



Desafio Empatia B1

Consigo identificar-me com os outros

Cultura de Empreendedorismo



Mapa de Empatia

A empatia desempenha um papel crucial numa empresa, tal como ilustra o exemplo da LEGO.

Aqueles que analisam a forma como o grupo-alvo (clientes) pensa e sente têm melhores oportunidades de sucesso. Para compreender este processo, os alunos devem usar questões-chave e elaborar um Mapa de Empatia para criarem a sua própria ideia inovadora.



Desafio Empatia B1

Ficha Técnica

AUTORES E EDITORES	eesi-coordinators, Johannes Lindner (autor e editor), Chadwick V.R. Williams/Judit Makkos-Kaldi (autor da avaliação) Beate Tötterström (editora), Eva Jambor (editora), Gerald Fröhlich (editor)
DESIGN GRÁFICO	Valentin Mayerhofer (esquema de página), Peter Strohmberger (ícones)
VERSÃO PORTUGUESA tradução, adaptação e edição	Direção-Geral da Educação, Ministério da Educação PEEP – Policy Experimentation & Evaluation Platform
TERMOS DE USO	Todos os materiais foram desenvolvidos como parte integrante do Projeto Youthstart - Entrepreneurial Challenges, estando sujeitos a uma licença Creative Commons. Estes materiais destinam-se a professores, alunos e outros agentes educativos das instituições de ensino do ensino básico e secundário, podendo ser partilhados, editados e usados em qualquer formato ou meio, sob a condição de atribuição correta de crédito e sem fins comerciais [creative commons license for non-commercial use (CC-BY-NY)]. Para mais informação sobre esta licença, consultar: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/ Caso tenha interesse em trabalhar em rede com os parceiros nacionais, saber mais sobre o programa de aprendizagem ou proceder à sua implementação, por favor, contacte: cidadania@dge.mec.pt
MATERIAIS	Deste desafio, Empatia B1, fazem parte integrante os seguintes materiais didático-pedagógicos: Guia do Professor, Caderno do Aluno, Apresentação <i>Mapa de Empatia</i> em suporte digital. Material adicional: Vídeo de apresentação da família do Desafio Empatia

Programa Youth Start Entrepreneurial Challenges

baseado no Modelo Tripartido de Educação para o Empreendedorismo

Educação para o Empreendedorismo						Cultura de Empreendedorismo						Educação para a Cidadania Empreendedora	
	Desafio Ideia		Desafio Herói		Desafio Empatia		Desafio Conta uma História*		Desafio Ajuda o Outro *		Desafio A Minha Comunidade		
	Desafio Pessoal		Desafio Ponto de Venda		Desafio Perspetiva		Desafio O Valor do Lixo		Desafio Porta Aberta		Desafio Voluntariado*		
	Desafio Mercado Real		Desafio Começa o teu Projeto		Desafio Extremo*		Desafio Sê Positivo		Desafio Especialista*		Desafio Debate		

O Modelo Tripartido é um sistema de ensino holístico, que compreende três dimensões:

A “**Educação para o Empreendedorismo**” engloba competências nucleares para o pensamento e a ação empreendedores, nomeadamente, a capacidade de desenvolver e implementar ideias.

A “**Cultura de Empreendedorismo**” promove o desenvolvimento de competências pessoais em contexto social, traduzindo uma cultura de abertura de espírito, de empatia, de trabalho em equipa, de criatividade, de consciencialização e assunção de riscos.

A “**Educação para a Cidadania Empreendedora**” visa o desenvolvimento das competências sociais e a capacitação dos alunos enquanto cidadãos, ajudando-os, através do pensamento democrático e da autorreflexão, a expressarem as suas opiniões e a serem responsáveis por si mesmos, pelos outros e pelo ambiente.

Cada desafio pertence a uma das **18 famílias de desafios** distribuídas pelas três dimensões do Modelo Tripartido. Cada família de desafios pode abranger os seguintes níveis: A1 – 1.º Ciclo do Ensino Básico; A2 – 2.º Ciclo do Ensino Básico; B1 e B2 – Ensino Secundário. No entanto, os desafios poderão ser implementados noutros níveis de escolaridade, por opção pedagógica, atendendo à flexibilidade curricular e às competências a desenvolver.

Todos os materiais estão disponíveis em <http://www.youthstart.eu>. Os desafios sinalizados com (*) não estão disponíveis em língua portuguesa.





Desafio Empatia B1

Índice

Introdução	5
Guia do Professor	7
Caderno do Aluno	13



Desafio Empatia B1

Introdução

O projeto *Youth Start – Entrepreneurial Challenges* foi um projeto-piloto europeu cofinanciado pelo programa Erasmus+, inserido na Ação chave 3: Experimentação de políticas europeias em matéria de Educação, Formação e Juventude, com início em 2015 e fim em 2018.

