

JOAQUIM NASCIMENTO · JOAQUIM COSTA

COMO USAR A IA PARA CRIAR UMA STARTUP EM 30 DIAS



Julho de 2026

Como usar a IA para criar uma Startup em 30 dias

Depósito Legal: 567479/26

ISBN: 978-989-9353-45-9

© Joaquim Nascimento e Joaquim Costa, 2026

Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida ou transmitida sob qualquer forma sem autorização prévia por escrito dos autores, excepto no caso de citações breves incluídas em artigos críticos ou resenhas.

Os casos apresentados neste livro são compostos a partir de padrões observados em dezenas de fundadores. Nomes e detalhes foram alterados para proteger privacidade.

Primeira edição, 2026

ÍNDICE

TERMOS ESSENCIAIS	5
PREFÁCIO	7
INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1: O NOVO JOGO	17
CAPÍTULO 2: O CALENDÁRIO DOS 30 DIAS	27
CAPÍTULO 3: ENCONTRAR UM PROBLEMA QUE DÓI	35
CAPÍTULO 4: CONHECER O CLIENTE ANTES DE CONSTRUIR	45
CAPÍTULO 5: VALIDAR QUE O MERCADO EXISTE	52
CAPÍTULO 6: CONSTRUIR O MVP MÍNIMO	60
CAPÍTULO 7: A LANDING PAGE QUE VENDE	70
CAPÍTULO 8: MEDIR O QUE IMPORTA	78
CAPÍTULO 9: O FEEDBACK QUE CONTA	87
CAPÍTULO 10: A DECISÃO FINAL	97
CAPÍTULO 11: CRESCIMENTO	108
CAPÍTULO 12: FORMALIZAR, FINANCIAR, E SOBREVIVER	115
CAPÍTULO 13: ESCALAR SOZINHO	121
APÊNDICE A: 25 REGRAS PARA DECIDIR RÁPIDO	129
APÊNDICE B: DO MVP AO PRODUTO REAL	132
APÊNDICE C: O MAPA COMPLETO	136
APÊNDICE D: PROMPTS TESTADOS	141
APÊNDICE E: SUPORTE TEÓRICO	147
GLOSSÁRIO	149

INTRODUÇÃO

A MAIORIA DAS STARTUPS MORRE EM SILÊNCIO

"Não é a espécie mais forte que sobrevive, nem a mais inteligente, mas a que melhor responde à mudança."

Frequentemente atribuída a Charles Darwin

Vamos dizer isto sem rodeios: a maioria das *startups* não falha porque o mercado é difícil. Falha porque o fundador evita decisões difíceis.

Já vimos este padrão dezenas de vezes. O produto está bonito e o *pitch deck* está impecável. Mas a *landing page* só tem 4% de conversão e zero retenção. E o fundador, quando confrontado, diz sempre a mesma coisa: "*Precisamos de mais tempo.*"

Na realidade não precisam. Precisam apenas de verdade.

A verdade é que existe um padrão claro, documentável, repetível: *startups* morrem por **excesso de construção e falta de validação**. Constroem antes de perguntar, escalam antes de aprender e automatizam antes de confirmar que alguém quer o que estão a construir.

A IA generativa tornou este padrão mais perigoso, não menos. Porque agora é possível construir ainda mais rápido e enganar-se ainda mais depressa.

...

CASO 1: O PRODUTO PERFEITO QUE NINGUÉM QUERIA

O Miguel é engenheiro de *software* com dez anos de experiência em grandes empresas de tecnologia. Sabe escrever código limpo, desenhar arquiteturas escaláveis e montar infraestrutura que aguenta milhões de utilizadores. Em Janeiro de 2025, decidiu criar a sua própria *startup*.

A ideia parecia sólida: uma plataforma de gestão de despesas para pequenas empresas portuguesas. Miguel sabia que muitos empresários ainda usavam folhas de cálculo para controlar *cash flow*. Abriu o *ChatGPT*, perguntou se havia mercado, e recebeu uma resposta entusiasmante: mercado fragmentado, dor real, poucas alternativas locais, tendência crescente de digitalização das PME's.

Confirmou com o *Perplexity* e com o *Claude*. Todos concordavam.

O Miguel começou a construir. Quatro meses de trabalho intenso, entre noites e fins-de-semana. Usou o *Cursor* para acelerar o desenvolvimento, integrou *Stripe*, emails automáticos e um *dashboard* com gráficos interativos. O produto era tecnicamente impecável, a User Interface (UI) estava polida e a documentação técnica poderia ganhar um prémio.

Lançou o produto em Maio, e os resultados após 30 dias eram: 312 signups, 18 utilizadores ativos e zero pagamentos.

Quatro meses de trabalho, mais de 15.000€ em custos de oportunidade, mas zero pagamentos!

