

Os próximos líderes do mercado precisam de um desafio à altura

Documento de orientação à escola, professores e estudantes

Saint Paul
NextGen
_Challenge

SUMÁRIO

- 01_ Visão geral do programa**
- 02_ O que o jovem desenvolve**
- 03_ Estrutura da jornada**
- 04_ Fase 1 - Descobrir**
- 05_ Fase 2 - Criar**
- 06_ Fase 3 - Validar**
- 07_ Fase 4 - Comunicar**
- 08_ Fase 5 - Da mentoria ao Pitch Final**
- 09_ Certificação e premiação**

Visão do Programa

O **NextGen Challenge** é uma jornada prática de empreendedorismo em que estudantes desenvolvem uma startup do zero. Ao longo do programa, aplicam conceitos de empreendedorismo, modelagem de negócios, validação de mercado e Inteligência Artificial em uma metodologia alinhada à **BNCC** e às **melhores aceleradoras do mundo**, culminando na apresentação de um pitch para uma banca avaliadora.



DESCOBRIR

Encontrar um problema real que vale a pena resolver.

1

CRIAR

Desenhar a solução, seu diferencial e o primeiro protótipo.

2

VALIDAR

Testar com pessoas reais e modelar o negócio.

3

COMUNICAR

Apresentar a ideia de forma clara, persuasiva e estruturada.

4



O que os jovens desenvolvem nesta jornada

NextGen
_Challenge

STARTUPS

A jornada desenvolve, na prática, **competências da BNCC** do Ensino Médio e habilidades apontadas pelo **Future of Jobs Report 2025 (WEF)**.

Competências da BNCC

Pensamento científico

Comunicação

Argumentação

Trabalho e projeto de vida

Empatia e cooperação

Eixo empreendedor

Cultura Digital

Responsabilidade e cidadania

Autoconhecimento e autocuidado

Habilidades do futuro do trabalho (WEF)

Pensamento analítico

Pensamento criativo

Resiliência, flexibilidade e agilidade

Empatia

Curiosidade e aprendizagem ao longo da vida

Literacia em IA e Big Data

Escuta ativa

Alfabetização financeira e de negócios

Liderança e influência social



Estrutura da Jornada

NextGen
_Challenge

STARTUPS



Jornada conduzida por especialistas

NextGen
_Challenge

STARTUPS



Professor-Facilitador NA ESCOLA

Professor da escola parceira, capacitado pela Saint Paul antes do programa. Conduz os encontros semanais, acompanha os desafios de campo e orienta os grupos.



Erik Nybo PROFESSOR E CONTEÚDO

CEO da Bits, professor de IA na Faculdade Exame e na Saint Paul. Consultor de empreendedorismo, IA e o ecossistema de startups.



Especialistas Saint Paul MENTORES

Pool de professores e mentores das mentorias da Semana 2 (condicional), Semana 5 (afinação) e Semana 8 (intensiva).



Equipe Saint Paul CURADORIA E EXPERIÊNCIA

Professores mestres e doutores da Escola de Negócios Saint Paul ajudam a fazer a curadoria dos conteúdos e mentorias.



FASE 01_ Descobrir: definição do problema

Missão: encontrar e validar um problema real que afeta um grupo específico.

Entregável: (documento de uma página) problema, público afetado e por que merece atenção.

D1 · Como encontrar um problema grande?
Inconveniente x problema importante, alcance e oportunidade de mercado.
Ex.: a Uber resolveu a dificuldade de conseguir transporte rapidamente.

D2 · Quem realmente tem esse problema?
Público-alvo, nicho e por que escolher um grupo específico.
Ex.: um app para estudantes não precisa agradar professores ou aposentados.

D3 · Como enxergar oportunidades no cotidiano?
O erro de começar pela ideia; conhecer o usuário vale mais que defender a primeira solução.
Ex.: a Netflix mudou de modelo várias vezes sem mudar o problema que resolvia.

D4 · Esse problema vale a pena ser resolvido?
Frequência, número de afetados, intensidade da dor e noção de TAM/SAM/SOM.



FASE 02_ Criar: definição do produto

Missão: definir a solução, seu diferencial e como o usuário vai vivenciá-la.

Entregável: protótipo de baixa fidelidade (esboço ou fluxo) + descrição do JTBD e do diferencial.

D1 · Como sua solução resolve o problema?

Job to Be Done, essencialidade e recorrência, Value Proposition Canvas.

Ex.: ninguém quer uma furadeira, quer pendurar um quadro.

D2 · Qual o seu diferencial frente aos concorrentes?

Tipos de inovação, mapa de concorrência, MOAT e proposta única de valor.

Ex.: o iFood não foi o primeiro app de delivery, mas construiu diferenciais que o tornaram líder.

D3 · Como é a experiência completa do usuário?

