

# BO

# OT

# CA

# MP

GUIA DO  
BOOT  
CAMPER



MÓDULO 4

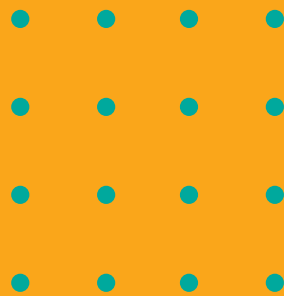
/ PROTOTIPAGEM E  
MÍNIMO PRODUTO  
VIÁVEL



# BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO





# / PROTOTIPAGEM E MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL

ou

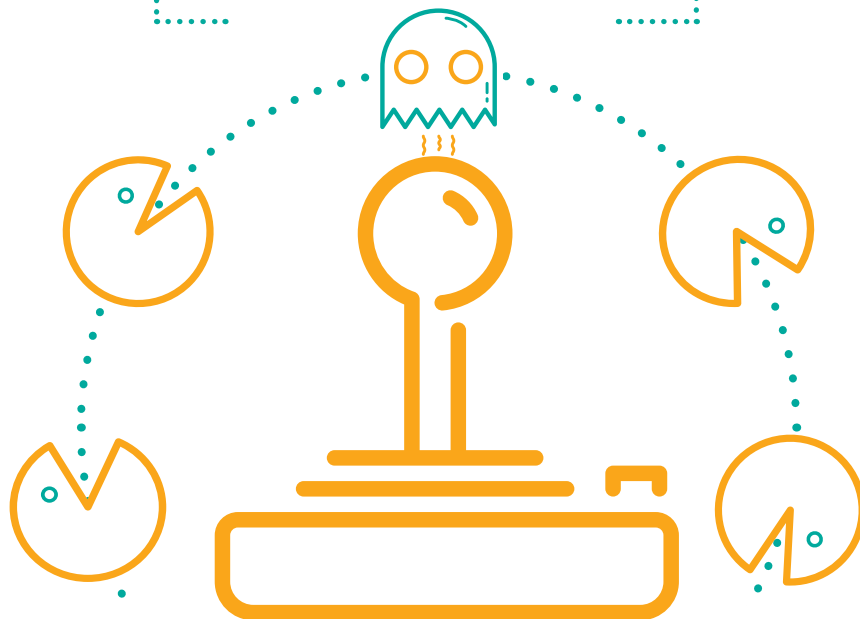
**Sempre em Beta**





Livros filmes músicas jogos sites cursos

Estamos imersos em uma avalanche de informações. Você precisa se manter atualizado, mas não tem tempo de ler, ouvir, assistir tudo o que gostaria.



O **desafio** é entender o que é fundamental e descobrir onde buscar essas informações. Para despertar [ainda mais] sua vontade de aprender selecionamos nossos melhores conteúdos sobre empreendedorismo.

# Está preparado?

Como nas fases de um jogo, você precisa [e vai adorar] explorar esses novos conhecimentos.

# FASE 1

Reúne o que há de mais novo em conceitos, estudos, técnicas e ferramentas sobre empreendedorismo no mundo.

**Volume 1** - Descoberta

**Volume 2** - Ideação

**Volume 3** - Modelagem e Proposta de Valor

**Volume 4** - Implantação

## Guia Essencial para Empreendedores



Gosta do cheiro de papel? Adquira a versão impressa em nossos pontos de atendimento. Ou faça download gratuitamente da versão digital no site [www.sebraemg.com.br/atendimento](http://www.sebraemg.com.br/atendimento)



## Kit de Ferramentas do Bootcamper

Quer ter acesso aos canvases, formulários, roteiros do Bootcamp? Preparamos para você um kit com todas essas ferramentas.

Faça o download no site

[www.sebraemg.com.br/atendimento](http://www.sebraemg.com.br/atendimento)

# FASE 3



# FASE 2



## Websérie Novos Empreendedores

Série de 12 vídeos com um olhar bem-humorado para as dúvidas que surgem no dia a dia de quem está empreendendo. Acesse nosso canal e divirta-se: [www.youtube.com/AtendimentoSebraeMG](http://www.youtube.com/AtendimentoSebraeMG)

# ANTERIORMENTE

No passado, a ação de empreender acontecia a partir de previsões. Porém, prever o futuro significa ir além dos resultados do passado. Hoje o mundo precisa de empreendedores que não prevejam o futuro e sim que sejam capazes de construir esse futuro. No Guia 03, Cliente-Mercado, você aprendeu a importância de ir à rua para ouvir e observar os clientes para testar hipóteses, utilizando os cartões de teste e de aprendizado para consolidar tudo o que aprendeu em ‘campo’.



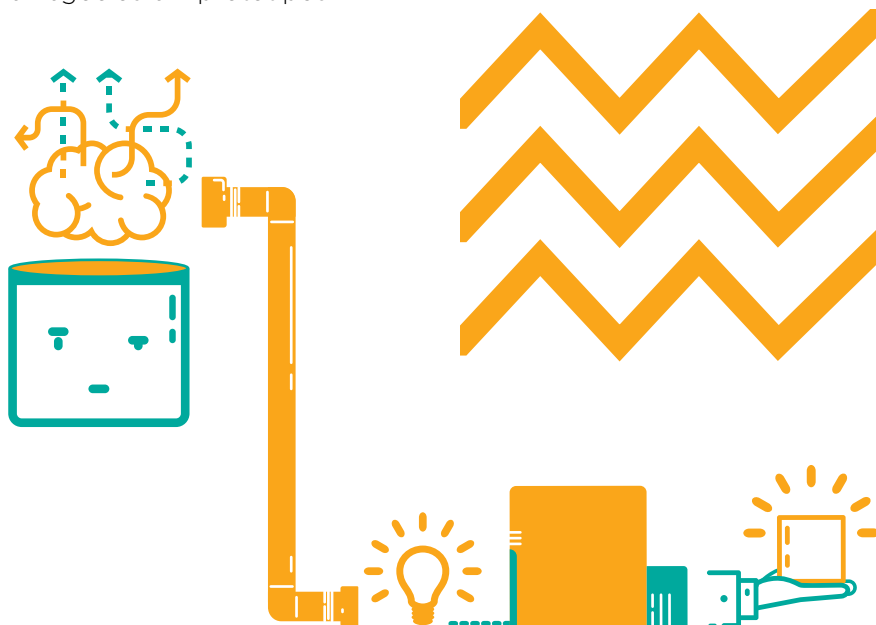
## ▶ AGORA

Quantos projetos acabam nunca saindo do papel? Quantos produtos e serviços acabam não sendo bem aceitos pelo mercado? Muito desse insucesso poderia ser evitado se a ideia tivesse sido prototipada e experimentada, antes de ser lançada.



