

APOSTILA DE VALIDAÇÃO DE NEGÓCIOS



APOSTILA DE VALIDAÇÃO
DE IDEIAS DE NEGÓCIOS

APOSTILA DE VALIDAÇÃO DE NEGÓCIOS

Guia Prático para Empreendedores

Nome do Empreendedor: _____

Data de Início: // _____

Ideia de Negócio (em 1 frase):

RESUMO EXECUTIVO DA VALIDAÇÃO

Preenche isto no final, depois de completares todas as fases:

Fase	Status (✓ / ✗ / ~)	Nota (1-10)	Comentário Breve
1. Problema			
2. Solução			
3. Mercado			
4. Preço			
5. MVP			
6. Canais			
7. Retenção			
8. Financeira			

Legenda: ✓ = Positivo | ✗ = Negativo | ~ = Precisa ajustes

Decisão Final: ☐ Avançar ☐ Pivotar ☐ Não Avançar

FASE 1: VALIDAÇÃO DO PROBLEMA

1.1 Definição Clara do Problema

Qual é o problema específico que quero resolver?

Quem tem este problema? (Seja específico: idade, localização, profissão, etc.)

Por que é que este problema importa?

Como as pessoas resolvem este problema hoje?

1.2 Lista de Pessoas para Entrevistar

Objectivo: Mínimo 20 pessoas | Meta: 30 pessoas

#	Nome/Contacto	Perfil	Data	Realizada?
1				☐
2				☐

3				☐
4				☐
5				☐
6				☐
7				☐
8				☐
9				☐
10				☐
11				☐
12				☐
13				☐
14				☐
15				☐
16				☐
17				☐
18				☐
19				☐
20				☐

Adiciona mais linhas conforme necessário

1.3 Guião de Entrevista (usa isto como referência)

Abertura: "Olá! Estou a fazer uma pesquisa sobre [tema geral, não mencionar produto]. Podes dar-me 10 minutos para responder algumas perguntas? Não estou a vender nada."

Perguntas essenciais:

1. Como costumias [resolver X situação] actualmente?
 2. Com que frequência enfrentas este desafio?
 3. Quanto tempo/dinheiro gastas com isto por mês?
 4. Numa escala de 1 a 10, quanto isto te incomoda?
 5. Já tentaste outras formas de resolver? O que aconteceu?
 6. Se houvesse uma solução mágica, como seria?
-

1.4 Registo de Entrevistas

Entrevista #1

Data: // _____ | Duração: _____ min

Nome/Perfil: _____

Confirma que tem o problema? ☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

Grau de incómodo (1-10): ____

Solução actual:

Quanto gasta (tempo/dinheiro):

Citações importantes (palavras exactas da pessoa):

Insights ou descobertas:

Entrevista #2

Data: // _____ | Duração: _____ min

Nome/Perfil: _____

Confirma que tem o problema? ☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

Grau de incómodo (1-10): ____

Solução actual:

Quanto gasta (tempo/dinheiro):

Citações importantes:

Insights ou descobertas:

Entrevista #3

Data: // _____ | Duração: _____ min

Nome/Perfil: _____

Confirma que tem o problema? ☐ Sim ☐ Não ☐ Às vezes

Grau de incómodo (1-10): ____

Solução actual:

Quanto gasta (tempo/dinheiro):

Citações importantes:

Insights ou descobertas:

Continua este formato para todas as 20+ entrevistas numa folha separada

1.5 Análise Consolidada do Problema

Total de entrevistas realizadas: _____

Quantas pessoas confirmaram ter o problema: _____ (____ %)

Quantas deram nota 7+ no grau de incómodo: _____ (____ %)

Padrões identificados (3-5 pontos repetidos):

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Alternativas actuais mais mencionadas:

1. _____
2. _____
3. _____

Custo médio estimado da solução actual:

Tempo: _____ | Dinheiro: _____

Descobertas surpreendentes:

1.6 Conclusão da Fase 1

O problema é validado? ☐ Sim ☐ Não ☐ Parcialmente

Justificação:

Ajustes necessários à ideia original:

☐ Pronto para avançar para Fase 2

☐ Preciso fazer mais entrevistas

☐ Preciso reconsiderar o problema

FASE 2: VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO

2.1 Descrição da Solução

Descreve a tua solução em máximo 3 frases:

Como funciona? (Passo a passo simples):

1.

2.

3.

4.

5.