O problema do Miguel não era técnico. Era um problema de leitura da realidade. Ele nunca tinha validado se as pequenas empresas portuguesas *queriam* uma solução digital. Usou três ferramentas de IA diferentes para "validar" o mercado, e todas lhe disseram exatamente o que queria ouvir. Nenhuma lhe disse o que precisava ouvir: que a maioria dos pequenos empresários portugueses prefere o Excel

porque o usa há anos, e porque o contabilista também o usa. Que o problema não era ferramentas mas sim hábito, e que hábitos não se mudam com *dashboards* bonitos.

O Miguel validou com máquinas. Nunca validou com pessoas.



...

CASO 2: O MVP RIDÍCULO QUE GEROU RECEITA

A Sofia queria criar uma plataforma de personal shopping com IA. Em vez de construir uma app, abriu um grupo de WhatsApp, pediu a 15 amigas que lhe enviassem fotos de peças que gostavam, e respondeu manualmente com sugestões. Sem código, sem design, sem IA. Duas semanas depois, tinha 8 clientes pagantes a €15/mês. O produto era ela, a tecnologia era o WhatsApp e a validação era real: dinheiro real de pessoas reais por um serviço real.

Só depois de validar com o WhatsApp é que Sofia construiu a plataforma. **A ferramenta veio depois do problema. A validação veio antes do produto.**

...

A DIFERENÇA NÃO ESTÁ NA FERRAMENTA

A diferença entre Miguel e Sofia não é técnica. É decisional. Miguel construiu o produto perfeito para um problema que não validou, enquanto a Sofia validou o problema antes de construir o que quer que fosse. A ferramenta que usaram é irrelevante. A pergunta que fizeram é tudo.

Este livro não é sobre IA. É sobre decisões. As ferramentas que vais usar (*Claude*, *Perplexity*, *Lovable*, *PostHog*) são aceleradores. Mas acelerar na direcção errada é a forma mais eficiente de desperdício. **A velocidade sem direcção é a fórmula mais eficiente para o fracasso.**



...

O QUE ESTE LIVRO É (E O QUE NÃO É)

Este livro **não** é um catálogo de ferramentas de IA, nem um manual de prompts que promete milagres tecnológicos em 30 dias. É **um sistema de decisões**: um processo disciplinado para responder à pergunta mais importante que qualquer fundador enfrenta: **esta ideia merece existir?**

Ao longo de 30 dias, vais usar IA como acelerador, não como oráculo. Vais acompanhar a jornada de Ana Martins, uma fundadora construída a partir de dezenas de histórias reais, e aprender um sistema de quatro *frameworks* (o **Decision Stack**) que te ensina quando parar, em que informação confiar, quanto esforço dedicar a cada decisão e o que fazer quando algo falha. Os frameworks aparecem ao longo do livro, no momento exacto em que precisas deles, e aqui está um breve resumo:



Os casos deste livro são compostos a partir de padrões que observámos em dezenas de fundadores, em Portugal e no Brasil. Nomes e detalhes foram alterados para proteger privacidade, mas os padrões, erros e números são reais.

...

PORQUÊ 30 DIAS?

Trinta dias não é um número arbitrário. É uma restrição deliberada.

Constraints drive creativity. É um dos princípios mais bem documentados em design e engenharia. Quando tens tempo ilimitado, melhoras infinitamente. Quando tens 30 dias, és forçado a priorizar. E priorizar é, na sua essência, decidir.

Trinta dias é tempo suficiente para validar um problema (Dias 1-7), construir e testar um MVP mínimo (Dias 8-14), medir o que importa (Dias 15-21), e tomar a decisão de continuar, pivotar ou parar (Dias 22-30).

Trinta dias não é tempo suficiente para construir um produto perfeito. E é exatamente esse o ponto. **Perfeição é procrastinação disfarçada.** O objetivo não é lançar um produto. É aprender se o produto merece ser lançado.

Se em 30 dias não consegues provar sinais de vida, não é falta de tempo. É falta de verdade. Ou o problema não dói o suficiente. Ou o cliente está errado. Ou tu estás a evitar o desconforto de confrontar a realidade.

Extensão de prazo é anestesia. Este livro é cirurgia.

...

PARA QUEM É ESTE LIVRO

Este livro foi escrito para três tipos de fundadores:

O fundador não-técnico que sabe que a IA pode ajudá-lo a construir sem equipa, mas não sabe por onde começar nem como distinguir validação real de confirmação artificial. Para ti, este livro é um mapa.

O fundador técnico que sabe construir mas precisa de disciplina para validar antes de construir. O teu instinto é abrir o IDE. Este livro vai ensinar-te a abrir o telefone primeiro e ligar a 20 potenciais clientes.

O empreendedor tradicional que já tem um negócio e quer adaptar-se à era da IA. Não quer disrupção pela disrupção. Quer ferramentas práticas para testar novas ideias sem destruir o que já funciona.

E há um tipo de pessoa para quem este livro **não é**: quem quer parecer fundador sem fazer o trabalho, quem quer levantar dinheiro antes de ter clientes, quem procura validação social em vez de validação de mercado. Se é esse o teu caso, fecha este livro e guarda-o para quando estiveres pronto.

...