# NO GUIA 4

**Prototipagem e Mínimo Produto Viável**, você vai aprender que toda ideia deve ser transformada em algo concreto. É por isso que um artista materializa sua ideia em uma escultura ou um arquiteto na maquete de um prédio. Uma forma rápida e econômica de obter *feedback* e aprender com os clientes é convertendo produtos, serviços e negócios em protótipos.



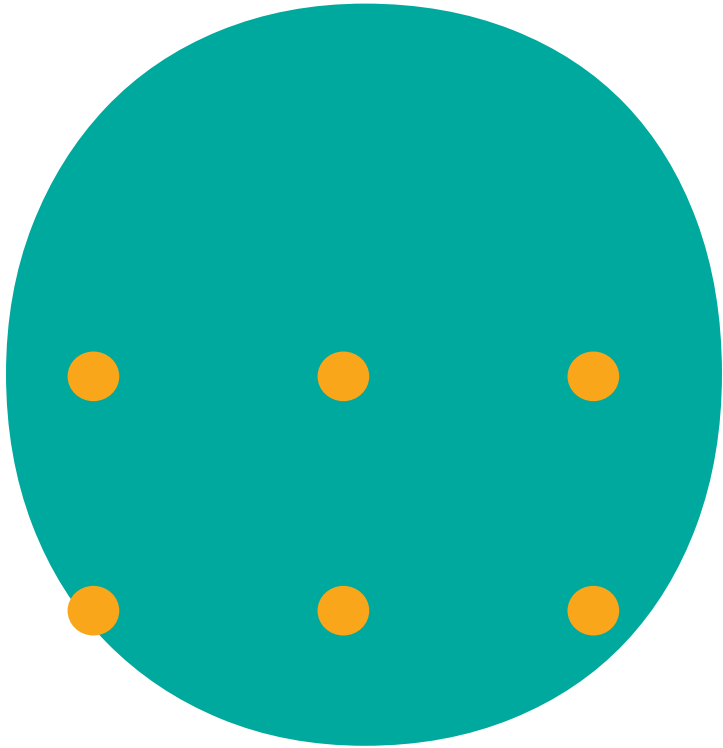
## NOTA



O subtítulo do Guia 4 é uma referência à segunda letra do alfabeto grego. Beta também é a versão de um produto em fase de desenvolvimento. A ideia é usada na computação, e quando algo é lançado em Beta, significa que o programa ainda não está totalmente pronto. Em um produto em versão Beta, os usuários testam características novas do produto e apontam o que gostaram, o que não gostaram e o que precisa ser mudado.



1





# O MOVIMENTO LEAN STARTUP



► Um dos conceitos mais inovadores em empreendedorismo é o de



## Lean Startup.

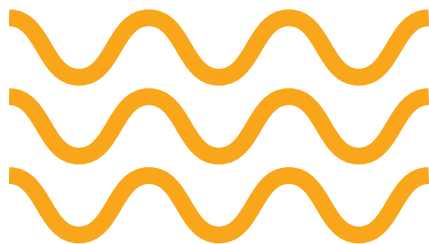
◀ O conceito lean, traduzido como “enxuto”, vem da década de 1950, e foi implantado nas indústrias do Japão. Ao contrário do ocidente onde havia muito planejamento, pesquisa de mercado e produção em várias etapas, os japoneses criaram linhas de produção mais enxutas. A Toyota foi o primeiro grande exemplo de aplicação desses princípios: a eficiência era máxima, o desperdício mínimo e os carros eram produzidos sob encomenda.



A teoria foi adaptada e difundida pelo escritor americano Eric Ries em seu livro “A Startup Enxuta”. Inspirado por esse conceito, ele combinou ideias de marketing e gestão e criou o termo “Lean Startup”, tornando uma metodologia pensada para negócios de tecnologia acessível a qualquer empresa.

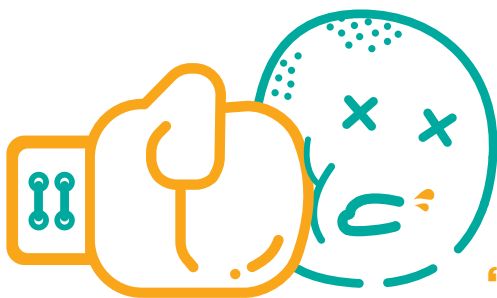


No modelo convencional, o empreendedor desenha um plano de negócios que detalha a oportunidade e inclui projeções de receita, lucro e caixa para os próximos anos.



O plano de negócios costuma ser um exercício de pesquisa solitário. Munido do plano e de capital, o empreendedor desenvolve o produto e só quando tenta vendê-lo é que recebe o feedback do cliente. **E é comum, depois de meses, descobrir que o mercado não precisava de boa parte das funcionalidades do produto ou do serviço.**

## Um plano de negócios dificilmente sobrevive ao contato com os clientes.



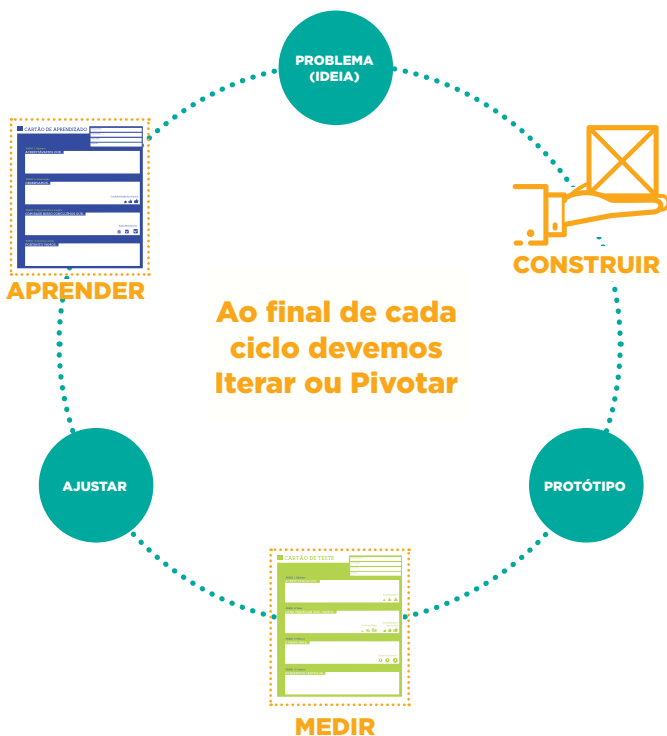
Como dizia o lutador de boxe Mike Tyson sobre os seus oponentes antes da luta:

**“Todo mundo tem um plano até levar um direto na boca”.**





A base da metodologia Lean Startup envolve o ciclo **Construir** - **Medir** - **Aprender** em que as principais atividades são:



## Construir

significa entregar algo. Por mais que seu produto ou serviço pareça simples e cheio de falhas, quanto mais rápido você o fizer, mais cedo começará a aprender para aperfeiçoá-lo.