Integrou parcerias estratégicas, através da colaboração entre os Ministérios da Educação de Portugal, Áustria, Luxemburgo e Eslovénia, com vista a proporcionar aos alunos experiências empreendedoras práticas, reais e em contexto escolar, através da implementação de um programa de aprendizagem inovador.

Pretendeu-se aumentar a motivação dos alunos para aprenderem e melhorarem os seus resultados escolares, envolvendo-se nas atividades da escola, comprometendo-se em projetos e outras iniciativas, reforçando o sentido de pertença à comunidade educativa. Desejou-se igualmente, ajudar os alunos no seu desenvolvimento pessoal, interpessoal e social, através de competências empreendedoras, entre outras, a proatividade, reflexão crítica e construtiva e assunção de riscos, que reforçassem o exercício de uma cidadania ativa, participada e responsável.

O programa, alicerçado no Modelo Tripartido de Educação para o Empreendedorismo anteriormente apresentado, está desenhado para ser flexível na sua aplicação, com uma versão intensiva e outra extensiva. Permite-se, assim, que seja possível aos professores das diferentes disciplinas, mobilizando encarregados de educação e envolvendo entidades da comunidade consideradas pertinentes, implementarem os desafios com os alunos em todos os níveis de ensino da escolaridade obrigatória.

A metodologia de aprendizagem baseada em desafios, preconizada pelo programa de aprendizagem, promove competências nas áreas do desenvolvimento cognitivo e pessoal, assim como na da literacia financeira e dos contextos éticos e sociais.

Os desafios, numa perspetiva holística e na sua totalidade, abrangem uma ampla gama de temas, atividades e situações experienciais de educação para o empreendedorismo com o objetivo partilhado de incentivar os alunos a estarem abertos a novas ideias e a implementarem as mesmas de forma criativa e com relevância.

O programa de aprendizagem *Youth Start – Entrepreneurial Challenges*, e os desafios em que se baseia, encontram-se em convergência com o «Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória» (Despacho n.º 6478/2017, de 26 de julho, do Secretário de Estado da Educação).

Entre os seus princípios, este Perfil identifica a adaptabilidade e ousadia, entendendo como tal que educar para o século XXI exige a perceção de que é fundamental conseguir adaptar-se a novos



contextos e novas estruturas, mobilizando as competências, mas também estando preparado para atualizar conhecimento e desempenhar novas funções.

Reconhecem-se, igualmente, as áreas de competências centrais aí enumeradas: linguagens e textos, informação e comunicação, raciocínio e resolução de problemas, pensamento crítico e pensamento criativo, relacionamento interpessoal, desenvolvimento pessoal e autonomia, bem-estar, saúde e ambiente, sensibilidade estética e artística, saber científico, técnico e tecnológico, consciência e domínio do corpo.

Por outro lado, em consonância com a «Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania» (2017), os normativos legais do currículo consagram que o empreendedorismo (nas suas vertentes económica e social) tenha aplicação opcional em qualquer ano de escolaridade.

A diversidade de metodologias e de práticas pedagógicas na escola deve concorrer para que os alunos possam participar em experiências empreendedoras práticas, reais e de vivência da cidadania, em todos os níveis de ensino.

O projeto *Youth Start – Entrepreneurial Challenge* através, nomeadamente, do programa de aprendizagem, metodologias e materiais didático-pedagógicos implementados e testados, concorre fortemente para a facilitação e incremento das ideias consagradas nos vários documentos enquadradores de política educativa do Governo Português.



Desafio Empatia B1

Consigo identificar-me com os outros

Cultura de Empreendedorismo



Mapa de Empatia

A empatia desempenha um papel crucial numa empresa, tal como ilustra o exemplo da LEGO.

Aqueles que analisam a forma como o grupo alvo (clientes) pensa e sente têm melhores oportunidades de sucesso. Para compreender este processo os alunos devem usar questões-chave e elaborar um Mapa de Empatia para criarem a sua própria ideia inovadora

Guia do Professor

O Guia do Professor contém uma descrição detalhada das atividades do desafio para facilitar a sua aplicação na sala de aula. Os materiais do professor (Guia do Professor) devem ser utilizados em conjunto com os materiais do aluno (Caderno do Aluno). O símbolo ➡ indica as atividades opcionais do desafio. Todos os materiais estão disponíveis em <http://www.youthstart.eu/>.



