Visa entender quem são as outras pessoas que estão **apresentando soluções para o mesmo problema que você.**

Procure responder:

- Quem são meus possíveis concorrentes?

PESQUISA COM USUÁRIOS

Coleta de feedbacks do seu público-alvo para entender se o que estão construindo terá valor e realmente resolve o problema.

Busque por:

- Feedbacks qualitativos
- Feedbacks quantitativos

Dica:

workshop

do

dia

24/02



DÚVIDAS

?

ENTREGAS NO TECHNOVATION

PLANO DE ADOÇÃO DO USUÁRIO

*Obrigatório apenas para divisão Júnior

PLANO DE NEGÓCIOS

*Obrigatório apenas para divisão Sênior

PRÓXIMO WORKSHOP

26 / 03 / 2026

QUINTA - FEIRA

BUSINESS LEAN CANVAS

(Direcionado à categoria sênior)



OBRIGADA !

contato@technovationbrasil.org.br

@techgirlsbr

www.technovationbrasil.org