## Medir

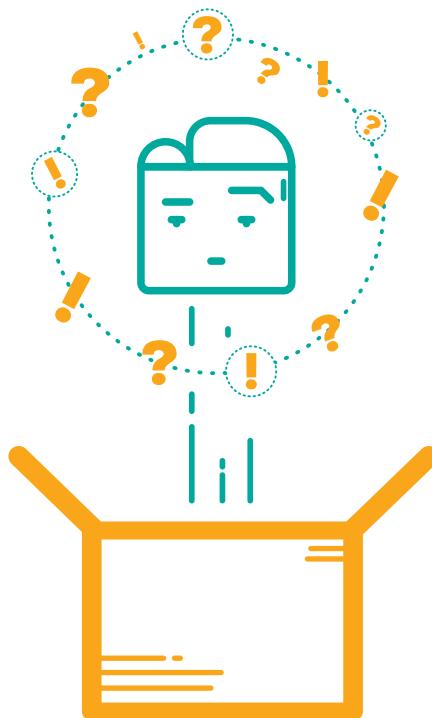
é hora de medir o retorno e buscar as opiniões dos clientes. Avalie as respostas e entenda porque uma ideia deu certo e a outra não.

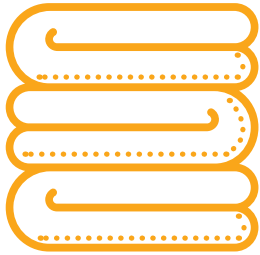
## Aprender

tire conclusões com base nos resultados. Mais que provar que você está certo, aprenda e descubra o que o cliente quer.

**Nessa abordagem, valorizam-se mais a opinião do cliente do que nossas próprias conclusões ou ideias.**

Ao invés de abrirmos a empresa com um produto ou serviço finalizado, começamos com algo simples, que será melhorado com o tempo.





## O método enxuto está baseado em três princípios:



1 Não invista muito tempo com planejamentos e pesquisas, aceite que no início você tem apenas hipóteses. Em vez de redigir um plano de negócios, sintetize essas hipóteses em um “canvas do modelo de negócios”, que funciona como uma espécie de mapa visual do projeto.



2 Teste suas hipóteses indo ao mercado para pedir, a clientes e parceiros, opiniões sobre o produto, preços e canais de venda. Baseado nas respostas, reveja suas hipóteses e faça ajustes pequenos (iterações) ou mudanças mais radicais (“pivotar”) nas ideias que não estão funcionando.



3 Adote o “desenvolvimento ágil”. Muito comum no setor de software, nesse método não há perda de tempo ou de recursos, pois o produto ou serviço é criado de forma iterativa e incremental a partir de um protótipo ou de um produto mínimo viável.

2



# PROTOTIPAGEM E MVP MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL



## Quando a anestesia vira brincadeira de criança

O medo da anestesia na hora de ir ao dentista é um problema conhecido por quem convive com crianças. Afinal até os adultos se assustam com uma agulha enorme.

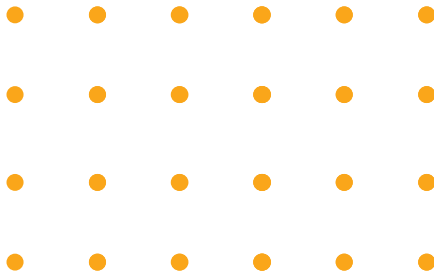
A Angelus, uma empresa brasileira que desenvolve produtos odontológicos, estabeleceu empatia com o público infantil, identificou essa dor e desenvolveu uma solução: uma luva para Carpule (injeção) em formato de jacaré. A invenção consiste em um objeto em forma de um simpático jacaré que esconde a agulha no momento de aplicar a anestesia.

O produto, disponível para os dentistas nas cores rosa e verde, são acompanhados por uma cartela de adesivos para personalizar o jacaré. Além disso, o dentista pode dá-lo de presente para a criança após a consulta.

O processo de prototipagem durou 18 meses e algumas das etapas podem ser acompanhadas no vídeo “ Angie Luva para Carpule - Vídeo de Lançamento”, disponível no You Tube.

<https://www.youtube.com/watch?v=RfGLKXZeF2Q>





Prototipar é uma das maneiras de dar vida às ideias que antes estavam apenas na sua imaginação. Protótipos são usados em diferentes áreas: na arquitetura, nas artes, na engenharia, na culinária, na moda.

# Protótipo

A palavra vem do grego, *protótypos*, a primeira forma.



Algo que está em fase de testes ou estudo.....

**Enquanto espera, você pode estar perdendo tempo, clientes e dinheiro.**



**Protótipo é uma amostra de ideia ou produto para ser testado.**



O protótipo é uma amostra da ideia ou do produto para ser testado. O objetivo é gerar aprendizado, ajudá-lo a criar soluções alternativas e aprimorar a ideia. Há várias razões para se construir um protótipo:

- **Apresentar o conceito na prática.**
- **Testar e validar antes de implementar.**
- **Facilitar o entendimento e o feedback dos clientes.**







# Você pode prototipar

- Produtos e serviços
- Funcionalidades
- Preço e formas pagamento
- Localização
- Canais de venda
- Estratégias promocionais

Do processo que vai desde a concepção da ideia até o desenvolvimento de um produto para o mercado pode ser necessário construir vários protótipos, com diferentes níveis de fidelidade, até que se tenha condições de testá-lo com o cliente. Nessa situação, esse protótipo, pode ser considerado um **MVP**.