REPÚBLICA
PORTUGUESA

EDUCAÇÃO



PEEP
POLICY EXPERIMENTATION
& EVALUATION PLATFORM



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia



Planificação da unidade

Tema	Mapa de Empatia
Nível	BI
Família de desafios	Desafio Empatia – o desafio de ser empático! Para conseguirmos realmente compreender as outras pessoas, temos de nos colocar no seu lugar e entender a sua perspetiva. Os alunos do 1.º Ciclo do Ensino Básico aprendem a relacionar-se uns com os outros de forma empática, a expressar os seus sentimentos e necessidades, a compreender os sentimentos e as necessidades dos outros, e a desenvolver formas de trabalhar em conjunto na sala de aula. Os alunos do 2.º Ciclo do Ensino Básico aprendem a mediar e a resolver conflitos. Por fim, os alunos do Ensino Secundário aprendem a aplicar todos estes conhecimentos num contexto de trabalho e a criar um mapa de empatia, identificando-se com as necessidades dos seus potenciais clientes como parte de uma estratégia de negócios vencedora.
Duração	Duas aulas (mínimo)
Ideia subjacente ao desafio	Os alunos são desafiados a estabelecer empatia com outras pessoas e, consequentemente, a adotarem perspetivas diferentes das suas. O <i>Mapa de Empatia</i> é uma ferramenta que permite analisar grupos-alvo de clientes para uma ideia de negócio específica. O objetivo do desafio é que os alunos se consigam colocar no lugar dos seus potenciais clientes, para que consigam, estrategicamente, desenvolver, melhorar ou “vender” uma ideia. O termo „clientes“ é usado num sentido muito amplo neste contexto e pode referir-se ao grupo alvo de qualquer projeto, não apenas a projetos empresariais. Outro aspeto importante deste desafio é que os alunos também vão apresentar exemplos práticos e, em seguida, autoavaliarem-se.
Competências de empreendedorismo de acordo com o Quadro de Referência¹	Consigo: colocar-me no lugar das outras pessoas; identificar e aproveitar oportunidades;
Competências linguísticas e comunicativas	Consigo: fazer uma apresentação persuasiva; resumir as minhas reflexões num <i>Mapa de Empatia</i>, salientando as suas mais-valias e soluções encontradas.

¹ Lindner, J. (2014): Reference framework for entrepreneurship competences, Version 15. EESI Austrian Federal Ministry of Education/IFTE (eds.): Vienna.



Perfil dos alunos à saída da escolaridade obrigatória: áreas de competências	Linguagens e Textos Informação e Comunicação Relacionamento Interpessoal Desenvolvimento Pessoal e Autonomia
Vocabulário	empatia, grupo-alvo, clientes, competição, mudança de perspetiva, respeito
Avaliação	Trabalho em pequenos grupos: escrito (cartaz) e oral (apresentação). 1. Criação e ilustração de um <i>Mapa de Empatia</i>. 2. Apresentação do <i>Mapa de Empatia</i> criado à turma. 3. Desenvolvimento de soluções para um problema, expostas e inspiradas no <i>Mapa de Empatia</i>.
Conhecimentos prévios	Compreensão do conceito de <i>brainstorming</i> . Competências básicas de comunicação e apresentação oral. Competências de <i>marketing</i> : Capacidade de definir grupos-alvo e segmentos de mercado.
Materiais necessários	• <i>Flipchart</i>, <i>post-its</i>, marcadores • Projetor e computador • <i>Mapas de Empatia</i> ilustrados pelos alunos em <i>flipcharts</i> • Fotocópia das fichas A1 a A6 para cada aluno
Atividades passo a passo Passo 1 Passo 2 Passo 3	Introdução Apresente aos alunos o conceito de <i>Mapa de Empatia</i> . A apresentação pode ter como suporte um ficheiro de <i>PowerPoint</i> e/ou ser organizada através de um processo de descrição circunstancial dos componentes estruturantes de um <i>Mapa de Empatia</i> . Formação de grupos Os grupos podem incluir quatro ou cinco alunos. Desenvolvimento do Mapa de Empatia A estrutura do <i>Mapa de Empatia</i> deve ser desenhada num <i>flipchart</i> e devem ser selecionados potenciais clientes (os grupos podem ser misturados de forma homogénea ou heterogénea, de acordo com as suas ideias ou tipos de grupos-alvo). Os grupos escrevem palavras-chave nos <i>post-its</i> , em resposta às seguintes questões-chave: • O que veem os nossos clientes? Em que contexto vivem? Quem são os seus amigos e que imagem é que eles transmitem? O que é que o mercado já lhes oferece?



- **A quê/a quem é que os nossos clientes dão ouvidos?** O que dizem as suas famílias, os seus amigos, ou até os seus colegas de trabalho e superiores hierárquicos? O que transmitem os *Media*?
- **O que pensam e sentem os nossos clientes?** O que é que é importante para eles? Quais as suas principais ocupações profissionais? Quais são os seus padrões de vida? Quais são as suas preocupações?
- **O que dizem os nossos clientes?** O que transmitem aos outros? Que atitudes tomam? Que pontos de vista expressam?
- **Quais os fatores negativos com que os nossos clientes têm de lidar?** Quais os seus receios? Que riscos correm? Que obstáculos enfrentam?
- **Quais os fatores positivos com que os nossos clientes têm de lidar?** Quais os seus maiores desejos? Quais destes desejos já conseguiram concretizar? O que lhes traz alegria? De que precisam? O que é que ainda querem alcançar?