COMO USAR ESTE LIVRO

Se estás a lançar uma *startup* agora, lê sequencialmente e faz o trabalho ao mesmo tempo que a Ana. Se estás a explorar, lê tudo primeiro para absorver o modelo mental. O livro segue cinco partes: Antes de Começar (Dia 0), Descoberta (Dias 1-7), Construção (Dias 8-14), Medição (Dias 15-21), e Decisão (Dias 22-30). Depois, uma secção sobre crescimento, e apêndices com templates, prompts testados e regras práticas.

...

O COMPROMISSO

No final dos 30 dias, só existem dois resultados possíveis: tens um núcleo real de utilizadores que usam e pagam, ou tens a certeza honesta de que a ideia não funciona e a clareza para passar à seguinte. Ambos são vitória. O único fracasso é a indefinição: nem avançar nem parar.

Este livro não vai tornar a tua ideia boa. Vai revelar se ela já é.
E a verdade não negocia.

CAPÍTULO 1

O NOVO JOGO

DECISÃO CRÍTICA

Estou a começar uma startup porque há um problema real, ou porque hoje é fácil construir?

"O perigo não é que as máquinas comecem a pensar como os humanos, mas que os humanos comecem a pensar como máquinas."

Sydney J. Harris

DIA 0: A IDEIA PARECE ÓBVIA

É uma quinta-feira à noite e a Ana Martins está sentada à mesa da cozinha com o portátil aberto, uma chávena de chá a arrefecer, e uma ideia a ferver.

A ideia não é nova. Tem meses a amadurecer nos cantos do cérebro, a formar-se a partir de jantares com amigos onde o dinheiro era sempre o tema desconfortável. A Rita que não sabe quanto gasta em Uber Eats. O Pedro que tem pânico dos impostos trimestrais. A Sofia que cancelou férias porque perdeu a noção das despesas fixas. Pessoas competentes, com bons salários, que vivem numa espécie de nevoeiro financeiro permanente.

Ana abre o Notion e escreve:

"App de bem-estar financeiro para millennials. Gamificada. Simples. Inteligente."

Olha para a frase e sente-se bem: Parece completa. Parece certa. Esse sentimento (essa confiança prematura) é o primeiro sinal de perigo. Mas a Ana ainda não sabe disso.

Abre o ChatGPT. Escreve: "*Existe mercado para uma app de poupança gamificada em Portugal?*"

A resposta chega em oito segundos. Estruturada, articulada e convincente: mercado fintech em crescimento, millennials preocupados com finanças, tendência global de gamificação e exemplos internacionais com sucesso como Acorns, Monzo e Revolut.

Ana lê tudo e sente-se validada. A IA confirma que a ideia faz sentido.

AQUI COMEÇA O PERIGO.

Porque o que a IA lhe deu não é validação, é um eco. A IA respondeu à pergunta que a Ana fez e a Ana fez a pergunta errada. Perguntou se havia mercado. Não perguntou se havia dor. Perguntou se a ideia fazia sentido. Não perguntou se alguém pagaria. Há uma diferença enorme entre "existe mercado" e "alguém precisa disto o suficiente para mudar de comportamento".

E essa diferença é o que separa *startups* que sobrevivem de *startups* que morrem em silêncio.

...

O QUE MUDOU: DE MESES PARA HORAS

Para entender porque é que este livro existe agora (e não há cinco anos) precisamos de olhar para o que mudou no acto de criar uma *startup*.

Há dez anos, quando a Ana estava a começar a carreira, lançar um produto digital exigia: um developer ou uma equipa técnica, semanas ou meses de desenvolvimento, capital inicial significativo (tipicamente 20.000€ a 50.000€ para um MVP mínimo), e a paciência para iterar através de ciclos de *feedback* que duravam meses.

Em 2026, o mesmo fundador pode: criar uma *landing page* completa em *Carrd* ou *Framer* em 1 ou 2 horas; gerar todo o *copywriting* com *ChatGPT* ou *Claude* em 30 minutos; construir um MVP funcional com *Bolt.new*, *Lovable* ou *Cursor* em dias; automatizar *onboarding*, emails e pagamentos com *Zapier* ou *Make.com* numa noite.

O custo caiu de dezenas de milhares de euros para dezenas de euros por mês. O tempo caiu de meses para dias. A barreira técnica (que durante décadas foi o principal obstáculo para fundadores não-técnicos) deixou de existir na prática.

Isto é uma revolução. E como todas as revoluções, tem um lado sombrio.

DIMENSÃO	2015	2026
Custo de um MVP	10.000–50.000€	<100€
Tempo até primeiro teste	3–6 meses	1–2 semanas
Equipa mínima	2–4 pessoas	1 pessoa + IA
Pesquisa de mercado	Semanas + consultores	Horas + Perplexity
Design e prototipagem	Designer + Figma	v0.dev + prompts
Risco Principal	Não conseguir construir	Construir sem validar

Olha para a última linha da tabela. É a mais importante. O risco principal mudou de natureza. Já não é não conseguir construir. É construir sem validar. Já não morremos de fome, mas podemos morrer de envenenamento.