# MVP

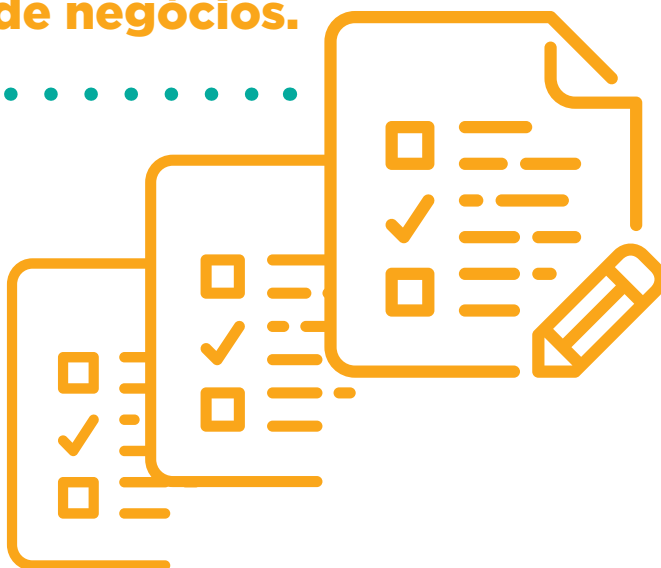


é a sigla para *Minimum Viable Product* ou **Produto Mínimo Viável**. O MVP é o protótipo de um produto ou serviço para testar o seu modelo de negócios com mais velocidade, menor esforço e menor custo. Para criar um MVP, o primeiro passo é definir sua proposta de valor, isto é, qual problema você quer solucionar.....

Após construir o MVP, encontre **peçoas dispostas** a testar ou a pagar pela primeira versão do produto e a ajudar fornecendo feedback. Com esses feedbacks, você valida ou invalida suas hipóteses, prioriza os próximos passos, ajusta e implementa novas funcionalidades. Muitas vezes o MVP não é aberto ao público, e sim direcionado para clientes específicos.



**É normal que um MVP tenha erros. É para isso que ele serve: identificar problemas do seu modelo de negócios.**





## de Baixa Fidelidade

É utilizado para validar premissas básicas do negócio: se a ideia é boa, se as pessoas pagariam por ela, se a solução tem o formato ideal. É recomendado para os estágios iniciais da prototipagem, por isso são feitos de maneira rápida, possuem custo baixo ou nem exigem custo.

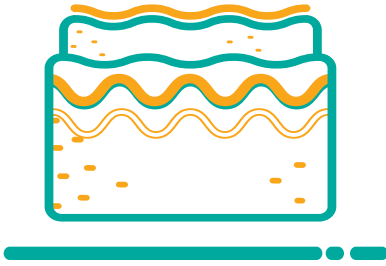
O MVP de baixa fidelidade pode ser uma apresentação de slides, um site, um quadro de histórias, um vídeo ou algo que apresente rapidamente o produto ao cliente. Um exemplo de MVP de baixa fidelidade é o do Dropbox, que criou um vídeo para validar o conceito antes de implementar o serviço.



## de alta Fidelidade

A versão de alta fidelidade do MVP é uma implementação mais completa. É recomendado para o estágio da prototipagem em que o formato do produto final é importante. São produzidos de maneira mais detalhada e geralmente exigem custos mais altos.

Pode ser um software, uma empresa com produtos limitados, um espaço de atendimento menor, um jogo com apenas as fases iniciais, um protótipo feito em impressão 3D. A Zappos montou um protótipo de e-commerce com fotos de sapatos. A plataforma era na verdade um site estático e o dono operava tudo manualmente por e-mail e telefone.



“... imagine um bolo de chocolate gostoso. Agora imagine um segundo bolo, sem gosto. Quando falamos de criar um MVP e lançar logo, não estamos dizendo que é para você fazer o bolo insosso, mas sim, cortar a mínima fatia possível do bolo de chocolate.”

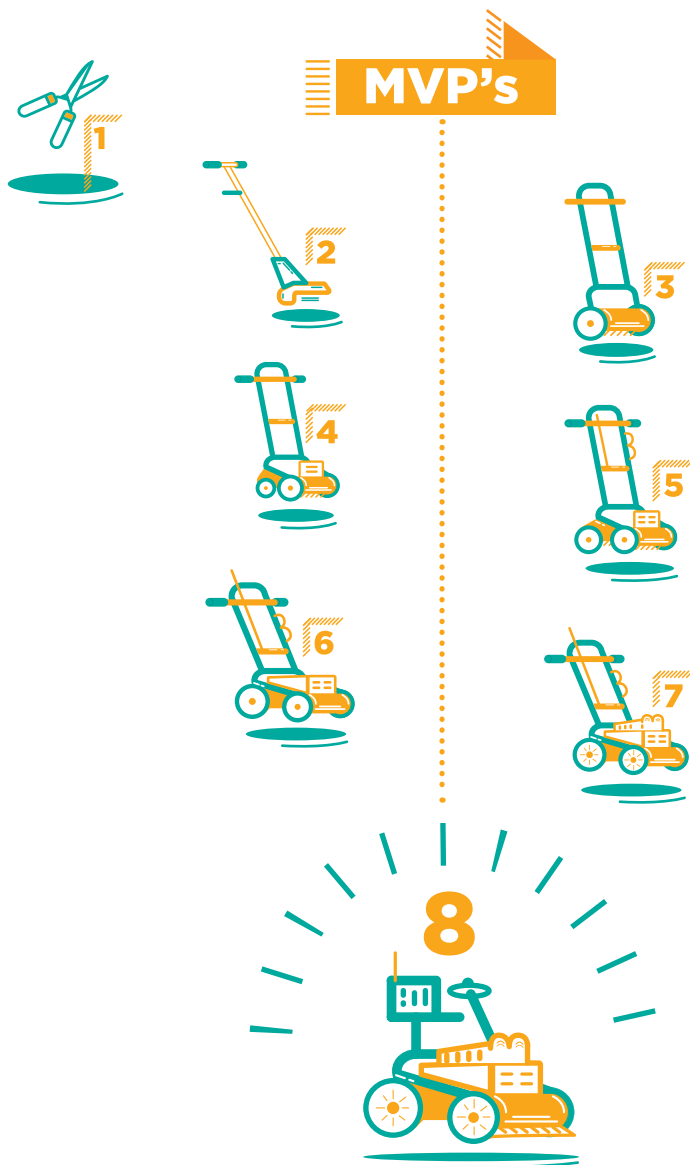
..... *Rafael Lima, sócio da HE: Labs*

Equilibrar o entendimento do que é mínimo aos conceitos de “produto” e “viável” implica em gerar valor para o cliente, usando poucos recursos, mas oferecendo algo que se assemelhe a um produto ou serviço.

