

PROJETOS EM IGNIÇÃO

Trilha Empreendedora Enactus:
Criando, desenvolvendo e auditando projetos.

[Submeter](#)



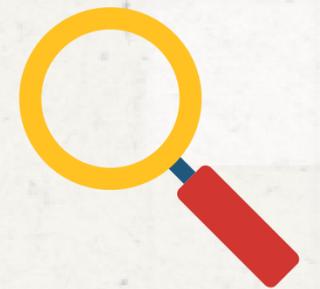
DEFINIÇÃO

DECOLAR

O projeto tem **resultados consolidados** e está sendo **replicado**, **escalado** ou **entregue para a comunidade**.

OBS: Nesta fase, a equipe já consegue observar que o projeto está tendo grande consistência de seus resultados e capacidade suficiente para começar a replicar em novos locais e desenvolver novas formas de impacto, entendendo que chegou a hora de definir o fim ideal para ele.

MÉTODO QUE
PODE AJUDAR



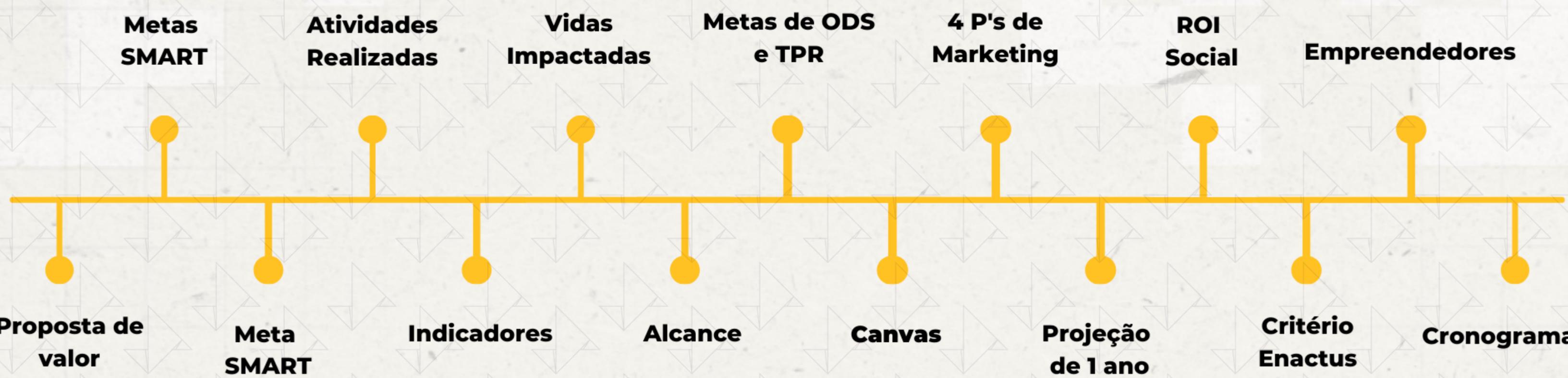
GROWTH HACKIN

[ACESSE AQUI](#)



OBS: Este método tem o objetivo de guiar as equipes em relação ao desenvolvimento da estrutura de seus projetos, logo, não haverá nenhuma cobrança em relação a ela na trilha.

IGNIÇÃO



PROPOSTA DE VALOR

Qual(is) problema(s) o seu projeto resolve?

- O que o seu negócio oferece de solução para o problema e para quem ele gera valor?
- Quais os benefícios para o público alvo?

Ex: Capacitar jovens refugiados para facilitar sua inserção no mercado de trabalho e melhorar seu acesso a oportunidades de mercado.



Lembrando que deve ser sucinto e direto, sem a necessidade de contextualizar ou explicar muitos aspectos.

Acesse o conteúdo do Enactus Training Center sobre o conteúdo

ACESSE O
CONTEÚDO



Todo projeto tem começo, meio e fim, caso o projeto esteja caminhando para um negócio social, ONG, política pública ou um programa, é aconselhável que tenha uma proposta de valor.

META SMART

ESPECÍFICA
MENSURÁVEL
ATINGÍVEL
RELEVANTE
TEMPORAL

Ao escrever as metas do projeto no ciclo é muito importante estar de forma clara qual é o problema que a equipe quer resolver.

Ex: Capacitar 15 jovens refugiados durante no mínimo 12 meses, para o desenvolvimento de suas habilidades profissionais, garantindo a inserção de 100% da comunidade no mercado de trabalho por empresas parceiras.

-É Atingível?

Sim, o projeto consegue inserir 15 jovens no mercado de trabalho após o ciclo de capacitações;

-É Relevante?

Ser inserido no mercado de trabalho é o que os jovens querem por apresentar maiores dificuldades em conseguir isso sozinhos.

Não coloquem metas relacionadas a atividades corriqueiras do projeto e sim marcos que irá trazer avanço ao projeto.

[**ACESSE O
CONTEÚDO**](#)



ATIVIDADES REALIZADAS

Para cada Projeto

Listar todas as atividades que realizaram DENTRO DO PERÍODO DE CADA ENTREGA, especificando a execução, pessoas presentes e data de execução.