Criar uma startup: 2015 vs. 2026

O jogo mudou, as desculpas já não funcionam

2015	2026
TEMPO PARA MVP	
3-6 meses Dev team · Design · Infra	8 horas v 540x mais rápido · IA + no-code
CUSTO INICIAL	
€10k-50k Freelancers, servidores, ferramentas	€25-67 v 400x mais barato · SaaS stack
ENTREVISTAS DE VALIDAÇÃO	
3-4 semanas Agendamento manual, network limitado	48-72 horas v 14x mais rápido · LinkedIn + IA
RISCO PRINCIPAL	
Não conseguir construir Problema técnico e de recursos	Construir sem validar Problema de decisão e de foco
A CONCLUSÃO CONTRAINTUITIVA Em 2026, a barreira para construir desapareceu. A barreira que permanece é saber o que vale construir. Este livro é sobre essa decisão. <i>"O problema já não é técnico. É de julgamento."</i>	

...

O ERRO INVISÍVEL

Quando tudo parece validado pela IA, o cérebro relaxa e é nesse relaxamento que o erro invisível se instala.

Funciona assim: tens uma ideia, perguntas à IA se é boa e a IA diz que sim. O teu cérebro regista isto como validação e activa um mecanismo que os psicólogos cognitivos conhecem bem: **viés de confirmação**. A partir desse momento, procuras inconscientemente mais evidência a favor e ignoras evidência contra. E a IA, que não tem preferências nem *skin in the game*, continua a dar-te exatamente o que pedes.

O problema não é a IA. O problema é a pergunta.

A Ana fez a pergunta mais perigosa que um fundador pode fazer a uma IA: *"Existe mercado para...?"* A resposta é quase sempre sim. Porque a IA trabalha com probabilidades e padrões linguísticos. Em quase todos os sectores, é possível encontrar dados que sugerem "mercado em crescimento". Dizer que não existe mercado seria estatisticamente improvável e linguisticamente incomum nos dados de treino. A IA não está a mentir, está a responder à pergunta que lhe fizeste. E a pergunta estava errada.

Vamos decompor o que a IA disse à Ana:

"Mercado fintech em crescimento." Verdadeiro, mas genérico. Não diz nada sobre se millennials portugueses especificamente vão pagar por uma app de poupança. É como dizer "o mercado da alimentação está em crescimento" para justificar um restaurante vegano numa povoação rural ...a comer carne há gerações. Tecnicamente correto, mas praticamente inútil.

"Millennials preocupados com finanças." Verdadeiro, mas preocupação não é ação. As pessoas são preocupadas com muitas coisas que nunca pagam para resolver. Preocupação sem ação é inconveniência, não dor.

"Tendência de gamificação." Verdadeiro globalmente, mas gamificação em finanças pessoais tem histórico misto. A maioria das apps gamificadas perde 70-80% dos utilizadores no primeiro mês, porque a novidade do jogo desaparece e o problema subjacente (mudar hábitos financeiros) continua a ser difícil.

Cada afirmação da IA era tecnicamente correcta. E nenhuma respondia à pergunta que importava: **alguém está disposto a pagar por isto?**

• • •

A TÉCNICA DA INVERSÃO

A Ana, para crédito dela, desconfia. Não da IA, mas de si própria. Lembra-se de uma frase que ouviu num podcast sobre investimento: *"Quando toda a gente concorda contigo, é hora de desconfiar."*

Decide mudar a pergunta e em vez de pedir validação, pede destruição:

"Dá-me 10 razões pelas quais uma app de poupança gamificada para millennials portugueses vai falhar."

A resposta muda radicalmente de tom. Agora a IA está a trabalhar contra a hipótese, não a favor. E os resultados são desconfortáveis:

Mercado saturado com alternativas gratuitas (Revolut, Moey, dezenas de apps internacionais), confiança portuguesa nos bancos tradicionais, baixa disposição cultural para pagar por apps de finanças e gamificação com retenção pós-primeiro-mês muito baixa. E mais: integrações bancárias complexas em Portugal (PSD2 com adoção irregular), custo de aquisição de cliente elevado em B2C, mercado total de 10 milhões é pequeno para *freemium*, competição com departamentos de inovação de bancos com orçamentos milionários, regulamentação crescente em fintech e millennials portugueses que já usam funcionalidades básicas do Revolut para o mesmo propósito.

A Ana lê a lista duas vezes. Não é confortável, mas pela primeira vez está a receber informação útil.

Sente qualquer coisa no estômago. Não é desespero, é dissociação. Como quando vais ao médico a pensar que estás só cansado e ele pede análises. O resultado pode não ser mau, mas o facto de ter de verificar muda tudo.