**Minimum:** o menor tamanho possível, que possa ser entregue no menor tempo possível.

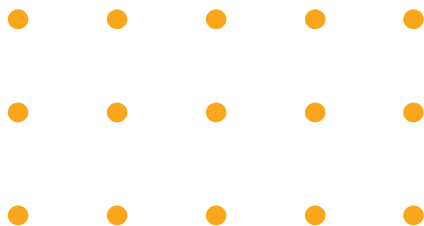
**Viable:** uma proposta de valor importante o suficiente para que seu cliente adote o produto.

**Product:** funcionalidades encaixadas em uma entrega que se assemelhe a um produto ou serviço útil.



O primeiro passo para criar um MVP é definir qual problema você deseja solucionar com esse produto ou serviço. Quanto mais específico for o seu problema, mais fácil será formular uma solução e melhor será o seu MVP.

O seu MVP só precisa conter suas funções básicas, pois a ideia é aperfeiçoar o produto ou serviço, à medida em que você adquire mais conhecimentos a partir do que o cliente deseja.



## Esboços em guardanapos

Você já desenhou suas idéias em um guardanapo em um restaurante enquanto esperava o prato chegar?

Esboçar conceitos em um guardanapo é um recurso interessante para quem vai começar a prototipar. É uma representação aproximada de uma proposta de valor ou de um modelo de negócios. Os melhores esboços contêm apenas uma ideia central e mantêm as coisas simples para obter um feedback preliminar do cliente.



# Biblioteca de MVP

Todo experimento tem pontos fortes e pontos fracos. Alguns são rápidos e baratos, porém produzem evidências menos confiáveis. Outros produzem resultados mais confiáveis, mas exigem tempo e dinheiro.

● ● ● ● ● **Desenhos e Maquetes:** Use desenhos para apresentar conceitos ou prototipar um produto, serviço ou negócio. Maquetes cumprem a mesma função, mas de uma maneira mais elaborada. São normalmente preparadas por designers e, portanto, o resultado é mais profissional.

**Landing Page (página de destino):** Página web onde os visitantes “entram” ao clicar em um banner ou e-mail. Sua função é comunicar e validar rapidamente sua proposta de valor, sua solução e o preço, além de capturar contatos. Uma landing page deve informar qual problema você está resolvendo, descrever seu produto ou serviço, além de uma “chamada para ação” que pode ser cadastrar o email, preencher um formulário, fazer um download ou até mesmo comprar seu produto ou serviço. Há sites que criam landing pages gratuitamente ou a um preço reduzido.

**Vídeos:** Vídeo curto que explica o que o produto ou serviço faz e por que as pessoas devem comprá-lo. Os vídeos quase sempre estão em uma landing page o que permite incluir informações adicionais e uma chamada para a ação, como um formulário de cadastro. Um vídeo pode ser um MVP fácil de criar e com maior grau de fidelidade do que desenhos em papel.

**Apresentação em Slides:** Você pode demonstrar a sua proposta de valor para o cliente em uma apresentação utilizando o PowerPoint ou o Prezi e, depois de aprovada, desenvolver o produto ou o serviço.

**Mágico de Oz:** Apresenta uma frente que se parece com um produto real, mas em que tudo é feito manualmente. Antes de programar as automatizações do produto ou serviço, as pessoas executam “atrás das cortinas” parte das atividades, até definir o que é essencial para o cliente. O aplicativo de identificação de músicas Shazam, começou com um número telefônico em que você ligava e colocava a música no microfone e depois recebia o nome dela via SMS. Hoje, o processo funciona dentro do aplicativo.

**Concierge:** Você também entrega manualmente a proposta de valor vendendo ao cliente a ideia de um atendimento personalizado. No Concierge, o cliente sabe que você está fazendo tudo manualmente, no Mágico de Oz ele acredita que tudo é automático. Não permite grande escala, mas possibilita conhecer as necessidades dos clientes.

**Financiamento coletivo (crowdfunding):** A proposta é lançar uma campanha em plataformas de financiamento coletivo, como o Catarse, para validar se os clientes querem comprar o seu produto e, ao mesmo tempo levantar dinheiro. Nessa abordagem você obtém seus primeiros clientes e investidores. Porém, nem todos os produtos e serviços são adequados para esse tipo de campanha.

**Pré-venda:** O conceito é simples. Ao invés de produzir seu produto ou estruturar seu serviço para depois vendê-lo, você faz o oposto: vende e apenas depois que comprarem você começa a produzir. O objetivo é mais explorar o interesse do cliente do que vender. Se há falta de interesse, a venda é cancelada e o cliente reembolsado. Não são todas as ideias que permitem este tipo de validação, mas faça sempre que for possível.