Responder a estas questões pode ser complicado, mas, no geral, este processo rapidamente desencadeia efeitos positivos. Os resultados que se obtêm através do desenvolvimento do *Mapa de Empatia* costumam ser impressionantes. O processo poderá ser interrompido e retomado mais tarde, no sentido de aferir a validade dos pressupostos iniciais. Para responder a algumas das questões apresentadas, poderá ser útil realizar uma entrevista aos representantes dos potenciais clientes identificados ou a outras pessoas envolvidas, repetindo o procedimento tantas vezes quanto necessárias. A análise das questões-chave permite aos alunos ter uma visão mais nítida dos grupos-alvo dos seus produtos/serviços, levando a que os potenciais clientes deixem de ser pensados como figuras abstratas e passem a ser entendidos pelos alunos como pessoas reais.

Passo 4 Apresentações de grupo: *Mapa de Empatia*

Este exercício demonstra como é fácil estabelecer empatia com os clientes. Os criadores de ideias devem manter relações significativas com os seus potenciais clientes.

É importante que os alunos recebam retorno (*feedback*) sobre as suas apresentações e os seus mapas, no sentido de estimular a sua compreensão das necessidades dos clientes.

Passo 5 Reflexão

Uma componente essencial no processo de desenvolvimento de empatia é o respeito, que permite que o sujeito seja bem-sucedido na adoção das perspetivas dos outros. Um provérbio ameríndio sugere que “Se queres realmente compreender a outra pessoa, tens de andar uma milha nos seus sapatos.” A reflexão revela se a mudança de perspetiva foi bem-sucedida e indica como pode ser alcançada.



Sequência no Programa de Aprendizagem	Este desafio está estreitamente ligado aos <i>Desafios Empatia</i> dos níveis A1 (1º ciclo) e A2 (2º ciclo). Pode ser aplicado em simultâneo com o <i>Desafio Ideia</i> e o <i>Desafio O Valor do Lixo</i> (ambos do nível B1 - Ensino Secundário).
Ligações úteis (acesso em 25/07/2018)	▪ Projeto Youth Start – Entrepreneurial Challenges http://www.youthstartproject.eu/ ▪ Programa de Aprendizagem Youth Start – Entrepreneurial Challenges http://www.youthstart.eu/ ▪ Programa Corpo e Mente http://www.youthstart.eu/en/warmup ▪ VizTip: How to use an empathy map to understand your target market https://www.youtube.com/watch?v=pMN7vkE4csg Tutorial em inglês. Disponível no Canal Jeannel King. ▪ Mapa de Empatia https://www.youtube.com/watch?v=LIPfI2ouOZY Tutorial em português. Disponível no Canal Soul Social ideias e projetos. ▪ Empathy Map Methodology & Tool by Dave Gray https://www.tuzzit.com/en/canvas/empathy_map Recurso em inglês.



Desafio Empatia B1

Consigo identificar-me com os outros

Cultura de Empreendedorismo



Mapa de Empatia

A empatia desempenha um papel crucial numa empresa, tal como ilustra o exemplo da LEGO.

Aqueles que analisam a forma como o grupo alvo (clientes) pensa e sente têm melhores oportunidades de sucesso. Para compreenderes este processo deves usar questões-chave e elaborar um Mapa de Empatia para criares a tua própria ideia inovadora.

Caderno do Aluno

O *Caderno do Aluno* faz parte integrante dos materiais didático-pedagógicos do *Desafio Empatia B1*.



REPÚBLICA
PORTUGUESA

EDUCAÇÃO



PEEP
POLICY EXPERIMENTATION
& EVALUATION PLATFORM



Cofinanciado pelo
Programa Erasmus+
da União Europeia



Ficha A1

Não ter medo dos clientes

Muitos modelos de negócio concentram-se fundamentalmente sobre os produtos e a sua implementação no mercado. Em muitos casos, a informação recolhida sobre os clientes revela-se bastante vaga. Noutros, acredita-se que qualquer pessoa se pode tornar um cliente.

Por vezes, podemos pensar que os clientes não têm tanta importância como o produto. Muitos criadores têm a expectativa de que basta os seus produtos serem bons para serem adquiridos pelos clientes. No entanto, os clientes não são seres abstratos, pelo que adquirem um produto ou serviço tendo em vista a resolução de um problema ou a concretização de uma determinada funcionalidade. Por este motivo, é muito importante compreender as mais-valias que os produtos ou os serviços podem efetivamente oferecer aos seus potenciais clientes.