Ela imprime a lista. Literalmente, com papel e tinta. Cola-a na parede ao lado do portátil e nos próximos 30 dias, antes de tomar qualquer decisão, vai olhar para essa lista e perguntar-se: "*Estou a construir algo que responde a estas objeções, ou estou a ignorá-las?*"

Esta é a diferença entre usar IA como **espelho** e usar IA como **eco**. O espelho mostra-te como és. O eco diz-te o que queres ouvir. A maioria dos fundadores usa IA como eco, mas a Ana acaba de decidir usá-la como espelho.

NA NOSSA EXPERIÊNCIA

Nove em cada dez fundadores que conhecemos usaram IA para confirmar a ideia antes de a testar com pessoas. Todos receberam "validação." Menos de metade tinha um problema real.

Princípio: A Inversão do Prompt Não perguntes à IA se a tua ideia é boa. Pede-lhe 10 razões pelas quais vai falhar. O rácio sinal/ruído do segundo prompt é dramaticamente superior.

Esta técnica (a **inversão do prompt**) é a primeira ferramenta prática deste livro. É simples e surpreendentemente poderosa. A razão é linguística: quando pedes à IA para argumentar contra uma

hipótese, forças o modelo a explorar distribuições de probabilidade diferentes. Em vez de confirmar padrões ("mercado em crescimento"), identifica exceções, riscos e contraditórios. A informação resultante não é perfeita. Mas é incomparavelmente mais útil do que um eco das tuas crenças.

...

A REGRA BASE DOS 30 DIAS

Nessa noite, a Ana toma a primeira decisão real dos seus 30 dias. Não é sobre a app, não é sobre o mercado, mas sim sobre o processo.

Escreve no topo da página do Notion, em letras grandes:

"Só construo o que testa uma hipótese crítica."

Parece simples, mas não é. Porque o instinto natural de qualquer fundador é construir: desenhar o logo, escolher cores, configurar o domínio, montar o perfil de Instagram, criar um *pitch deck* "por precaução". Tudo isto dá a sensação de progresso, mas nada disto testa realidade.

Eric Ries descreve-o como o "*success theater*". O teatro do sucesso. Actividades que parecem produtivas porque geram outputs visíveis, mas que não movem a *startup* um centímetro mais perto da verdade. Um deck bonito não prova que o problema existe, um logo profissional não prova que alguém paga e um *wireframe* detalhado não prova que a solução resolve a dor.

A Ana decide focar-se num grupo de pessoas que conhece bem: 'freelancers com receitas variáveis de mês a mês'. Olha para a lista de coisas que queria fazer e risca tudo o que não testa uma hipótese: pesquisar nomes de marca, desenhar *wireframes*, comparar ferramentas *no-code*, montar perfil de Instagram, estudar *pricing* de concorrentes. Manteve apenas o que envolvia pessoas reais: falar com 20 freelancers sobre dinheiro, publicar um post no LinkedIn a descrever o problema, criar um Google Form com 3 perguntas sobre dor financeira, pedir a 5 amigos freelancers que descrevam a sua ansiedade financeira, e

perguntar directamente: "Pagarias 5€/mês por isto?"

Repara no padrão. A ana apagou atividades solitárias feitas ao computador e deixou atividades que envolvem **peessoas reais**. Essa é a distinção fundamental. Se estás sozinho ao ecrã a "validar", não estás a validar nada. Estás a procrastinar com estilo.

• • •

O PAPEL REAL DA IA: SEM FANTASIA

Vamos ser honestos sobre o que a IA pode e não pode fazer nesta fase.

A IA é excelente para: gerar hipóteses sobre porquê uma ideia pode falhar; estruturar perguntas para entrevistas com clientes; analisar linguagem de comunidades online para identificar padrões de dor; simular cenários alternativos quando estás bloqueado; organizar notas e extrair insights de entrevistas.

A IA não pode: sentir a ansiedade financeira de um freelancer; prever se alguém vai mudar de comportamento; substituir 20 minutos de conversa real com um potencial cliente; distinguir entre "acho interessante" e "pago por isto amanhã"; eliminar o teu viés de confirmação (apenas pode torná-lo visível se fizeres as perguntas certas).

A metáfora mais honesta é esta: a IA é um **estagiário brilhante mas sem julgamento**. Faz pesquisa rápida, organiza informação, gera opções, mas não sabe se a pesquisa é relevante para o teu caso específico. Não distingue entre dados que importam e dados que parecem importar. Cabe-te a ti (fundador) esse julgamento. E esse julgamento é a única coisa que não pode ser delegada.

A pergunta que fazes à IA é mais importante do que a resposta que recebes.

• • •

A VERDADE QUE NINGUÉM DIZ

Hoje, a maior vantagem competitiva de um fundador não é técnica. É emocional.

A capacidade de matar uma ideia cedo exige maturidade. A capacidade de ouvir dados desconfortáveis exige honestidade intelectual. A capacidade de parar quando o cérebro quer continuar exige disciplina. Nenhuma destas qualidades é ensinada em cursos de empreendedorismo. Nenhuma pode ser gerada por IA. E são, colectivamente, o que separa fundadores que criam algo real de fundadores que gastam dois anos a construir algo que ninguém quer.