## Princípios da PRO- TO- TIPA GEM

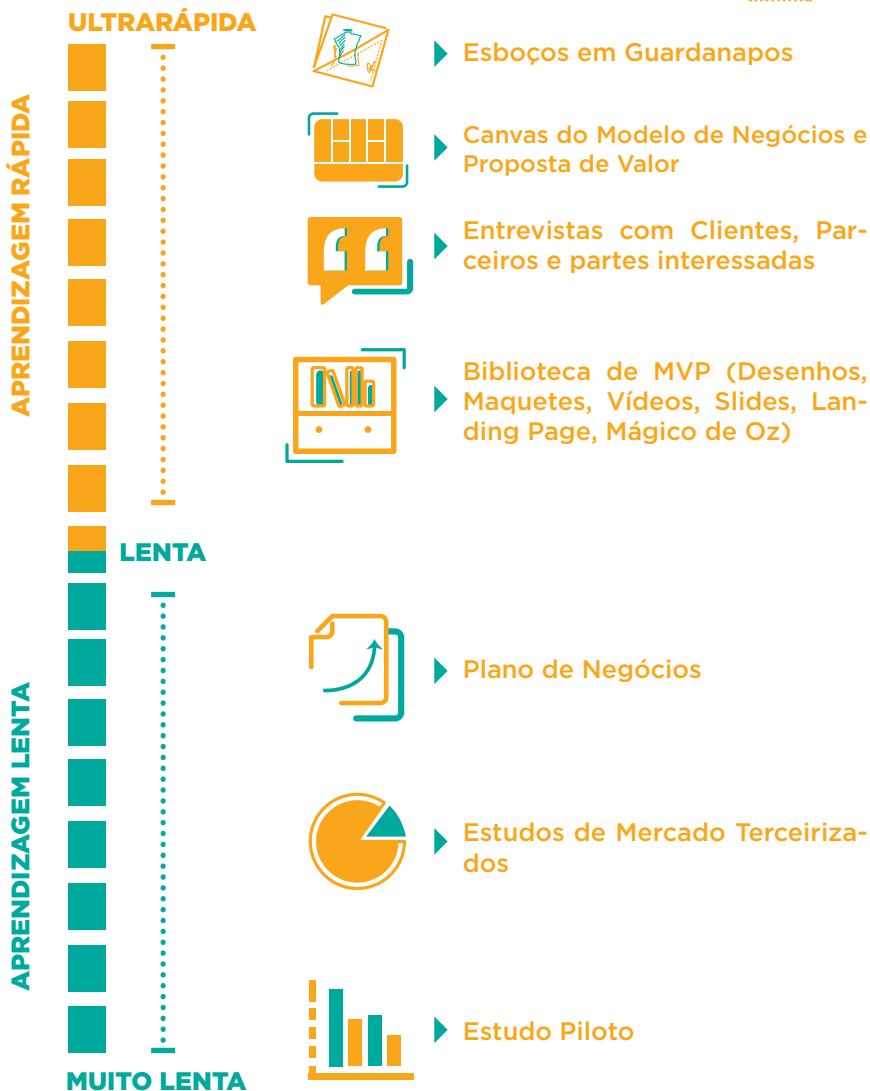
Leia esses princípios se você quer usar seu tempo e energia na direção e medida certas, explorar todas as possibilidades e entregar o melhor produto possível para seus clientes.



- 1.** Faça protótipos de maneira visual, clara e concreta. Seus clientes não são obrigados a entenderem um produto ou serviço complexo.
- 2.** Admita ser um principiante. Ninguém sabe de tudo ou tem visão além do alcance. A ideia é aprender.
- 3.** Não se apegue em excesso às suas ideias.
- 4.** Fique confortável em estado líquido. Empreendedores precisam se adaptar ao meio.
- 5.** Comece com simplicidade, repita e aperfeiçoe. A repetição nessa etapa é fundamental para criar um bom produto final.
- 6.** Mostre o seu trabalho o quanto antes. Não tenha medo de dividir a sua ideia com outras pessoas. As críticas podem ser grandes aliadas.
- 7.** Aprenda errando [muito]. Quanto mais você errar (de um jeito barato) mais irá aprender e mais irá acertar.
- 8.** Seja criativo. Sim, a criatividade poder ser aprendida. Pesquise técnicas para estimular sua criatividade.
- 9.** Fabrique monstrinhos. Crie produtos feios, tortos, estranhos... Mas que sirvam para fazer testes.
- 10.** Registre seu aprendizado. Se você não anotar, irá esquecer.

## Com que velocidade você está aprendendo

A velocidade com que você aprende será um fator-chave de sucesso. Use protótipos e dê forma às suas ideias para testá-las, desafiá-las e compartilhá-las com clientes e parceiros.



# DICAS PARA CONSTRUIR SEU MVP SEM



1. Entreviste seus principais clientes e entenda a visão deles sobre o problema.
2. Quando as respostas dos clientes forem semelhantes, você já tem material suficiente para planejar seu MVP.
3. Use 30 minutos para esboçar seus protótipos iniciais. Tenha um cronômetro por perto e mantenha-se dentro do tempo pré-definido.
4. Pense em vários protótipos e, em seguida, compare-os.
5. Seu vídeo não é um trailer de filme? Sua landing page não é a mais bonita da web? Não tem problema! Não invista tempo com detalhes em algo que provavelmente vai mudar.
6. Aproveite para criar sua base de clientes enquanto valida a ideia. Eles podem se tornar seus primeiros compradores.

**Procure os clientes que você entrevistou anteriormente com o MVP já pronto para colher feedbacks. Faça com que os clientes priorizem as propostas de valor, da mais valiosa à menos útil.**

## Pergunte aos clientes:

- Que benefícios do produto ou serviço realmente criam valor para você?
- Quais deveriam ser mantidos e quais devem ser descartados?
- O que está faltando?
- O que deve ser acrescentado?

**Pergunte sempre “por que” para obter feedbacks**



**de qualidade.**



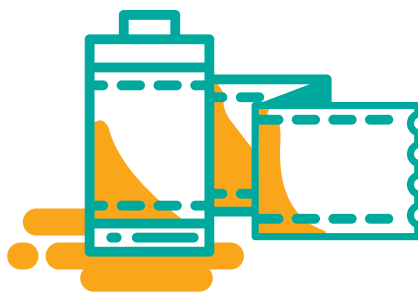
# **SOBRE PIVOTAR: QUANDO MUDAR É UMA NECESSIDADE**



## **O alto preço que a Kodak pagou por não pivotar**

A juventude de hoje não imagina como é viver em um mundo onde fotografar era um processo lento e só havia fotos impressas. Um mundo sem smartphones, Instagram e onde uma só empresa tinha o monopólio da fotografia. Na década de 70, o jovem engenheiro Steven Sasson mudou essa realidade.

Aos 24 anos, Steven foi trabalhar para a Eastman Kodak, líder no mercado fotográfico. Quando chegou à empresa, recebeu uma tarefa considerada “sem importância”: descobrir o uso de um dispositivo de carga acoplada (CCD), um tipo de sensor para captação de imagens.

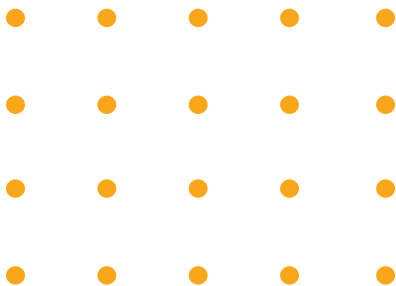


Steven desenvolveu uma câmera equipada com um gravador de fitas cassete, baterias, conversores e circuitos complexos. Mas ele queria mais que uma simples câmera. Usando as fitas cassete para armazenar imagens, criou um protótipo de um sistema fotográfico que comprovou a ideia de uma câmera totalmente eletrônica, usada para captar e exibir fotos em telas de TV.