Jornada do usuário, sua conexão com o JTBD e o conceito de Time to Value.

Ex.: se o valor demora a aparecer, o usuário abandona a solução.

D4 · Como construir o primeiro protótipo?

Baixa e alta fidelidade, MVP, backlog, roadmap e fluxos.

Ex.: no começo não importa se está bonito, importa conseguir testar a lógica.



FASE 03_ Validação do produto

Missão: validar a solução com usuários reais e entender se o negócio se sustenta.

Entregável: relatório de validação com ao menos 5 entrevistas, aprendizados e o modelo de receita.

D1 · Como saber se a ideia faz sentido na prática?
Hipóteses, testes rápidos, métricas de sucesso e ciclo de iteração.

Ex.: não dá para saber se o produto funciona sem medir resultados reais.

D2 · Como conversar com usuários sem enviesar as respostas?

Perguntas abertas, escuta ativa e The Mom Test.

Ex.: "Como você resolve isso hoje?" em vez de "Você compraria este app?".

D3 · Como usar as críticas para chegar ao Product-Market Fit?

Opinião x evidência, Perfil de Cliente Ideal (ICP), PMF e quando pivotar.

Ex.: atender o desejo de cada usuário individualmente tira a consistência do produto; o que vale é o padrão.

D4 · Como o negócio vai ganhar dinheiro?

Modelo de negócios, fontes de receita e estrutura de custos.

Ex.: o Spotify oferece música de graça, mas sustenta a operação com assinaturas e publicidade.



FASE 04_ Construção do Pitch

Missão: apresentar a startup de forma convincente para uma banca avaliadora.

Entregável: apresentação de pitch completa, pronta para a competição interna.

D1 · O que é um pitch e para que ele serve?
Vender uma ideia em poucos minutos: despertar interesse, convencer e saber onde o pitch se aplica.
Ex.: análise de dinâmicas reais como as do Shark Tank.

D2 · Como usar storytelling para contar uma história inesquecível?
Problema, personagem, solução e resultado; a Jornada do Herói aplicada aos negócios.
Ex.: a fórmula narrativa da Pixar, que gera identificação imediata.

D3 · Quais slides um bom pitch precisa ter?
Capa · Problema · Solução · Produto · Mercado · Concorrentes · Finanças · Equipe · Roadmap · Contato.
Ex.: a estrutura mostra que a ideia foi pensada de ponta a ponta.

D4 · Que técnicas tornam a sua fala marcante?
Postura e presença de palco, ritmo de fala, persuasão sem agressividade, slides como apoio e não roteiro.
Ex.: Steve Jobs, com poucas palavras, imagens fortes e clareza.



FASE 05_ Da mentoria ao Pitch Final

Após as quatro semanas de imersão, os grupos entram na fase de **refinamento e competição**.



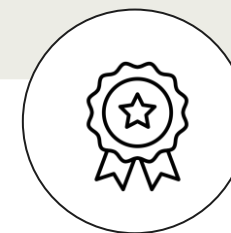
Mentoria para
afinar o Pitch



> Pitch Day



> Mentoria
Intensiva para
os finalistas



> Pitch Final +
Premiação



Critérios	O que se avalia
1 _Clareza do Problema	Problema relevante, contextualizado e com persona clara
2 _Solução & Diferencial	Solução viável e com diferenciais competitivos
3 _Crescimento e Escalabilidade	Potencial de impacto, alcance e replicabilidade
4 _Mapeamento de Riscos	Consciência dos desafios e estratégias de mitigação
5 _Estruturação de MVP	Plano de teste compatível com o estágio do projeto
6 _Recursos Necessários	O que o projeto precisa neste momento
7 _Qualidade do Pitch	Comunicação, domínio do conteúdo, uso do tempo e postura



1º

Colocado

Prêmios

- Reportagem editorial Exame;
- Sessão de mentoria individual com professor ou mentor da Saint Paul;
- Bolsa integral (100%) para todos os integrantes do grupo no NextGen Program;
- Certificado com menção honrosa de destaque.

2º

Colocado

Prêmios

- Destaque nas redes sociais da Exame e da Saint Paul;
- Bolsa integral (100%) para todos os integrantes do grupo no NextGen Program;
- Certificado com menção de destaque

3º

Colocado

Prêmios

- Destaque nas redes sociais da Saint Paul;
- Bolsa de 50% de desconto para todos os integrantes do grupo no NextGen Program;
- Certificado com menção de destaque.



Todos os finalistas

- Certificado de conclusão do NextGen Challenge, com participação no Pitch Final.
- Bolsa de 20% de desconto para todos os integrantes do grupo no NextGen Program, no campus da Saint Paul.





Os próximos líderes do mercado
precisam de **um desafio à altura**

NextGen
_Challenge

STARTUPS