Principal vantagem vs. alternativas actuais:

2.2 Protótipo/Mockup

Tipo de protótipo criado:

- ☐ Desenho/Esboço
- ☐ Apresentação visual (PowerPoint/Canva)
- ☐ Protótipo físico básico
- ☐ Mockup digital
- ☐ Vídeo explicativo
- ☐ Outro:

Cole aqui ou anexa imagens do protótipo

(Reserve espaço ou use página separada)

2.3 Testes da Solução

Objectivo: Mínimo 15 pessoas

#	Nome	Data	Resolveria? (S/N)	Feedback Principal	Nota (1-10)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

2.4 Registo Detalhado de Feedback

Feedback mais positivo (top 3):

1. _____
2. _____

3. _____

Objecções/Dúvidas mais comuns (top 3):

1. _____

2. _____

3. _____

Sugestões de melhoria mais mencionadas:

1. _____

2. _____

3. _____

Características que faltam (segundo os entrevistados):

1. _____

2. _____

3. _____

2.5 Ajustes à Solução

Baseado no feedback, que mudanças vou fazer?

Mudança 1:

Mudança 2:

Mudança 3:

O que NÃO vou mudar (e porquê):

2.6 Conclusão da Fase 2

Total de pessoas testadas: _____

Quantas disseram que resolveria o problema: _____ (____ %)

Nota média recebida: _____/10

A solução é validada? ☐ Sim ☐ Não ☐ Com ajustes

Justificação:

☐ Pronto para avançar para Fase 3

☐ Preciso ajustar e testar novamente

FASE 3: VALIDAÇÃO DE MERCADO

3.1 Dimensão do Mercado

Área geográfica-alvo inicial:

Estimativa de potenciais clientes nessa área: _____

Como cheguei a este número:

Destes, quantos têm capacidade de pagar: _____

Mercado total estimado:

Nº clientes potenciais () × Preço estimado (MT) =

_____ MT/mês ou _____ MT/ano

3.2 Segmentação de Clientes

Segmento 1:

Descrição: _____

Tamanho estimado: _____

Necessidade específica: _____

Facilidade de acesso: ☐ Fácil ☐ Médio ☐ Difícil

Segmento 2:

Descrição: _____

Tamanho estimado: _____

Necessidade específica: _____

Facilidade de acesso: ☐ Fácil ☐ Médio ☐ Difícil

Segmento 3:

Descrição: _____

Tamanho estimado: _____

Necessidade específica: _____

Facilidade de acesso: ☐ Fácil ☐ Médio ☐ Difícil

Segmento escolhido para começar: _____

Porquê este segmento?

3.3 Análise da Concorrência

Concorrente Directo #1:

Nome: _____

Localização: _____

Preço: _____

Pontos fortes:

Pontos fracos:

Feedback de clientes deles:

Concorrente Directo #2:

Nome: _____

Localização: _____

Preço: _____

Pontos fortes:

Pontos fracos:

Feedback de clientes deles:

Concorrente Directo #3:

Nome: _____

Localização: _____

Preço: _____

Pontos fortes:

Pontos fracos:

Feedback de clientes deles:

Alternativas Indirectas:

1. _____

2. _____

3. _____

3.4 Posicionamento

O que me diferencia da concorrência? (Proposta de Valor Única)

Por que um cliente escolheria a minha solução?

1. _____

2. _____

3. _____

Slogan/Frase de posicionamento:

3.5 Acesso ao Mercado

Onde estão os meus clientes fisicamente?

Onde estão online?

Como vou alcançar os primeiros 10 clientes?

Potenciais parceiros para acesso ao mercado:

1.

2.

3.

3.6 Conclusão da Fase 3

O mercado é suficientemente grande? ☐ Sim ☐ Não ☐ Incerto

Sei como alcançar os clientes? ☐ Sim ☐ Não ☐ Parcialmente

Tenho diferenciação clara? ☐ Sim ☐ Não ☐ Precisa melhorar

O mercado é validado? ☐ Sim ☐ Não ☐ Com ressalvas

☐ **Pronto para avançar para Fase 4**

FASE 4: VALIDAÇÃO DE PREÇO

4.1 Pesquisa de Preços

Preços praticados pela concorrência:

Concorrent e	Preço	O que inclui
-----------------	-------	--------------------

	MT	
--	----	--

	MT	
--	----	--

	MT	
--	----	--

Preço médio do mercado: _____ MT

Preço da alternativa mais barata: _____ MT

Preço da alternativa mais cara: _____ MT

4.2 Estrutura de Preços Possíveis

Opção 1: Preço Único

Preço: _____ MT

Inclui: _____

Opção 2: Preços Escalonados

Pacote	Preço	O que inclui
--------	-------	--------------------

Básico	MT	
--------	----	--

Standard	MT	
----------	----	--

Premiu MT
m

Opção 3: Modelo de Subscrição

- ☐ Diário: _____ MT
☐ Semanal: _____ MT
☐ Mensal: _____ MT
☐ Anual: _____ MT
-

Modelo escolhido: _____

4.3 Teste de Disposição a Pagar

#	Nome	Preço Apresentado	Reacção	Aceitaria ?	Preço (deles)	Ideal
1		MT		☐	MT	
2		MT		☐	MT	
3		MT		☐	MT	
4		MT		☐	MT	
5		MT		☐	MT	
6		MT		☐	MT	
7		MT		☐	MT	
8		MT		☐	MT	
9		MT		☐	MT	
10		MT		☐	MT	

4.4 Tentativa de Venda Real

Tentei vender a preço real? ☐ Sim ☐ Não

#	Cliente	Preço Oferecido	Resultado	Observações
1		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
2		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
3		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
4		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
5		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
6		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
7		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
8		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
9		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	
10		MT	☐ Vendeu ☐ Recusou	

Taxa de conversão: _____ vendas / _____ tentativas = _____ %

4.5 Análise de Objecções de Preço

Principais objecções sobre o preço:

1. _____
2. _____
3. _____

Como posso justificar melhor o valor?

4.6 Decisão Final de Preço

Preço definido: _____ MT

Justificação desta escolha:

Estratégia de preço inicial:

- ☐ Preço de penetração (mais baixo para ganhar mercado)
 - ☐ Preço de valor (baseado no valor entregue)
 - ☐ Preço competitivo (similar à concorrência)
 - ☐ Preço premium (mais alto, posicionamento superior)
-

4.7 Conclusão da Fase 4

Conseguí fazer vendas reais? ☐ Sim (____) ☐ Não

O preço é aceite pelo mercado? ☐ Sim ☐ Não ☐ Parcialmente

Preço validado? ☐ Sim ☐ Precisa ajustes

☐ Pronto para avançar para Fase 5

FASE 5: VALIDAÇÃO DO MVP

5.1 Planeamento do MVP

Lista completa de características possíveis:

1. _____

2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

As 3-5 características ESSENCIAIS para o MVP:

1. ✓

2. ✓

3. ✓

4. ✓

5. ✓

O que o MVP NÃO vai ter (pelo menos inicialmente):

1. ✗

2. ✗

3. ✗

5.2 Construção do MVP

Tipo de MVP:

- ☐ Produto físico simplificado
- ☐ Serviço manual antes de automatizar
- ☐ Protótipo funcional
- ☐ Landing page + operação manual
- ☐ Outro: _____

Recursos necessários:

Custo estimado: _____ MT

Tempo estimado: _____ dias/semanas

Data de conclusão do MVP: // _____

5.3 Métricas de Sucesso

Como vou medir se o MVP funciona?

Métrica 1: _____

Meta:

Métrica 2: _____

Meta:

Métrica 3: _____

Meta:

5.4 Teste do MVP com Clientes

Objectivo: 5-20 clientes iniciais

#	Cliente	Data	Pagou?	Valor	Completo o uso?	Satisfeito ? (1-10)
1			☐	MT	☐	
2			☐	MT	☐	
3			☐	MT	☐	
4			☐	MT	☐	
5			☐	MT	☐	
6			☐	MT	☐	
7			☐	MT	☐	
8			☐	MT	☐	
9			☐	MT	☐	
10			☐	MT	☐	

5.5 Feedback Detalhado do MVP

O que funcionou melhor que o esperado:

1. _____
2. _____
3. _____

O que funcionou pior que o esperado:

1. _____
2. _____
3. _____

Problemas críticos encontrados:

1. _____

2. _____
3. _____

Sugestões dos clientes:

1. _____
2. _____
3. _____

5.6 Iterações do MVP

Iteração 1 - O que mudei:

Data: // _____

Resultado: _____

Iteração 2 - O que mudei:

Data: // _____

Resultado: _____

Iteração 3 - O que mudei:

Data: // _____

Resultado: _____

5.7 Net Promoter Score (NPS)

Pergunta: "Numa escala de 0-10, recomendarias este produto/serviço a um amigo?"

Cliente	Nota (0-10)	Categoria
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Legenda: 0-6 = Detratores | 7-8 = Passivos | 9-10 = Promotores

NPS = (% Promotores - % Detratores)

Meu NPS: _____

5.8 Conclusão da Fase 5

Taxa de satisfação geral: _____ %

MVP validado? ☐ Sim ☐ Não ☐ Precisa melhorias

Principais aprendizagens:

☐ Pronto para avançar para Fase 6

FASE 6: VALIDAÇÃO DE CANAIS

6.1 Canais Possíveis

Lista todos os canais possíveis para alcançar clientes:

Canal	Custo Estimado	Esforço	Alcance Potencial
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas
	MT	☐ Baixo ☐ Médio ☐ Alto	peessoas

3 canais prioritários para testar:

1. _____
 2. _____
 3. _____
-

6.2 Teste de Canais

Canal #1: _____

Período de teste: // _____ a // _____

Investimento: _____ MT

Acções realizadas:

Resultados:

- Alcance: _____ pessoas
- Leads gerados: _____
- Conversões: _____
- Custo por lead: _____ MT
- Custo por venda: _____ MT

Aprendizagens:

Canal #2: _____

Período de teste: // _____ a // _____

Investimento: _____ MT

Ações realizadas:

Resultados:

- Alcance: _____ pessoas
- Leads gerados: _____
- Conversões: _____
- Custo por lead: _____ MT
- Custo por venda: _____ MT

Aprendizagens:

Canal #3: _____

Período de teste: // _____ a // _____

Investimento: _____ MT

Acções realizadas:

Resultados:

- Alcance: _____ pessoas
- Leads gerados: _____
- Conversões: _____
- Custo por lead: _____ MT
- Custo por venda: _____ MT

Aprendizagens:

6.3 Comparação de Canais

Critério	Canal 1	Canal 2	Canal 3
Custo por cliente	MT	MT	MT
Volume			
Qualidade clientes	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa
Escalabilidade	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa	☐ Alta ☐ Média ☐ Baixa
ROI			

Canal vencedor: _____

6.4 Parcerias Estratégicas

Parceiro Potencial #1:

Nome/Empresa: _____

Por que faz sentido: _____

Contacto: _____

Status: ☐ Contactado ☐ Reunião marcada ☐ Parceria fechada ☐ Recusou

Termos da parceria:

Parceiro Potencial #2:

Nome/Empresa: _____

Por que faz sentido: _____

Contacto: _____

Status: ☐ Contactado ☐ Reunião marcada ☐ Parceria fechada ☐ Recusou

Termos da parceria:

Parceiro Potencial #3:

Nome/Empresa: _____

Por que faz sentido: _____

Contacto: _____

Status: ☐ Contactado ☐ Reunião marcada ☐ Parceria fechada ☐ Recusou

Termos da parceria:

6.5 Estratégia de Distribuição

Canal principal escolhido: _____

Canais secundários: _____

Plano de execução (próximos 3 meses):

Mês 1:

Mês 2:

Mês 3:

6.6 Conclusão da Fase 6

Canais validados? ☐ Sim ☐ Parcialmente ☐ Não

Custo de aquisição aceitável? ☐ Sim ☐ Não

Tenho caminho claro para escalar? ☐ Sim ☐ Não

☐ Pronto para avançar para Fase 7

FASE 7: VALIDAÇÃO DE RETENÇÃO

7.1 Acompanhamento de Clientes

Sistema de registo: ☐ Excel ☐ Caderno ☐ App ☐ Outro: _____

Cliente	1ª Compra	2ª Compra	3ª Compra	Status
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo

	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo
	/	/	/	☐ Activo ☐ Inactivo

7.2 Métricas de Retenção

Total de clientes novos no período: _____

Clientes que voltaram (2ª compra): _____ = _____ %

Clientes que compraram 3+ vezes: _____ = _____ %

Tempo médio entre compras: _____ dias

Taxa de abandono (churn): _____ %

7.3 Razões de Abandono

Contactei clientes inativos? ☐ Sim ☐ Não

Cliente	Por que não voltou?	Voltaria se...?

Top 3 razões de abandono:

1. _____
2. _____
3. _____

7.4 Estratégias de Retenção Testadas

Estratégia #1: _____

Implementação:

Resultado: ☐ Funcionou ☐ Não funcionou ☐ Inconclusivo

Impacto na retenção: _____

Estratégia #2: _____

Implementação:

Resultado: ☐ Funcionou ☐ Não funcionou ☐ Inconclusivo

Impacto na retenção: _____

Estratégia #3: _____

Implementação:

Resultado: ☐ Funcionou ☐ Não funcionou ☐ Inconclusivo

Impacto na retenção: _____

7.5 Feedback de Clientes Fiéis

Cliente fiel #1:

Nome: _____

Quantas vezes comprou: _____

Por que continua a comprar?

O que mais valoriza:

Cliente fiel #2:

Nome: _____

Quantas vezes comprou: _____

Por que continua a comprar?

O que mais valoriza:

Cliente fiel #3:

Nome: _____

Quantas vezes comprou: _____

Por que continua a comprar?

O que mais valoriza:

7.6 Lifetime Value (LTV)

Valor médio por compra: _____ MT

Frequência média de compra: _____ vezes/mês

Tempo médio como cliente: _____ meses

LTV estimado = Valor médio × Frequência × Tempo

Meu LTV: _____ MT

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): _____ MT

Rácio LTV:CAC = _____ : 1

(Ideal: pelo menos 3:1)

7.7 Conclusão da Fase 7

Taxa de retenção (2ª compra): _____ %

- ☐ Excelente (60%+)
- ☐ Boa (40-60%)
- ☐ Razoável (30-40%)
- ☐ Problemática (<30%)

Retenção validada? ☐ Sim ☐ Precisa melhorar ☐ Não

Plano de acção para melhorar retenção:

☐ Pronto para avançar para Fase 8

FASE 8: VALIDAÇÃO FINANCEIRA

8.1 Custos Directos (por unidade/venda)

Item	Custo (MT)
Matéria-prima/Ingredientes	
Embalagem	
Transporte/Entrega	
Comissões/Taxas	
Mão-de-obra directa	
Outros: _____	
TOTAL CUSTOS DIRECTOS	MT

8.2 Custos Fixos Mensais

Item	Custo (MT)
Renda/Aluguer	
Salários fixos	
Electricidade	
Água	
Internet/Telefone	

Marketing/Publicidade	
Equipamento (amortização)	
Licenças/Seguros	
Transporte fixo	
Outros: _____	
TOTAL CUSTOS FIXOS	MT

8.3 Análise de Margens

Preço de venda: _____ MT

Custo directo: _____ MT

Margem bruta: _____ MT (_____ %)

Cálculo: $(\text{Preço} - \text{Custo Directo}) / \text{Preço} \times 100$

Meta de margem: ☐ 40%+ ☐ 50%+ ☐ 60%+ ☐ Outro: _____

A margem é suficiente? ☐ Sim ☐ Não ☐ Justa

8.4 Ponto de Equilíbrio

Custos fixos mensais: _____ MT

Margem bruta por unidade: _____ MT

Ponto de equilíbrio = Custos Fixos ÷ Margem Bruta

Preciso vender _____ **unidades/mês para empatar**

Este número é realista? ☐ Sim ☐ Não ☐ Desafiante mas possível

8.5 Projeções (3 meses)

Mês 1:

Vendas estimadas (conservador): _____ unidades $\times$ _____ MT = _____ MT

Custos directos: _____ MT

Custos fixos: _____ MT

Lucro/Prejuízo: _____ MT

Mês 2:

Vendas estimadas (conservador): _____ unidades $\times$ _____ MT = _____ MT

Custos directos: _____ MT

Custos fixos: _____ MT

Lucro/Prejuízo: _____ MT

Mês 3:

Vendas estimadas (conservador): _____ unidades $\times$ _____ MT = _____ MT

Custos directos: _____ MT

Custos fixos: _____ MT

Lucro/Prejuízo: _____ MT

Lucro/Prejuízo acumulado (3 meses): _____ MT

8.6 Fluxo de Caixa

Quando recebo pagamentos?

- ☐ À vista (imediatamente)
- ☐ 7 dias
- ☐ 15 dias
- ☐ 30 dias
- ☐ Outro: _____

Quando pago fornecedores?

- ☐ À vista
- ☐ 7 dias
- ☐ 15 dias
- ☐ 30 dias
- ☐ Outro: _____

Haverá algum mês com problema de caixa?