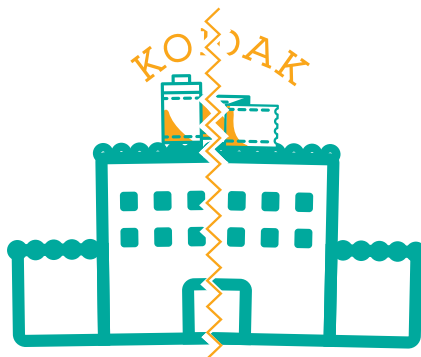
Ele iniciou a era da fotografia digital. A notícia não foi bem-re-



cebada pela Kodak. Steven fez reuniões com os executivos para apresentar o novo projeto. Ele levou a câmera para as reuniões e tirou fotos, disse ainda que seria possível enviar as imagens por uma linha telefônica. Convencidos de que ninguém iria querer olhar para fotos em uma tela, não apoiaram a ideia.



Em 1989 Steven e um amigo criaram a primeira câmera moderna, uma SLR, semelhante aos modelos atuais. A patente da câmera rendeu bilhões à Kodak, mas ainda assim, **por ter guardado o segredo** e ter resistido à venda dos equipamentos, **a empresa declarou falência em 2012.**



Vimos que todo negócio nasce de uma boa oportunidade. No entanto, há situações em que não vale a pena insistir na ideia. Se o cliente não compra ou está insatisfeito, se o negócio não se vende ou se, mesmo vendendo, não consegue pagar os custos temos aí um sinal de alerta. E a solução pode ser de abrir mão da ideia inicial e mudar de rumo:

## **pivotar.**

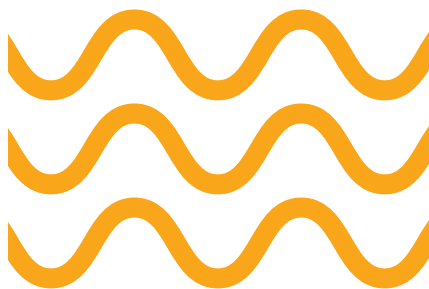
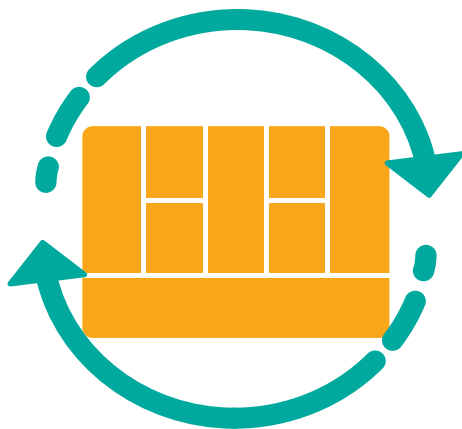
**Pivotar pode ser a diferença entre fechar as portas e crescer.**

Pivotar é uma referência portuguesa ao verbo inglês, “to pivot”, que significa girar. Quem pivota está mudando de estratégia. Em negócios, pivotar significa explorar outras direções para testar novas hipóteses, tomando o cuidado de não perder a posição que conquistou.

Podemos fazer algumas comparações com a palavra “Pivô”. Em motores há uma peça chamada pivô, ela gira em torno do próprio eixo, indicando a direção que o carro vai seguir. O termo pivô também é usado no basquete como a posição do jogador central do time: ele observa todo o eixo, girando o tronco para estudar possíveis jogadas, mantendo as pernas firmes no chão.

### Como no basquete, um negócio pode pivotar, girar em uma direção diferente e avaliar novas possibilidades.

O pivot ficou conhecido depois que Eric Ries, na sua metodologia Lean Startup, usou a palavra para pensar certas posições que empreendedores precisam adotar.



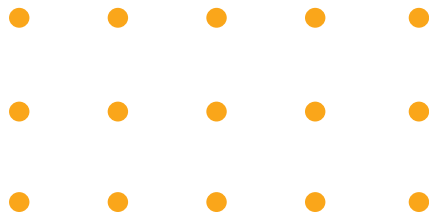
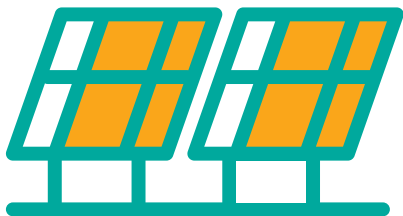
O conceito de pivot é um processo em que as ações de tropeçar, aprender e mudar fazem parte do manual de sobrevivência de um negócio.

▲ Pivotar é corrigir o modelo de negócios para validar novas hipóteses. O que Eric Ries diz é que se o negócio tem resultados insatisfatórios ou está estagnado, abandonar a ideia não é o melhor caminho. Analise o mercado, absorva o que aprendeu e pense em novos rumos a partir disso. **Não confunda pivotar com jogar fora as ideias anteriores.**

Um pivô acontece depois que você realiza testes, descobre problemas e precisa reestruturar seu modelo de negócios. Pode ser uma mudança no produto, no público, nos canais de venda, nos preços, no jeito de enfrentar a concorrência ou até mesmo em sua proposta de valor.



Por exemplo, o dono de uma revenda de painéis de energia solar pode pivotar e passar a alugar os equipamentos, em vez de vendê-los.



Às vezes, tudo o que você precisa para solucionar um problema é ter uma **visão 360º** do seu mercado para, então, voltar a olhar para dentro do negócio.





# Mas quando pivotar?

Não há uma fórmula à prova de falhas. Você precisa estar atento ao mercado, aos seus concorrentes e clientes para ser flexível e estar aberto a mudanças.