Ana não sabe se a sua ideia vai funcionar. E está bem com isso. O que ela sabe é que prefere estar errada em 7 dias do que iludida durante 6 meses.

É isso que este livro ensina. Não é como construir. É como decidir.

• • •

EXERCÍCIO OBRIGATÓRIO

Antes de avançar para o Capítulo 2, faz o seguinte. Não leias mais até completes.

EXERCÍCIO

O PRIMEIRO TESTE DE HONESTIDADE

1. Abre o *ChatGPT*, *Claude* ou *Perplexity*.
2. Escreve: "Dá-me 10 razões específicas pelas quais [a tua ideia] vai falhar no mercado [teu mercado-alvo]."
3. Lê as 10 razões sem defender a ideia.
4. Escolhe as 3 mais perigosas.
5. Para cada uma, responde: "Que evidência consigo obter em 48 horas para verificar se isto é real?" Se não tens resposta clara para o ponto 5, ainda estás apaixonado pela ideia. Não pelo problema.

CAPÍTULO 2

O CALENDÁRIO DOS 30 DIAS

DECISÃO CRÍTICA

Qual é a data exacta em que vou decidir matar, pivotar ou acelerar esta ideia?

“O que não se mede não se gere. O que não tem deadline não existe.”

Adaptação de Peter Drucker

DIA 1: A TENTAÇÃO DE “VER NO QUE DÁ”

A Ana acorda sábado de manhã com uma energia que não sentia há meses. Faz café, abre o portátil, cria uma página nova no Notion. Título: *“Roadmap da Startup.”*

E começa a escrever o que lhe parece natural: pesquisa de mercado aprofundada, benchmark internacional, *wireframes* do fluxo principal, escolha de nome e domínio, paleta de cores e identidade visual, estratégia de *pricing* e análise detalhada de concorrentes.

Olha para a lista e tudo parece produtivo. Cada item dá a sensação de estar a “fazer as coisas certas.”, e é exactamente essa sensação que a deve preocupar.

Porque nenhum desses itens testa a realidade. São actividades de **preparação infinita**, a forma mais elegante de procrastinação. Podes pesquisar concorrentes durante semanas, iterar *wireframes*

durante meses ou debater nomes de marca com amigos até que o entusiasmo desapareça. E no final, sabes exatamente o mesmo sobre se alguém quer o teu produto: nada.

Ana fecha o documento e abre um novo. Título:

“30 Dias. Só Decisões.”

• • •

A ESTRUTURA: QUATRO FASES, UMA DECISÃO FINAL

O calendário dos 30 dias é uma máquina de decisões. Cada fase tem um objetivo específico, um output mensurável e um ponto de kill-or-continue. Não há fase de “branding”, não há fase de “estratégia de longo prazo” e não há fase de “optimização”. Só há teste.

FASE	DIAS	Objetivo	OUTPUT
Descoberta	1–7	Validar que o problema existe e dói	≥20 entrevistas reais; dor confirmada ou circuito aberto
Construção	8–14	Testar proposta de valor com MVP mínimo	MVP em teste com 15+ utilizadores
Medição	15–21	Medir comportamento real (retenção, engajamento)	Métricas de retenção e uso ativo
Decisão	22–30	Decidir: kill, pivot ou acelerar	Decisão fundamentada com dados

Cada fase alimenta a seguinte. Os dados da Descoberta determinam o que construir na Construção. Os dados da Medição determinam a Decisão. Se saltares uma fase (se construíres sem validar o problema, ou se decidires sem medir comportamento) estás a jogar roleta. Talvez ganhes. Mas as probabilidades estão contra ti.

...

O KILL CRITERIA CANVAS

Aqui entramos no território que mais assusta fundadores. E é exatamente por isso que é tão importante.

Toda a literatura de *startups* fala em "pivot or persevere." Eric Ries dedicou um capítulo inteiro ao tema. Ash Maurya fala em sinais de *product-market fit*. Mas ninguém (*ninguém*) dá ao fundador um artefacto concreto. Uma folha de papel. Com as condições exactas em que mata a ideia, definidas **antes** do Dia 1.

O resultado é previsível: fundadores que nunca param, porque nunca definiram o que seria "falha." Movem as balizas, ajustam critérios e pedem mais tempo. E com IA, o problema agrava-se, porque a IA gera justificações sofisticadas para continuar quando os dados dizem para parar.

O **Kill Criteria Canvas** resolve este problema. É o primeiro framework do Decision Stack e o mais importante. Combina três princípios de domínios diferentes:

Do pre-mortem analysis (Gary Klein, psicologia cognitiva): imaginar o fracasso antes de começar para identificar causas prováveis. Em vez de perguntar "o que pode correr bem?", perguntar "se isto falhou, qual foi a causa mais provável?"

Da Definition of Done (Scrum, engenharia de software): sem critério explícito de conclusão, o trabalho nunca termina. O Canvas aplica o mesmo princípio à validação. Sem critério explícito de morte, a *startup* nunca morre. Só define.