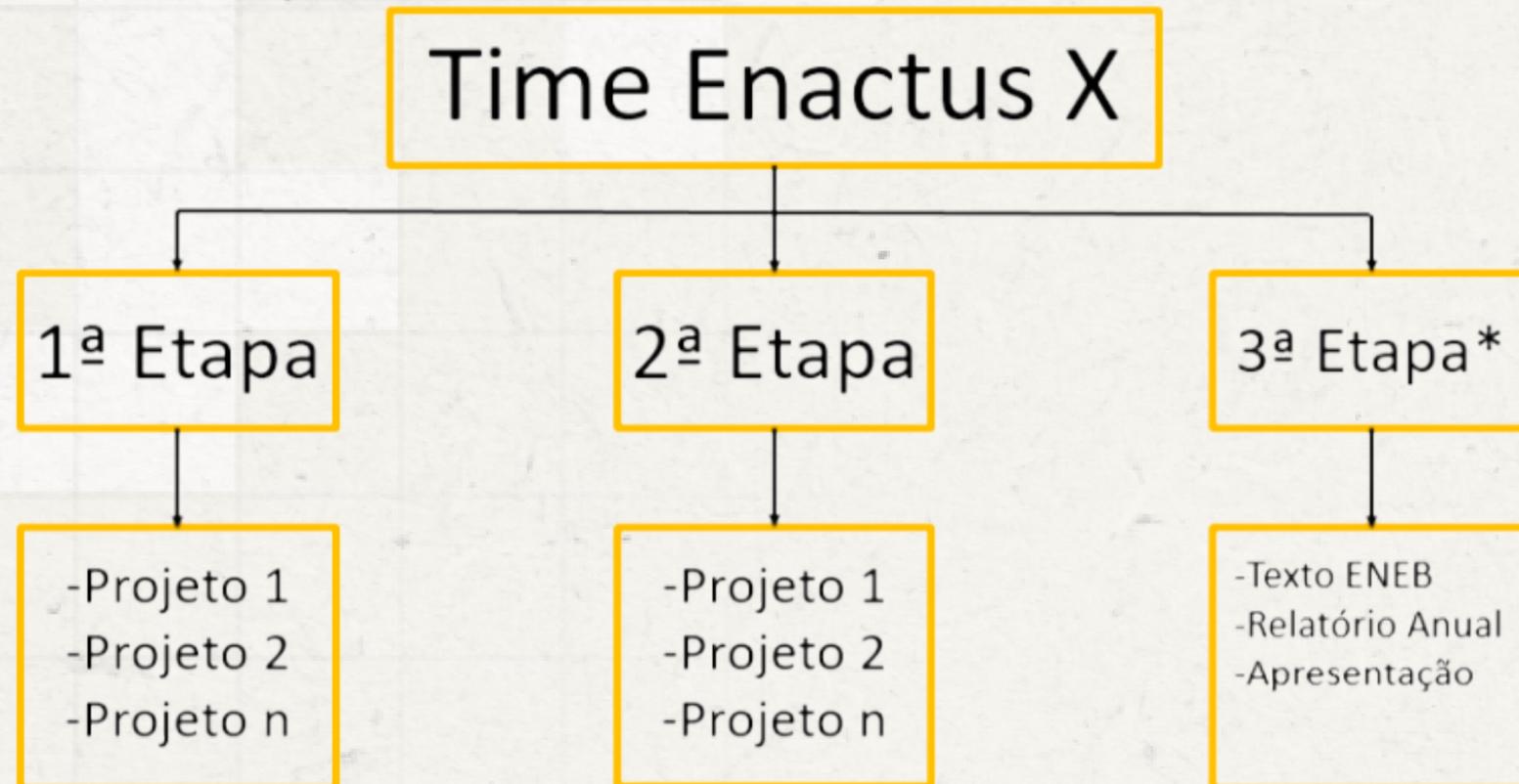
EXEMPLO

ATV 1: Visita à comunidade para realizar diagnóstico geral e entender o desenvolvimento dos indicadores.

Data: 23/11/2022

Presentes: 3 membros do time e 6 pessoas da comunidade

EVIDÊNCIAS



Cada Time deve criar uma **pasta do Google Drive** como mostra o caminho ao lado. A pasta de cada projeto deve conter:

- **Indicadores**
(Planilhas com dados comprovados, fotos que justifiquem o critério de cada indicador...)
- **Vidas Impactadas**
(Documentos padrões do manual da trilha empreendedora)
- **Alcance**
(Documentos padrões do manual da trilha empreendedora)

***A terceira etapa é apenas para Times que vão competir no ENEB.**
Compartilhar as pasta com o e-mail: enactus.auditoria@gmail.com