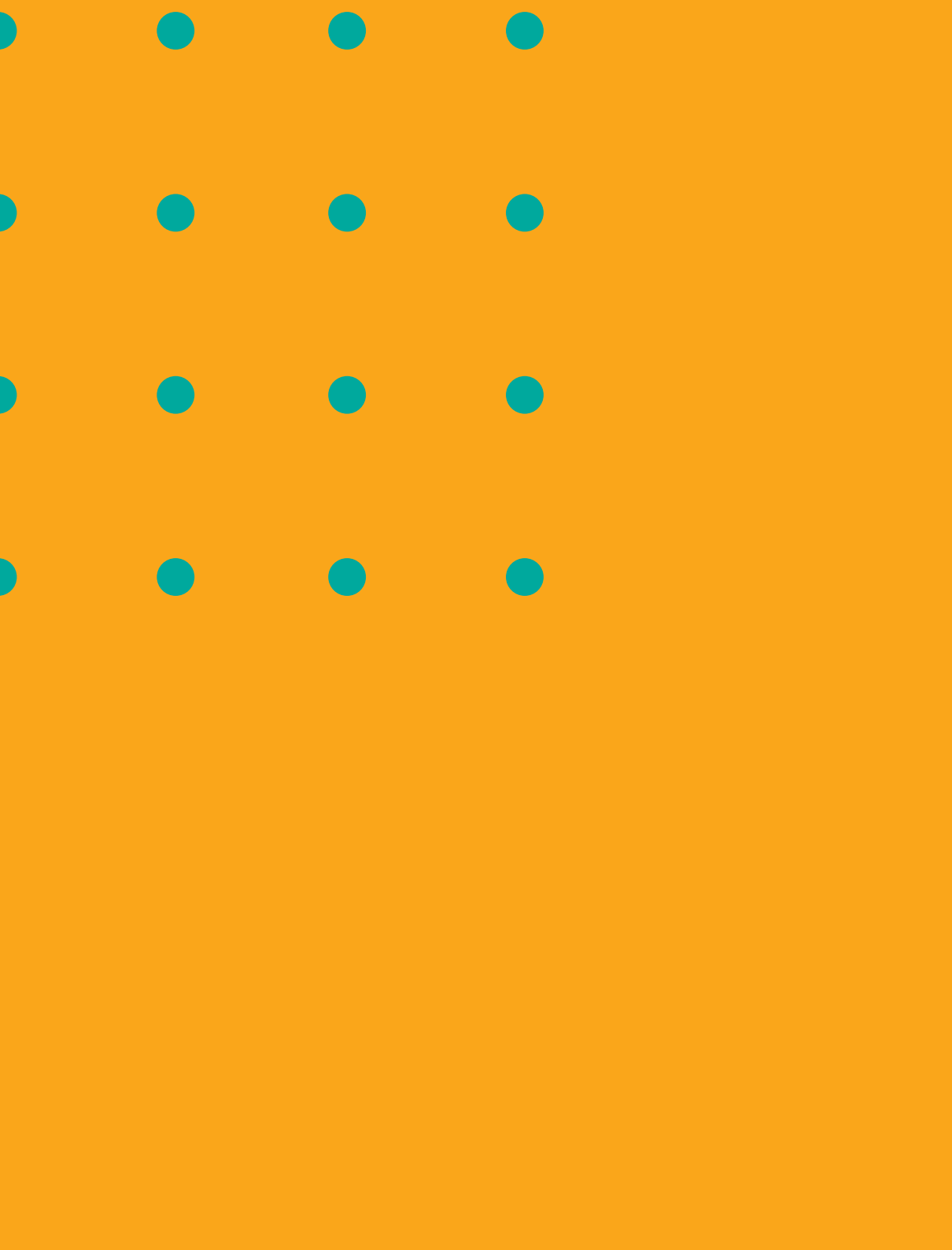


# # SEM PRE EM



Beta





## FICHA TÉCNICA

©2016. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais - SEBRAE

### TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

É permitida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, desde que divulgadas as fontes.

### INFORMAÇÕES E CONTATOS

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais – SEBRAE  
Unidade de Educação, Empreendedorismo e Cooperativismo  
Av. Barão Homem de Melo, 329, Nova Granada, CEP 30.341-285, Belo Horizonte - MG  
Telefone (31) 3379-9337 – Fax (31) 3379-9343 [www.sebrae.com.br/minasgerais](http://www.sebrae.com.br/minasgerais)

### SEBRAE MINAS

Presidente do Conselho Deliberativo | OLAVO MACHADO JÚNIOR  
Diretor Superintendente | AFONSO MARIA ROCHA  
Diretor Técnico | ANDERSON COSTA CABIDO  
Diretor de Operações | MARDEN MÁRCIO MAGALHÃES  
Unidade de Educação, Empreendedorismo e Cooperativismo SEBRAE MINAS  
Gerente | FABIANA RIBEIRO DE PINHO  
Equipe Técnica | CLÁUDIO AFRÂNIO ROSA – Coordenação  
Assessoria de Comunicação SEBRAE MINAS  
Gerente | MARIA TERESA GOULART PARADIS  
Equipe Técnica | MÁRCIA DE PAULA DA FONSECA | GUSTAVO GUIMARÃES DE ALMEIDA  
Autoria | CLÁUDIO AFRÂNIO ROSA | GUSTAVO MARQUES COUTO  
Tratamento de Linguagem e Revisão | EASYTS ASSESSORIA LINGUISTICA LTDA-ME  
Editoração Eletrônica | RUGGELI OTONI DE ALMEIDA

R788g Rosa, Cláudio Afrânio

Guia do Bootcamper: Prototipagem e mínimo produto variável / Cláudio Afrânio Rosa; Gustavo Marques Couto. - Belo Horizonte: Sebrae Minas, 2016.  
38 p.: il.

Nota de conteúdo: obra composta por seis volumes

Vol. I - Mindset Empreendedor

Vol. II - Cliente e Mercado

Vol. III - Problema e Solução

Vol. IV - Prototipagem e Mínimo Produto Viável

Vol. V - Canais, Vendas e Modelos Financeiros

Vol. VI - Lean Canvas, Storytelling e Pitch

1. Avaliação de protótipos. 2. Análise de produtos. I. Couto, Gustavo Marques. II. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais. IV. Título.

CDU: 658.511.2.001.41

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Value Proposition Design - Como Construir Propostas de Valor Inovadoras Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. 320p.

Rosa, Cláudio Afrânio, Guia essencial para novos empreendedores: implantação / Cláudio Afrânio Rosa; Gustavo Marques Couto; Marcelo Gomes Lage. - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2015.

<http://revistapegn.globo.com/Dia-a-dia/noticia/2015/07/construir-medir-aprender-entenda-formas-de-validar-seu-negocio.html> - acesso em 19/02/2016, às 10:00

<http://space242.com.br/blog/mvp-o-que-e-e-como-usar-parte-1/> - acesso em 19/02/2016, às 12:00

<http://www.caroli.org/wp-content/uploads/2015/03/mvp-example-grass.png> - acesso em 19/02/2016, às 12:00

<https://endeavor.org.br/pivot/> - acesso em 19/02/2016, às 12:00





[www.sebrae.com.br/minasgerais](http://www.sebrae.com.br/minasgerais)  
0800 570 0800