A empatia é fundamental

O termo grego *empathia* (*em* + *pathos* “sentimento”) é a capacidade de compreender e partilhar sentimentos. A empatia implica ter a capacidade de se identificar com os pensamentos, sentimentos e necessidades das outras pessoas. A empatia permite ao sujeito adotar várias perspetivas. Sem inteligência emocional, as empresas são incapazes de encontrar novos caminhos e soluções que possam ser do interesse dos seus clientes. Por conseguinte, a empatia é a chave para se ser mais competitivo no mercado atual.

Estabelecer empatia com os clientes

Como é que desenvolvemos esta capacidade emocional? De que forma é que a empatia se pode tornar a atitude nuclear no nosso dia a dia? A abertura aos outros e a capacidade de os ouvir é essencial. Alguém que é capaz de ouvir os outros está aberto às suas perspetivas e estabelece empatia.

Exemplo prático: O que é que a LEGO aprendeu com os seus clientes?



Nas décadas de 1980 e 1990, o Grupo LEGO expandiu-se e os seus novos produtos, tais como jogos de computador, figuras de ação e programas de televisão, foram introduzidos no mercado, afastando-se, pois, das famosas peças de plástico, que, à época, constituíam o principal negócio da empresa. No princípio do século XXI, a LEGO teve de enfrentar um declínio de vendas em mercados importantes. Um dos maiores problemas da empresa foi que as crianças não gostaram do novo design de alguns dos seus produtos.

Em 2004, Jørgen Vig Knudstorp, o novo diretor executivo da LEGO, começou um processo de “retorno às origens” e decidiu descontinuar os novos produtos, focando-se em novos produtos base: peças de plástico. Para tal, deparou-se com as seguintes questões-chave: Por que é que a LEGO existe? O que é que torna a LEGO tão única? Que mais-valias é que a LEGO oferece aos seus clientes?



Para responder a estas questões, foi necessário estabelecer empatia. A LEGO realizou dois estudos extensivos de empatia nos seus mercados principais: Europa, E.U.A. e Ásia. O primeiro estudo focou-se nos sentimentos das crianças. Quais são os seus brinquedos preferidos? Como, onde e por que é que as crianças brincam? Existem diferenças, de continente para continente, entre os estilos de brincar das crianças?

O segundo estudo incidiu sobre os fãs da LEGO. Os investigadores observaram, entrevistaram e documentaram os métodos de fãs alemães, dinamarqueses e americanos, bem como a forma como o Grupo-LEGO interagiu com eles. A direção da LEGO usou os resultados de ambos os estudos como base do seu processo de tomada de decisão. Mais uma vez, a LEGO reafirmou a sua identidade e conquistou um lugar cimeiro na indústria.

Muitas pessoas falam com os outros, mas não os ouvem. O objetivo mais importante é o de estabelecer uma comunicação bilateral efetiva, na qual a empatia com os clientes seja potenciada.

Utilização do *Mapa de Empatia*

O *Mapa de Empatia*, desenvolvido por Scott Matthews, constitui uma excelente forma de estabelecer empatia com os clientes de um produto/serviço.

Em grupo, desenha um *Mapa da Empatia* e identifica os potenciais clientes de um produto/serviço que pretendem desenvolver. Utilizem post-its com palavras-chave para responderem às seguintes questões:

- **O que veem os nossos clientes?** Em que contexto vivem? Quem são os seus amigos e que imagem é que eles transmitem? O que é que o mercado já lhes oferece?
- **A quê/a quem é que os nossos clientes dão ouvidos?** O que dizem as suas famílias, os seus amigos, ou até os seus colegas de trabalho e superiores hierárquicos? O que transmitem os Media?
- **O que pensam e sentem os nossos clientes?** O que é que é importante para eles? Quais as suas principais ocupações profissionais? Quais são os seus padrões de vida? Quais são as suas preocupações?
- **O que dizem os nossos clientes?** O que transmitem aos outros? Que atitudes tomam? Que pontos de vista expressam?
- **Quais os fatores negativos com que os nossos clientes têm de lidar?** Quais os seus receios? Que riscos correm? Que obstáculos enfrentam?
- **Quais os fatores positivos com que os nossos clientes têm de lidar?** Quais os seus maiores desejos? Quais destes desejos já conseguiram concretizar? O que lhes traz alegria? De que precisam? O que é que ainda querem alcançar?