- ☐ Não
- ☐ Sim - Quando: _____ | Quanto: _____ MT

Plano para cobrir:

8.7 Investimento Inicial

Item	Valor (MT)
Equipamento	
Stock inicial	
Marketing inicial	
Licenças/Registos	
Fundo de maneoio	
Outros: _____	

INVESTIMENTO TOTAL	MT
-------------------------------	-----------

Fonte do investimento:

- ☐ Poupança própria: _____ MT
☐ Família/Amigos: _____ MT
☐ Empréstimo: _____ MT
☐ Investidores: _____ MT
☐ Outro: _____ MT
-

8.8 Retorno sobre Investimento

Investimento inicial: _____ MT

Lucro mensal projetado (após estabilização): _____ MT

Tempo para recuperar investimento: _____ meses

Este tempo é aceitável? ☐ Sim ☐ Não

8.9 Sustentabilidade Pessoal

Quanto preciso tirar do negócio por mês para viver?

_____ MT

O negócio consegue gerar isto?

- ☐ Sim, desde o início
☐ Sim, após _____ meses
☐ Não claramente

Tenho reservas para me sustentar nos primeiros _____ meses?

- ☐ Sim ☐ Não ☐ Parcialmente
-

8.10 Cenários

Cenário Optimista:

Vendas mensais: _____ unidades × _____ MT = _____ MT

Lucro mensal: _____ MT

Cenário Realista:

Vendas mensais: _____ unidades × _____ MT = _____ MT

Lucro mensal: _____ MT

Cenário Pessimista:

Vendas mensais: _____ unidades × _____ MT = _____ MT

Lucro mensal: _____ MT

Mesmo no cenário pessimista, consigo sobreviver?

☐ Sim ☐ Não ☐ Com dificuldades

8.11 Conclusão da Fase 8

As contas fecham? ☐ Sim ☐ Não ☐ Justas

Financeiramente viável? ☐ Sim ☐ Não ☐ Precisa ajustes

Principais riscos financeiros:

1. _____
2. _____
3. _____

Plano de mitigação:

DECISÃO FINAL

Resumo Geral da Validação

Data de conclusão: // _____

Tempo total investido: _____ semanas

Investimento total na validação: _____ MT

Scorecard Final

Critério	Score (1-10)	Peso	Total
Problema validado		15%	
Solução aceite		15%	
Mercado suficiente		10%	
Preço validado		10%	
MVP funcional		15%	
Canais eficazes		10%	
Retenção positiva		15%	
Viabilidade financeira		20%	
TOTAL		100 %	

Pontuação final: _____ / 10

Análise SWOT

Forças (Strengths):

1. _____
2. _____
3. _____

Fraquezas (Weaknesses):

1. _____
2. _____
3. _____

Oportunidades (Opportunities):

1. _____
2. _____
3. _____

Ameaças (Threats):

1. _____
 2. _____
 3. _____
-

Principais Aprendizagens

O que descobri que não esperava:

O que mudei desde a ideia original:

Maior surpresa positiva:

Maior surpresa negativa:

Decisão

Com base em toda a validação, a minha decisão é:

☐ **AVANÇAR** - Todas as luzes verdes, vou investir e lançar

Próximos passos:

1.

2.

3.

Data prevista de lançamento: //

☐ **PIVOTAR** - Boa base mas precisa de mudanças significativas

O que vou mudar:

1.

2.

3.

Tempo para re-validação:

 semanas

☐ **NÃO AVANÇAR** - Sinais insuficientes, vou procurar outra oportunidade

Principais razões:

1.

2.

3. _____

Lições para próxima ideia:

Compromisso

Eu, _____, comprometo-me a seguir a decisão baseada em dados reais da validação, não em esperanças ou ilusões.

Assinatura: _____ **Data:** // _____

Anexos

- ☐ Fotos do protótipo/MVP
- ☐ Transcrições de entrevistas mais relevantes
- ☐ Análise detalhada da concorrência
- ☐ Planilhas financeiras completas
- ☐ Contratos de parceria (se aplicável)
- ☐ Outros: _____

Notas Finais

Esta apostila é um documento vivo. À medida que aprendes e ajustas o teu negócio, volta aqui e actualiza as informações.

Lembra-te:

- ✓ Validação não é falhar - é aprender antes de gastar tudo
- ✓ Mudar de direcção com base em dados é inteligência
- ✓ Um "não" hoje pode virar um "sim" com ajustes

✓ O mercado tem sempre razão

Boa sorte na tua jornada empreendedora! 🚀

Para questões ou suporte:

Email: _____

Telefone/WhatsApp: _____

Mentor/Consultor: _____

Versão 1.0 - Outubro 2025