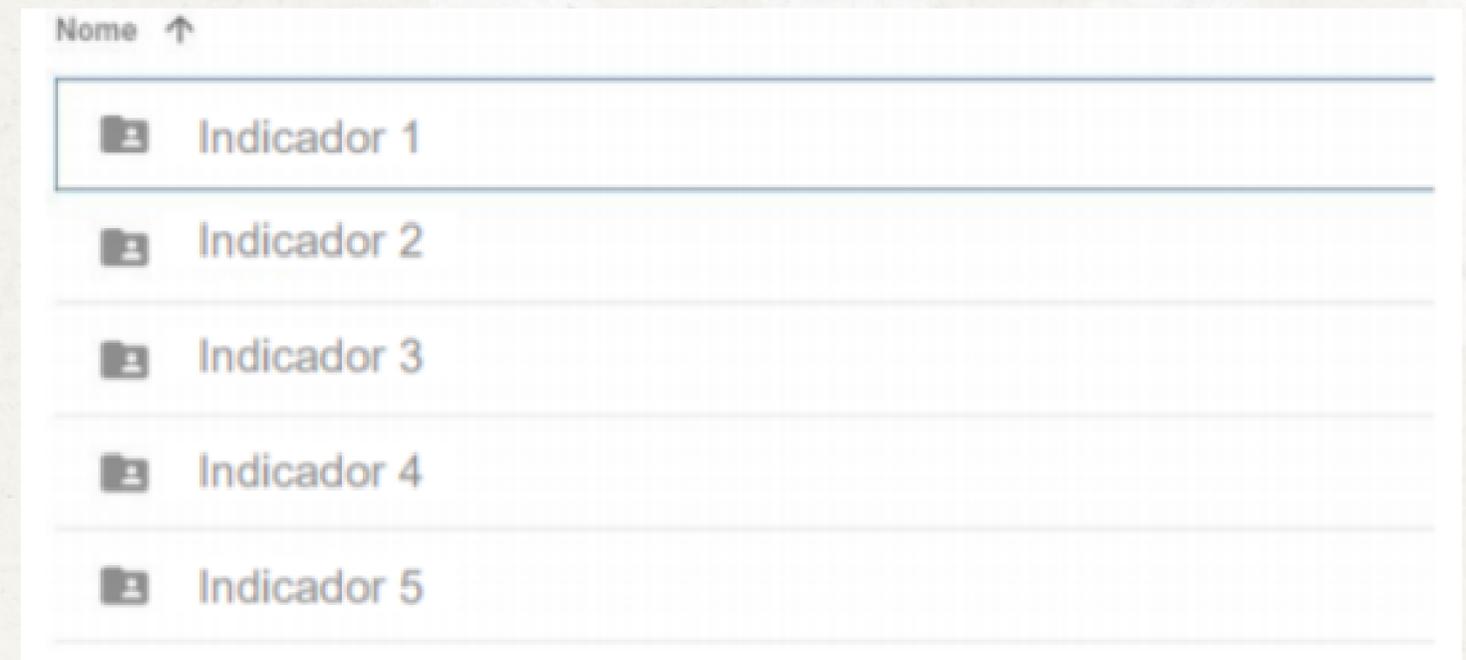
EVIDÊNCIAS

INDICADORES - RESULTADOS OBSERVADOS

Para cada Projeto

Na pasta de indicadores, deve-se criar uma pasta para cada indicador. Dentro das pastas haverá evidências que comprovem o avanço dos respectivos indicadores. Perguntem-se porque estão medindo e qual a relevância de cada indicador em relação ao escopo do projeto.

A métrica deve corresponder ao que foi coletado naquele período. Caso a métrica do indicador for 0, não se faz necessário colocar o indicador na documentação.



CONTEÚDO 1



Foquem na **qualidade** dos indicadores e não na quantidade.

CONTEÚDO 2



EVIDÊNCIAS

VIDAS IMPACTADAS

Olhando para a proposta de valor do projeto, quantas pessoas o projeto impacta? Como o Time define os diferentes tipos de impacto para os diferentes grupo de pessoas?

Lembre-se que será considerado apenas aquilo que puder ser mensurado. Definam o que é o impacto para o projeto.

Ex:

- 10 pessoas foram inseridas no mercado de trabalho;
- 15 pessoas aprenderam alguma habilidade/conhecimento;
- 500 pessoas tiveram acesso a um determinado recurso.

A EQUIPE DO PROJETO DEVE PREENCHER A TRILHA COM O NÚMERO DE PESSOAS IMPACTADOS NO PERÍODO, NÃO PODENDO ESPECIFICAR ESTE MESMO NÚMERO COM O MESMO TIPO DE IMPACTO NAS ENTREGAS POSTERIORES.

- Sejam específicos ao explicar como o projeto impacta os diferentes grupos de pessoas.
- Vidas impactadas é o principal indicador de sucesso de um projeto, não esqueça de evidenciar.

ANÁLISE SOCIOECONÔMICA

PARA ESTES DADOS, NÃO SE FAZ NECESSÁRIO REUNIR EVIDÊNCIAS PARA COMPROVAÇÃO, DEVENDO O TIME SOMENTE PREENCHER COM NÚMEROS AS INFORMAÇÕES SOLICITADAS NO FORMULÁRIO DE SUBMISSÃO DA TRILHA.

- Quantidade de homens
- Quantidade de mulheres
- Faixa etária

**ENTENDA
MELHOR**



EVIDÊNCIAS

ALCANCE

O alcance está relacionado às pessoas que tiveram conhecimento do projeto, mas não são o público-alvo específico ou que não tiveram melhorias em alguma condição de vida. E esse alcance pode se dar de duas formas:

CANAIS DE COMUNICAÇÃO



Grupos de pessoas que são alcançadas através de mídias sociais do projeto/Time, jornais, televisão, rádio... E que podem ser contabilizadas através de métricas como impressões digitais.

EX: Quantidade de impressões nas redes sociais do projeto, Audiência obtida em aparição do projeto na TV, número de acessos em matérias virtuais...