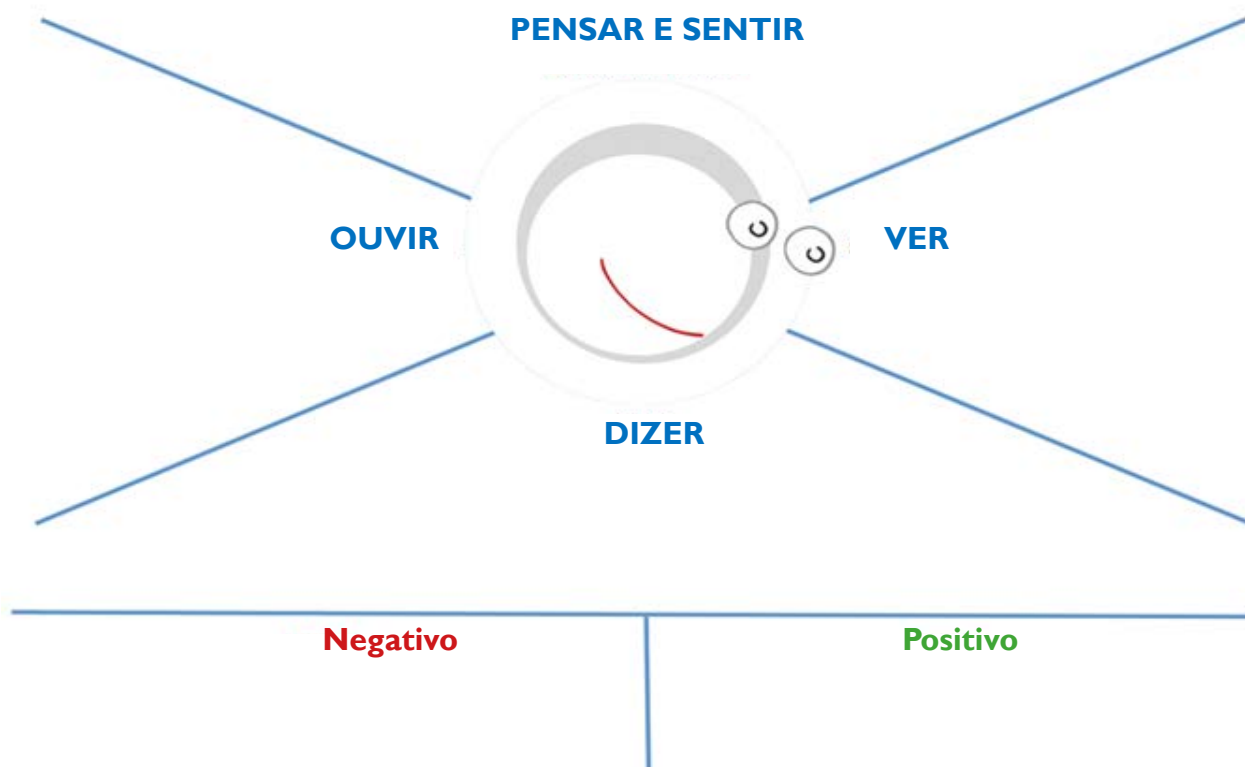
Responder a estas questões pode ser complicado, mas, no geral, este processo rapidamente desencadeia efeitos positivos. Os resultados que se obtêm através do desenvolvimento do *Mapa de Empatia* costumam ser impressionantes. O processo poderá ser interrompido e retomado mais tarde, no sentido de aferir a validade dos pressupostos iniciais. Para responder a algumas das questões apresentadas, poderá ser útil realizar uma entrevista aos representantes dos potenciais clientes identificados ou a outras pessoas implicadas, repetindo o procedimento tantas vezes quanto necessárias. A análise das questões-chave permite ter uma visão mais nítida dos grupos-alvo e dos seus produtos/serviços, levando a que os potenciais clientes deixem de ser pensados como figuras abstratas e passem a ser entendidos como pessoas reais. Este exercício demonstra o quão fácil é



estabelecer empatia com os clientes. A lealdade do consumidor deve não só ser preservada, mas também reforçada junto dos criadores de ideias. O retorno (*feedback*) dos clientes é fundamental para promover ideias inovadoras.

Uma parte essencial do desenvolvimento da empatia é o respeito, sem o qual não nos é possível mudar de perspetiva e adotar os pontos de vista das outras pessoas. Como sintetiza um velho provérbio ameríndio:

“Se queres realmente compreender a outra pessoa, tens de andar uma milha nos seus sapatos.”





Ficha A2

Clarificação da atividade

Descrição

Ao longo das últimas duas semanas, o teu grupo tem tentado identificar e localizar clientes para a vossa ideia de negócio. Descobrir um grupo-alvo de clientes para um produto/serviço é um processo entusiasmante, que valida a sustentabilidade da ideia de negócio. No entanto, encontrar o grupo-alvo certo e ser capaz de testar o produto/serviço é um processo de tentativa e erro.

Tudo se resume à necessidade de conheceres tão bem os teus clientes ao ponto de conseguires pensar como eles. O Mapa de Empatia permite-te compreender os potenciais consumidores de mercado, para que possas ser bem-sucedido quando lançares o teu negócio.

Requisitos para a apresentação

Em grupo, deves elaborar um Mapa de Empatia e apresentá-lo à turma. O vosso trabalho será avaliado de acordo com alguns critérios.