Das stop-loss orders (mercados financeiros): um trader experiente define o ponto de saída antes de entrar na posição. Elimina a decisão emocional sob pressão. Quando o preço atinge o *stop-loss*, a posição é encerrada automaticamente. Sem negociação. Sem "talvez recupere."

O Canvas combina estes três princípios numa folha de papel que preenches antes de começar. É o teu contrato contigo próprio.

...

O CANVAS DA ANA

A Ana senta-se ao computador e preenche o Kill Criteria Canvas. Cada linha é uma hipótese crítica (algo que precisa de ser verdade para a *startup* fazer sentido). Cada linha tem uma métrica de prova (como vou saber?), um *threshold* mínimo (quanto é suficiente?), e um deadline (até quando?).

KILL CRITERIA CANVAS, ANA MARTINS · FREELANCEFLOW			
O que me faz parar - definido antes de começar			
HIPÓTESE CRÍTICA	MÉTRICA DE PROVA	THRESHOLD MÍNIMO	DEADLINE / STATUS
O problema existe e dói Freelancers PT têm ansiedade financeira real	Menções espontâneas em entrevistas	>5 em 20 entrevistas	Dia 7 OK ATINGIDO
O segmento está correcto Freelancers PT, multi-cliente	% que identificam exactamente o problema	>40% das entrevistas	Dia 10 OK ATINGIDO
A solução resolve a dor Dashboard reduz ansiedade	Beta users que voltam na semana 2	>30% retenção semana 2	Dia 18 /!\ PENDENTE
Existe willingness to pay Pagam €5-15/mês	Clientes pagantes reais no primeiro mês	>5 clientes pagantes	Dia 25 /!\ CRÍTICO
REGRA DO CANVAS Se qualquer linha falhar o threshold até à deadline, o Circuit Breaker activa. Não negocias com os dados.			

Repara em três coisas sobre este Canvas.

Primeiro, cada linha depende da anterior. A linha "A solução resolve a dor" é irrelevante se "O problema existe e dói" está vermelha. Nunca se avança para a linha seguinte sem validar a anterior. É o princípio de camadas do modelo OSI aplicado à validação de *startups*: se a camada de transporte falha, a camada de aplicação é irrelevante. Construir soluções para problemas que não existem é o equivalente a acelerar um avião que voa na direcção errada.

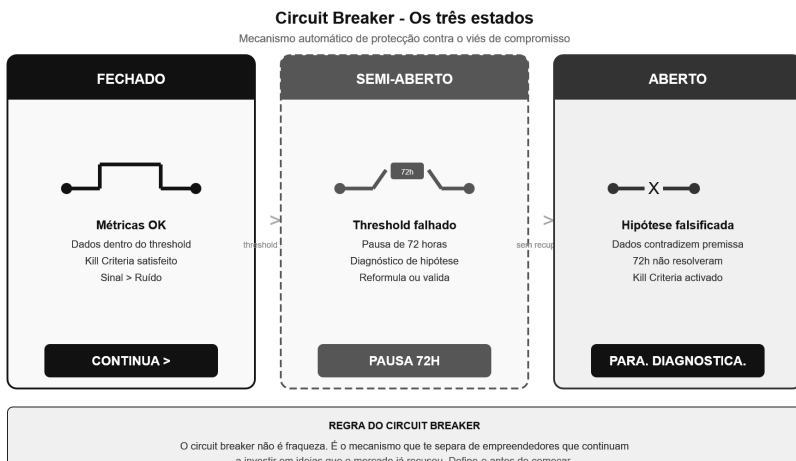
Segundo, os thresholds são deliberadamente baixos. Mais de 5 entrevistas com emoção real em 20 parece pouco. Mas nesta fase não estás a provar que toda a gente tem o problema. Estás a provar

que *alguém* tem o problema com intensidade suficiente para mudar de comportamento. Se nem 5 em 20 pessoas sentem dor real, o mercado não existe. Ou o segmento está errado.

Terceiro, os deadlines são inamovíveis. Não é "até ao Dia 7, mais ou menos." É Dia 7. Se no Dia 7 não tens as 20 entrevistas, o problema não é falta de tempo. É falta de urgência. E falta de urgência num fundador é o sinal mais fiável de que não vai funcionar.

• • •

O MECANISMO DO CIRCUIT BREAKER



Cada linha do Canvas funciona como um circuit breaker com três estados: **Fechado** (*threshold* atingido, continua), **Aberto** (*threshold* falhado, pára), **Semi-aberto** (uma concessão: 72 horas para um teste adicional antes da decisão final). O estado semi-aberto é crucial. Sem ele, o Canvas seria demasiado rígido. Com ele, há espaço para julgamento humano, mas com limites claros.

O CALENDÁRIO REALISTA DA ANA

Ana tem trabalho full-time e não pode dedicar 12 horas por dia a isto. Mas 30 dias não exigem 12 horas por dia. Exigem **foco**.