CONTATO DIRETO

Grupo de pessoas que tiveram contato com o projeto através de feiras, eventos, palestras, ações pontuais fora ou dentro da comunidade... Mas que não é o público-alvo do projeto e quem não teve melhorias em sua condição de vida.

EX: Quantidade de pessoas que participaram do evento de exposição da solução para pesquisa da problemática...

Dentro da pasta de Vidas Alcançadas do Drive coloque todas as evidências que comprovem cada tipo de alcance que obtiveram separados em pastas diferentes.

Acesse o Enactus Training Center para mais detalhes do conteúdo

ACESSE O
CONTEÚDO



ODS'S

O objetivo aqui é alinhar a utilização dos ODSs pelo time com as metas de cada um que visam atingir a agenda 2030 elaborada pela ONU e alinhar os indicadores do projeto com elas.

METAS

Selecione quais metas (no máximo 3) do ODS principal do projeto vocês irão trabalhar.

O indicado é que analisem as metas com cuidado para entendê-las melhor, e então escolher todas que o projeto irá contribuir.

EX:

SELECIONAR ODS

ODS 4 - Educação de Qualidade

SELECIONAR METAS

- 4.4 Até 2030, aumentar substancialmente o número de jovens e adultos que tenham habilidades relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo



THE GLOBAL GOALS

ACESSE AQUI AS METAS



TPR

No TPR, os times devem preencher (com números) os dados solicitados no formulário, **somente se seus projetos tiverem estes dados** por trabalhar com as temáticas que atingem cada um deles.

OBS: Preencham todos os campos que o projeto estiver gerando os resultados solicitados.

Este tipo de indicador não precisa de comprovação!

INDICADORES SOLICITADOS

- PESSOAS

- N° de pessoas que subiram a linha da pobreza
- N° de pessoas com acesso a alimentação saudável mais acessível
- N° de pessoas com acesso a novos/melhores serviços/produtos que promovem saúde e bem-estar
- N° de pessoas com acesso a educação
- N° de meninas/mulheres com novas/melhores habilidades e conhecimentos que favorecem sua igualdade
- N° de pessoas com habilidades e conhecimentos que favorecem sua igualdade
- N° de pessoas com habilidades empreendedoras novas/aprimoradas e/ou treinamento de força de trabalho
- N° de pessoas com novas/melhores habilidades ou acesso a práticas de agricultura sustentável

- PLANETA

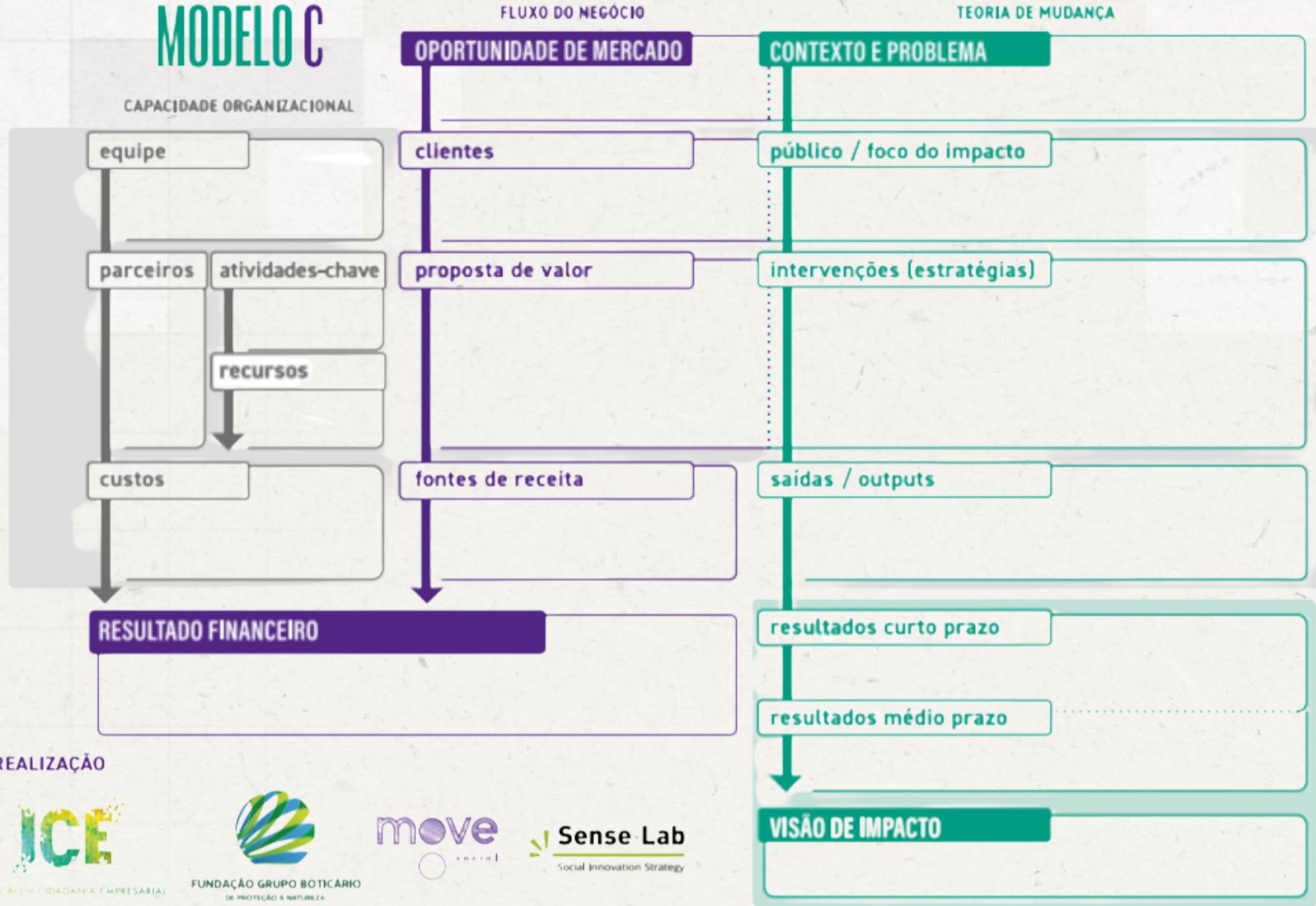
Quantas toneladas de resíduos reutilizados, reciclados, reduzidos ou evitados de serem descartados:

- vidro
- plástico
- papel
- eletrônicos
- outros
- T de emissão de CO2 evitadas

- PROSPERIDADE

- N° de pessoas com acesso novo/melhorado a água potável e saneamento de forma segura e acessível
- N° de pessoas com acesso novo/melhorado a uma fonte de energia limpa e sustentável
- N° de novos negócios criados
- N° de novas oportunidades de emprego criadas
- N° de pessoas que obtiveram emprego
- N° de pessoas com acesso novo/aprimorado à informação, comunicação e tecnologia
- N° de pessoas com habitação nova/melhorada, adequada, segura e acessível e serviços básicos (transporte, etc.)

MODELO C



REALIZAÇÃO



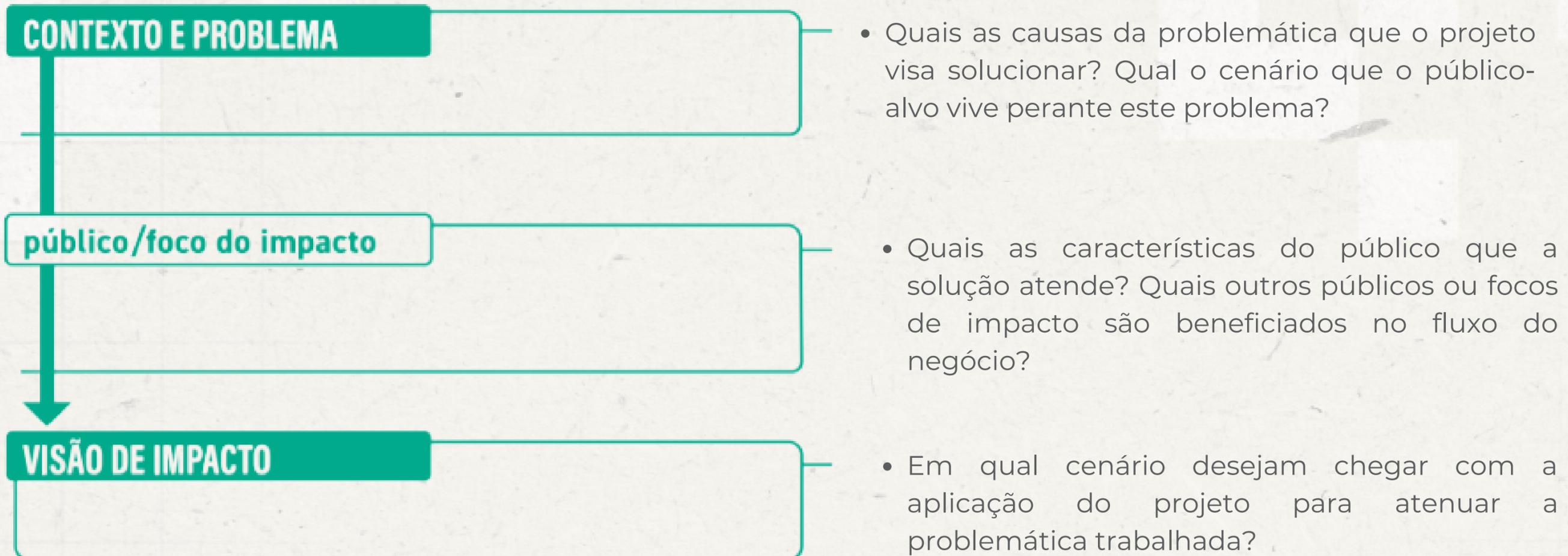
[ACESSE O CANVAS](#)



MODELO C

TEORIA DA MUDANÇA: FOCO DA SOLUÇÃO

As perguntas a seguir são para estimular a reflexão. Muitas vezes são apresentadas mais de uma questão provocadora, mas a resposta a todas pode ser única.

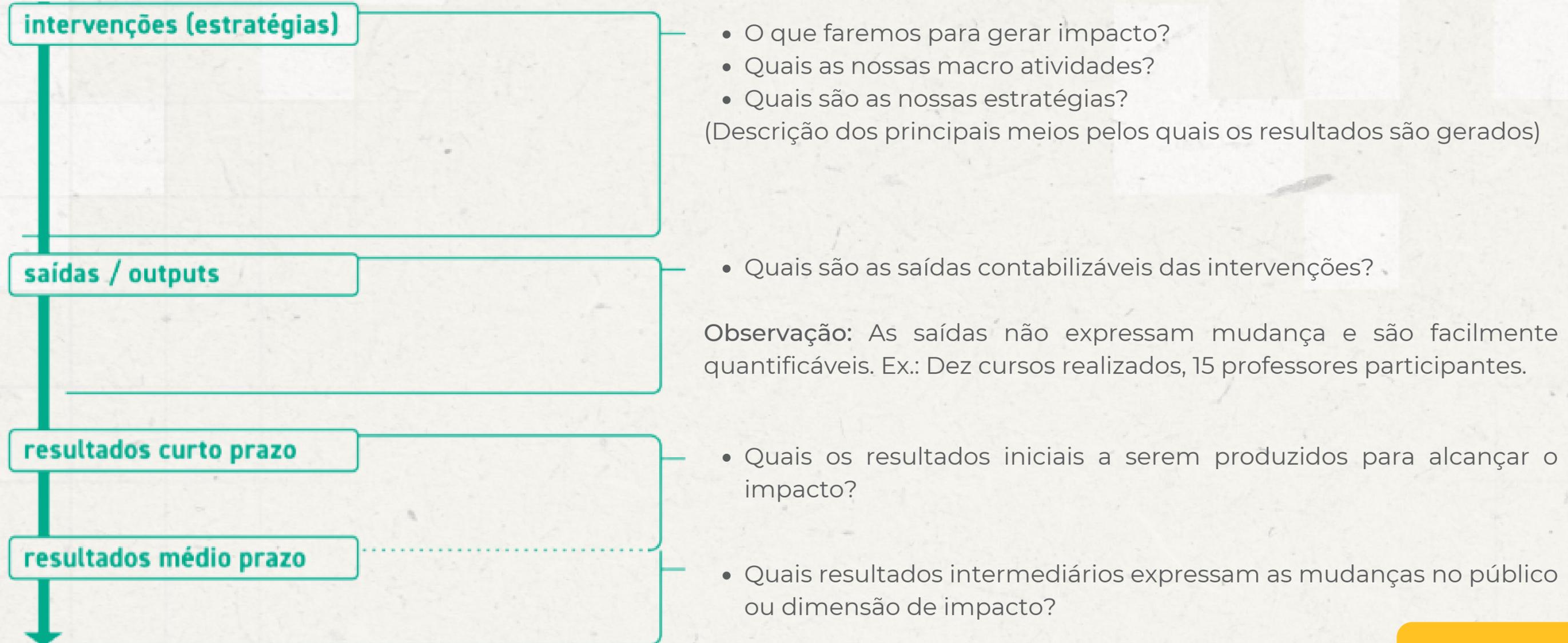


[ACESSE O E-BOOK](#)



MODELO C

TEORIA DA MUDANÇA: PERSPECTIVAS DA SOLUÇÃO



[ACESSE O E-BOOK](#)

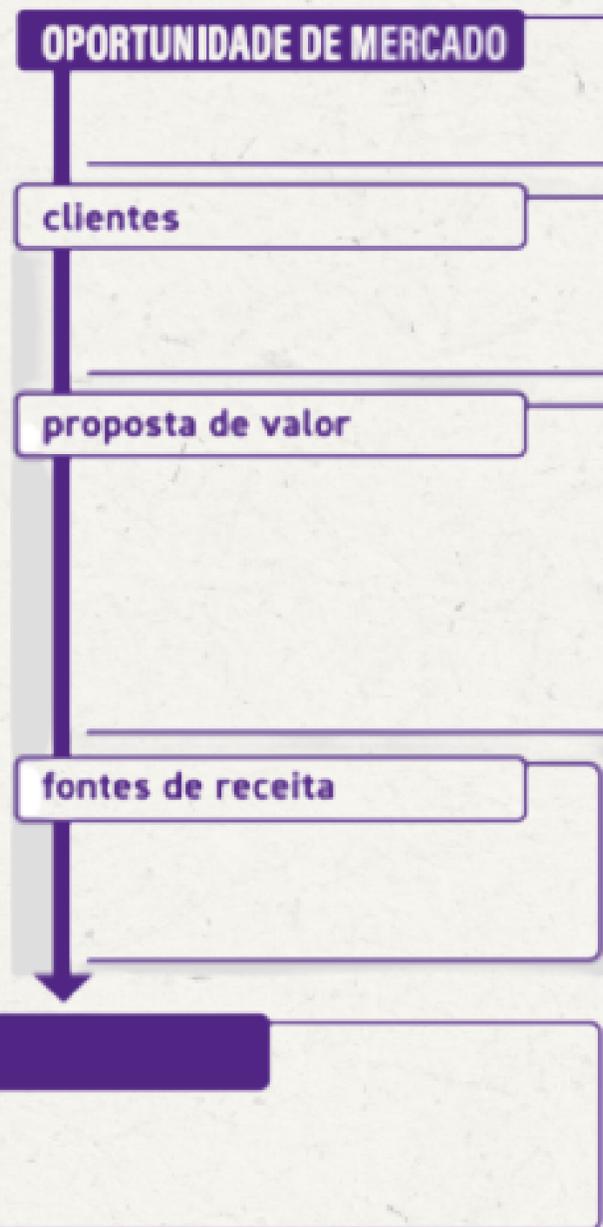


MODELO C

FLUXO DE NEGÓCIO

- Quem é nosso cliente?
- Quem pagará pelo serviço/produto?
- O cliente é também o usuário do nosso serviço/produto?
- O cliente é também o nosso público impactado (beneficiário)?

- De que maneira geramos recursos financeiros?
- O que será entregue aos clientes e como eles pagarão pelo produto/serviço oferecido (ex.: pagamento por pacote de turismo)?



- Existe alguma oportunidade comercial que não está sendo atendida?
- Existe alguma oportunidade atrelada ao contexto do problema que nos propomos a resolver?

- Qual é o produto ou serviço entregue ao cliente?
- Qual é o valor gerado para o cliente?
- O que o cliente enxerga como valor e através desse produto ou serviço?
- quais de suas necessidades atendemos?

- Qual a excedente (R\$ ou %) que o negócio deve gerar?
- Em quanto tempo?

ACESSE O E-BOOK

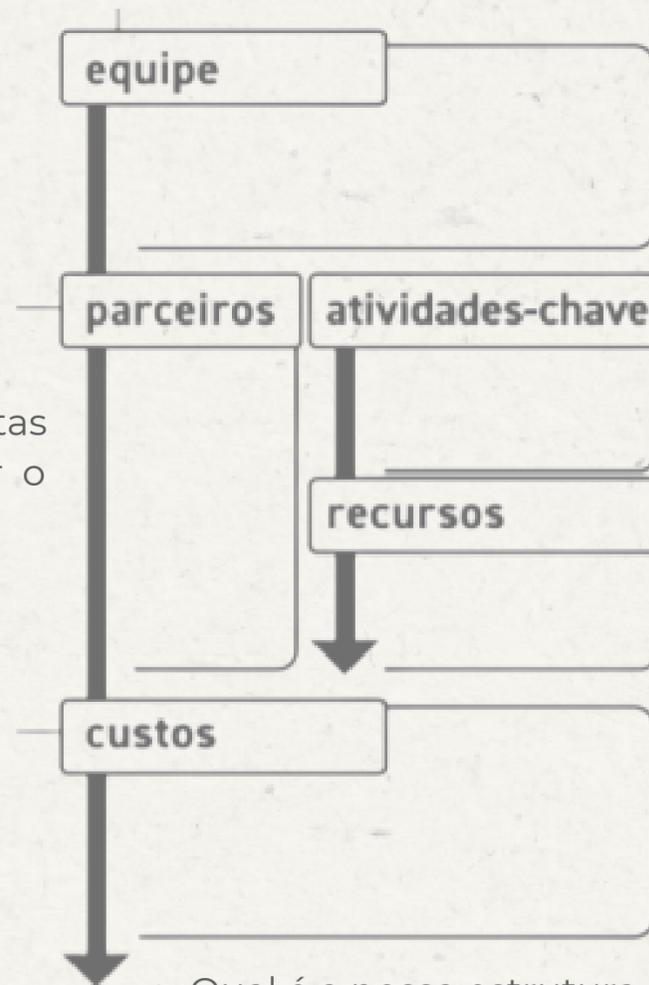


MODELO C

CAPACIDADE ORGANIZACIONAL

- Quem irá fazer parte do empreendimento?
- Qual o nível de engajamento e alinhamento da equipe interna ao propósito do negócio? Quais seus papéis e talentos?

- Quem são nossos principais parceiros?
- Que papel terão?
- Quem são nossos “coopetidores”, ou negócios com propostas semelhantes, que poderiam se tornar parceiros para alavancar o nosso potencial de impacto?
- Quem são nossos fornecedores?



- Quais são as principais atividades a serem executadas pelo negócio?
- Quais as ações necessárias para que a proposta de valor seja entregue e a intervenção possa ser realizada?

- Quais recursos materiais e estruturais são necessários para fazer acontecer?
- Quais já temos e quais precisamos providenciar?

- Qual é a nossa estrutura de custos?
- Quais os principais custos originados pelo processo de geração de impacto e para viabilizar a entrega de produtos/serviços comerciais?

ACESSE O E-BOOK



4P'S DE MARKETING

PRODUTO

Como é o produto/serviço que o projeto oferece? Quais suas características, diferencial e que valor ele gera para quem está usufruindo?



PREÇO

Qual o valor é ou pode ser oferecido pelo serviço/produto? O cliente é sensível a preço? Já existem referências na sua área de atuação?



PRAÇA

Como e onde seu produto/serviço está disponível para o público? Quais os acessos a canais de distribuição?



PROMOÇÃO

Qual a estratégia e ação para promover e divulgar seu produto/serviço em seus respectivos canais de distribuição? Qual o melhor momento para promover seu produto/serviço?



Os 4P's ajudarão para um posicionamento mais estratégico em relação aos principais stakeholders.

PROJEÇÃO PARA O PRÓXIMO ANO

FINANCEIRA

Pensando na sustentabilidade financeira, qual a projeção de gastos e ganhos monetários?

OBS: Todo projeto precisa se sustentar financeiramente e também saber quais seus gastos. Caso esta não seja uma realidade para a equipe, é necessário que a estrutura funcional do projeto seja revisada e ajustada.

Ex:

- Obter R\$20.000,00 através da replicação do material capacitivo usado pelo projeto;
- Investir R\$50.000,00 na operação do projeto (via edital ou parcerias);

RESULTADOS

Quais resultados espera-se alcançar a partir de todo o investimento colocado na operação?

Ex.

- Reverter R\$13.200,00 para cada beneficiário através de sua contratação;
- Consolidar 3 canais fixos de vendas do material capacitivo.
- Ter a capacidade de formação de 10 jovens por mês;



Imaginem um **cenário otimista e pessimista**, isso ajudará na projeção.

SROI

SROI = RETORNO SOCIAL SOBRE O INVESTIMENTO

Ao definir uma relação entre o investimento de recursos no projeto e o retorno (valor criado), há maior chances de conseguir parceiros e benefícios.

ENTRADAS

Pessoas, tempo, materiais, fundos dedicados ou consumidos pelo projeto.

EX: R\$500,00/mês, 5 computadores e 1 sala de 50m², 10 enactors trabalhando.

SAÍDAS

Produtos tangíveis vindos das atividades do projeto

EX: 20 capacitações, 3 dinâmicas, 5 parcerias firmadas.

RESULTADOS

As mudanças esperadas como resultado do projeto. Resultados Iniciais - Intermediários- longo prazo.

EX: Em 6 meses, 10 pessoas aprenderam a programar e foram inseridas no mercado de trabalho com (pelo menos) R\$ 1.000,00 de salário.

[ACESSE O CONTEÚDO](#)



Use os indicadores já existentes do projeto para isso.

CRITÉRIO ENACTUS

LIDERANÇA EMPREENDEDORA

Define o que é um projeto Enactus e a base para as competições da Enactus. Aqui você precisa definir como os membros e a comunidade estão desenvolvendo práticas através do que vêm na aplicação do projeto

USO DE PRINCÍPIO DE NEGÓCIOS

Aqui exploramos mais um ponto do critério: o uso de princípios de negócios. Como o projeto está utilizando práticas comerciais para o impulsionamento de seus resultados?

INOVAÇÃO

Inovação é um dos pontos do Critério Enactus de Avaliação. Como você pode implementar a inovação em seus projetos? Como o seu projeto se torna inovador dentro do que já existe?

IMPACTO POSITIVO SUSTENTÁVEL

Neste ponto, vocês precisam listar como é aplicado o impacto do projeto e analisar se ele está sendo sustentável para as pessoas que aplicam, ou seja, ele está de fato transformando realidades?

EMPREENDEDORES

CONTINUIDADE E SUSTENTABILIDADE

Levando em consideração o modelo no qual o projeto está se encaminhando (programa, ONG, negócio social, política pública, projeto a ser continuado pela própria comunidade, etc.) pensem quem são as pessoas (enactor e não enactor) e organizações essenciais nos próximos desafios para que o impacto tenha continuidade e sustentabilidade.

Qual o fim ideal que planejam para o projeto? Apresente os nomes e funções que cada um irá tomar na saída do projeto perante a rede.



VISÃO DE FUTURO

A equipe do projeto, já sabendo qual fim ideal irá ser aplicado ao projeto, entende quais são os principais gargalos para conseguir atingir este fim?

A equipe já entende qual sua força de replicação e escala no mercado da solução que aplicam? Qual o seu tamanho de mercado para isso? Existem outras soluções similares? A equipe já entende seu cliente e consegue negociar a solução com ele?

**ACESSE O
CONTEÚDO**



Levem em conta as diferentes demandas e interesses dos stakeholders.

CRONOGRAMA

QUAL A TRILHA/CAMINHO QUE O PROJETO DEVE EXECUTAR?

Para construir o cronograma do projeto, pense em qual linha temporal as ações devem ser aplicadas para que a comunidade atinja o nível de empoderamento articulado pelo projeto, ou seja, quanto tempo o projeto precisa para resolver/atenuar a problemática que visa solucionar?

Nos conte quais são os objetivos que a equipe quer atingir até a próxima entrega da auditoria (15 de Abril de 2022).

EX:

Ideia do projeto: Capacitar jovens refugiados para que ampliem suas oportunidades de mercado e sejam inseridos no mercado de trabalho.

Cronograma: **FASE 4: DECOLAR**

- Mês 1: Conseguir contratação para todos os beneficiários
- Mês 2: (Replicar) Iniciar processo de replicação do projeto com uma nova comunidade
- Meses 3 e 4: (Escalar) Desenvolver outros conteúdos capacitivos
- Mês 5: (Expandir) Traçar plano para comercializar as capacitações



Utilizem este cronograma para concluir as etapas necessárias para a estrutura de um projeto em fase de IGNIÇÃO, de modo a atingir mais rápido e assertivo o seu desenvolvimento

Foquem em **objetivos estratégicos** que embasem as etapas necessárias para conseguir atingir o empoderamento desejado para a comunidade e não em atividade cotidianas do projeto.

CORREÇÕES E FEEDBACKS

- Poderão competir no ENEB;
- Terão feedback de acordo com a folha de avaliação do ENEB
- Reuniões com externos em cima das dores e dos planos futuros.



CONTEÚDOS
DE APOIO