A apresentação deverá ser realizada em grupos de 4 a 5 alunos, com a seguinte estrutura:

1. Breve introdução da ideia de negócio: apresentação do contexto em que a ideia surgiu.
2. Desenvolvimento: apresentação do Mapa de Empatia, em resposta a questões-chave.
3. Conclusão: justificação da escolha dos potenciais clientes para a ideia de negócio.

Cada elemento do grupo deverá falar durante 3 a 5 minutos.

O tempo total da apresentação não deve exceder os 20 minutos.

Para além do cartaz com o mapa desenhado, os grupos podem utilizar um suporte multimédia para tornar a sua apresentação visualmente mais apelativa.

Avaliação - Apresentação

I. Breve introdução da ideia de negócio: apresentação do contexto em que a ideia surgiu

a. Identificação da ideia de negócio:

- i. Como é que pensaram nesta ideia?

A que problema é que pensaram que esta ideia podia dar resposta?

- ii. Porque é que escolheram esta ideia?

O que é que vos inspirou?

b. Descrição da ideia de negócio:

- i. Qual é o propósito da vossa ideia?

- ii. Que necessidade é que a vossa ideia vem suprir? Como é que o faz?

- iii. Como é que a vossa ideia funciona?



2. Desenvolvimento: apresentação do Mapa de Empatia. Utiliza as 6 questões-chave da página 2 da Ficha A1.

3. Conclusão: justificação da escolha dos potenciais clientes para a ideia de negócio.

- a. De que evidências dispõem para fundamentarem a identificação dos potenciais clientes para a vossa ideia de negócio? Apresentem três exemplos.
- b. Quais são os vossos grupos-alvo?
- c. Porque é que julgam que a vossa ideia de negócio vai vender?

Estilo de apresentação e linguagem

1. Representação visual

- a. As nossas ideias estão organizadas de forma a que possam ser apresentadas e compreendidas por outras pessoas?
- b. Os recursos visuais da nossa apresentação estão bem estruturados e são apelativos? Acrescentam valor aos conteúdos da apresentação?
- c. As representações visuais utilizadas ajudam a tornar a nossa mensagem mais clara/forte?

2. Competências de apresentação

- a. Conhecemos bem o nosso público?
- b. Interagimos com o nosso público?
- c. Expressamo-nos com clareza e convicção? Estabelecemos contacto visual com o público?
- d. Preparámos bem a nossa apresentação?

3. Linguagem

- a. Utilizámos uma linguagem variada durante a apresentação do nosso Mapa de Empatia?
- b. Fomos convincentes ao explicarmos porque é que o nosso Mapa de Empatia fundamenta o lançamento de um produto potencialmente bem-sucedido?
- c. Utilizámos conectores textuais diversificados ao expressarmos as nossas opiniões e ao fundamentá-las com exemplos?



Ficha A3

Avaliação da apresentação

Nível	Conteúdos e estrutura	Estilo de apresentação e linguagem
0	Os conteúdos e a estrutura da minha apresentação não cumpriram nenhum dos critérios descritos abaixo.	O meu desempenho não cumpriu nenhum dos critérios descritos abaixo.
1-2	A apresentação do meu <i>Mapa de Empatia</i> não incluiu um ou mais dos seguintes componentes: introdução, desenvolvimento ou conclusão. A minha introdução não apresentou razões claras para fundamentar que a minha ideia de negócio é única. Respondi a três questões-chave e providenciei exemplos devidamente contextualizados. Tentei persuadir o meu público de que os meus clientes seriam os ideais para a minha ideia de negócio.	Preciso de aprimorar as minhas ideias e de utilizar elementos visuais mais apelativos nas minhas apresentações. Utilizei linguagem inapropriada e não interagi o suficiente com o meu público. Preciso de praticar mais a minha apresentação. Não utilizei linguagem descritiva para descrever o meu <i>Mapa de Empatia</i> . Expressei a minha opinião, mas não a fundamentei com exemplos.
3-5	A apresentação do <i>Mapa de Empatia</i> foi suficientemente organizada, mas podem ter-me faltado alguns elementos da introdução, do desenvolvimento ou da conclusão. A minha introdução apresentou, pelo menos, uma razão que torna a minha ideia de negócio única. Respondi a quatro questões-chave e providenciei exemplos devidamente contextualizados.	Estruturei corretamente as minhas ideias e utilizei elementos visuais claros e apelativos, o que contribuiu para tornar a minha apresentação mais forte. No entanto, a linguagem que utilizei nem sempre foi a mais adequada e não interagi suficientemente com o meu público. Estabeleci algum contacto visual com o público, mas preciso de preparar melhor as minhas apresentações. Utilizei vocabulário descritivo pouco diversificado.
6-8	A apresentação do meu <i>Mapa de Empatia</i> foi organizada e incluiu uma introdução, um desenvolvimento e uma conclusão bem fundamentada. Na minha introdução, indiquei, pelo menos, duas razões que tornam a minha ideia de negócio única. Respondi a cinco questões-chave e apresentei exemplos devidamente contextualizados. Expliquei, de forma suficientemente persuasiva, porque é que os clientes-alvo que identifiquei são os mais adequados para a minha ideia de negócio.	Estruturei corretamente as minhas ideias e utilizei elementos visuais claros e apelativos, o que contribuiu para tornar a minha apresentação mais forte. Utilizei uma linguagem adequada e interagi suficientemente com o público. Estabeleci contacto visual e expressei-me de forma clara e audível. Pratiquei a minha apresentação com antecedência. Utilizei vocabulário descritivo razoavelmente diversificado.
9-10	A apresentação do meu <i>Mapa de Empatia</i> foi muito organizada e incluiu a introdução, o desenvolvimento e a conclusão, bem fundamentadas. A minha introdução apresentou, pelo menos, três razões que tornam a minha ideia de negócio única. Respondi a seis questões-chave e apresentei exemplos devidamente contextualizados. Expliquei, de forma bastante persuasiva, porque é que os clientes-alvo que identifiquei são os mais adequados para a minha ideia de negócio.	Estruturei corretamente as minhas ideias e utilizei elementos visuais claros e apelativos, o que contribuiu para tornar a minha apresentação mais forte. Utilizei uma linguagem adequada e interagi bastante com o público. Estabeleci contacto visual e falei de forma clara e audível. Pratiquei a minha apresentação com antecedência. Utilizei vocabulário descritivo diversificado.