Ela bloqueia o calendário:

BLOCO	HORÁRIO	HORAS
Segunda a sexta	21h–23h	2h/dia
sábado	9h–13h	4h
Domingo	10h–13h	3h
Total semanal		17h

17 horas por semana, 68 horas em 30 dias. Parece pouco, mas é mais do que suficiente quando cada hora é gasta a testar hipóteses em vez de a preparar-se infinitamente para começar.

A maioria dos fundadores não falha por falta de tempo. Falha por má alocação do tempo que tem. Gastam 80% do tempo em actividades de preparação (pesquisa, design, ferramentas) e 20% em validação (conversa com clientes, testes de pagamento). A proporção deveria ser exactamente inversa.

O PAPEL DA IA NO CALENDÁRIO

Ana usa IA para planear a semana. Não para decidir metas. Metas são compromisso humano. Mas estruturação e priorização? Aí a IA é útil.

Prompt concreto que ela usa na noite de domingo:

"Tenho 17 horas esta semana para validar a hipótese de que free-lancers portugueses sentem ansiedade financeira real. Preciso de fazer 10 entrevistas. Quais são as 5 acções mais importantes por ordem de prioridade, considerando que trabalho em full-time e só tenho noites e fim-de-semana?"

A IA responde com estrutura: redigir mensagem de convite, identificar 30 potenciais entrevistados, agendar 10 chamadas,

preparar guia de entrevista, bloquear tempo no calendário. Nada revolucionário. Mas a estruturação poupa 45 minutos de planejamento. E 45 minutos numa semana de 17 horas são ouro.

O que a Ana **não** pede à IA: definir os critérios de sucesso, decidir se os resultados são bons o suficiente, ou interpretar emoções das entrevistas. Isso é trabalho humano. **A IA organiza, mas o fundador decide.**

• • •

O ERRO CLÁSSICO: MOVER AS BALIZAS

Dia 14: sem retenção, mas 300 visitas. "O problema deve ser o onboarding." Dia 21: só 2 pagamentos, mas *feedback* positivo. "Talvez o preço esteja errado." Dia 28: os números não estão lá. "Talvez precise de mais tempo..." Isto não é iteração. É medo. O Canvas existe para contrariar este mecanismo. Os critérios foram definidos quando estávamos racionais. A emoção não os pode alterar.

AMADOR VS OPERADOR

O amador ajusta metas quando não as atinge, prolonga prazos e confunde persistência com teimosia. O operador define métricas e deadlines inamovíveis antes de começar, e trata a validação como um experimento científico. Matar rápido não é fracasso. É inteligência.

EXERCÍCIO

O TEU KILL CRITERIA CANVAS

Preenche o teu próprio Canvas. Usa o template em branco (disponível para download). Para cada linha, responde:

1. Qual é a hipótese crítica? (algo que PRECISA de ser verdade)
2. Que métrica OBSERVÁVEL me prova que é verdade? (não opinião, comportamento)
3. Qual é o threshold mínimo? (um número, não "suficiente")

4. Até quando? (uma data, não "em breve") Depois: envie-o a um amigo, mentor ou colega. Diz-lhe: "Se eu começar a arranjar desculpas, lembra-me deste documento." Não avanças para o Capítulo 3 sem isto feito.

TEMPLATE IMPRIMÍVEL, DIA 0

Kill Criteria Canvas

Preenche antes de avançar. O que me faz parar?

HIPÓTESE CRÍTICA	MÉTRICA DE PROVA	THRESHOLD MÍNIMO	DEADLINE
<div>Linha 1, principal risco</div> <div></div> <div></div> <div></div>			<div>data limite</div> <div>OKX</div>
<div>Linha 2, segmento</div> <div></div> <div></div> <div></div>			<div></div> <div>OKX</div>
<div>Linha 3, solução</div> <div></div> <div></div> <div></div>			<div></div> <div>OKX</div>
<div>Linha 4, monetização</div> <div></div> <div></div> <div></div>			<div></div> <div>OKX</div>

3 REGRAS DO CANVAS

1. Preenches ANTES de falar com qualquer utilizador

2. Não alteras os thresholds depois de começar os testes

3. Se uma linha falhar, o circuit breaker activa - sem negociação

"Se não sabes o que te faz parar, nunca vais parar."

- Manuel de Decides para Criar uma Startup em 30 Dias

O Dia 0 da Ana está completo. Ela tem um calendário de 30 dias. Tem um Kill Criteria Canvas preenchido. Tem um compromisso partilhado com dois amigos. E tem, pela primeira vez, uma resposta clara à pergunta mais difícil que um fundador pode fazer: "*O que me faz parar?*"

Amanhã começa a Parte II. Amanhã começa a falar com pessoas.

E é aí que as coisas ficam desconfortáveis.

EDIT'AI / AMOSTRA DE LEITURA

Continua a leitura.

Como usar a IA para criar uma Startup em 30 dias

Joaquim Nascimento e Joaquim Costa

Esta amostra reúne páginas selecionadas da obra. A numeração das páginas originais foi preservada.

Conhece a obra completa e consulta as condições de compra na loja IA Hoje.

Comprar na loja IA Hoje