Ficha A4

Autoavaliação

Avalia as tuas aprendizagens, assinalando a pontuação adequada ao teu desempenho.	Pontuação
Não completei este desafio. / Completei este desafio de forma insatisfatória.	0
1. A minha introdução compreendeu um dos seguintes elementos: (i) identificação da ideia de negócio; (ii) função da ideia de negócio; (iii) características singulares. 2. Respondi a duas das questões de conteúdo para selecionar os clientes-alvo. 3. Não concluí a apresentação persuadindo o meu público com exemplos e demonstrando que os clientes que identifiquei são os mais adequados para a nossa ideia de negócio.	1-2
1. A minha introdução compreendeu dois dos seguintes elementos: (i) identificação da ideia de negócio; (ii) função da ideia de negócio; (iii) características singulares. 2. Respondi a três das questões-chave de conteúdo para selecionar os clientes-alvo. 3. Concluí a apresentação persuadindo o meu público com um exemplo e demonstrando que os clientes que identifiquei são os ideais para a nossa ideia de negócio.	3-5
1. Comecei a apresentação com uma introdução mediana, compreendendo os seguintes elementos: (i) identificação da ideia de negócio; (ii) função da ideia de negócio; (iii) características singulares. 2. Respondi a quatro das questões-chave de conteúdo para selecionar os clientes-alvo. 3. Concluí a apresentação persuadindo o meu público com dois exemplos e demonstrando que os clientes que identifiquei são os ideais para a nossa ideia de negócio.	6-8
1. Comecei a apresentação com uma introdução razoável, compreendendo os seguintes elementos: (i) identificação da ideia de negócio; (ii) função da ideia de negócio; (iii) características singulares. 2. Respondi a cinco das questões-chave de conteúdo para selecionar os clientes corretos. 3. Concluí a apresentação persuadindo o meu público com vários exemplos e demonstrando que os clientes que identifiquei são os ideais para a nossa ideia de negócio.	9-10



Ficha A5

Fim da unidade: Autoavaliação

Avalia-te, assinalando a figura adequada a cada um dos descritores de desempenho.

N.º	Descritor de desempenho			
1.	Consigo pôr-me no lugar das outras pessoas.			
2.	Consigo fazer uma apresentação persuasiva.			
3.	Consigo identificar e aproveitar oportunidades.			
4.	Consigo desenvolver possíveis soluções para problemas de mercado, estruturando-as e apresentando-as através do <i>Mapa de Empatia</i> .			
5.	Consigo resumir as minhas reflexões num <i>Mapa de Empatia</i> , salientando as suas mais-valias e as soluções encontradas.			
6.	Consigo construir um <i>Mapa de Empatia</i> .			
7.	Consigo fazer uma pesquisa de mercado para identificar os clientes-alvo de um produto/serviço.			
8.	Consigo expressar-me em frente a um grupo ou um público mais amplo.			
9.	Consigo realizar uma apresentação persuasiva sobre um produto/serviço e os seus potenciais clientes.			



Ficha A6

Fim da unidade: Autorreflexão

1. De que é que gostaste neste desafio?

2. De que é que não gostaste neste desafio?

3. Depois de teres superado este desafio, sentes-te preparado para identificar corretamente os clientes adequados para um produto?

4. Achas que este desafio foi útil? Como é que o poderias aplicar à vida real?

5. Comentários adicionais:
