



**INSTITUTO FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL  
CAMPUS CAMPO GRANDE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E  
TECNOLÓGICA**

**LIZANDRA ALMEIDA DE MENEZES**

**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA  
PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO  
ENSINO MÉDIO**

Campo Grande - MS

2023

**LIZANDRA ALMEIDA DE MENEZES**

**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA  
PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO  
ENSINO MÉDIO**

Dissertação apresentada ao Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação Profissional e Tecnológica.

Orientador: Prof. Dr. Dante Alighieri Alves de Mello

Campo Grande - MS

2023

## FICHA CATALOGRÁFICA

M543e Menezes, Lizandra Almeida de  
O empreendedorismo com base na teoria de Vygotsky: uma proposta para estudantes do ensino técnico integrado ao ensino médio / Lizandra Almeida de Menezes. – Campo Grande-MS, 2023.  
200 f. : il. ; 29 cm.

Dissertação (Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica) – Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica, Instituto Federal de Mato Grosso do Sul-IFMS, Campus Campo Grande, 2023.

Orientador: Prof. Dr. Dante Alighieri Alves de Melo.

Inclui apêndices.

Inclui referências.

1. Empreendedorismo. 2. Vygotsky. 3. Profept. 4. Ensino Profissional e Tecnológico. I. Melo, Dante Alighieri Alves de. II. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica. III. Título.

CDD 23. ed. 658.421

# ATA DE DEFESA



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul



## ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

### Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT/IFMS)

Aos catorze dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e três, às oito horas, reuniu-se por webconferência a Banca Examinadora composta pelos membros: Prof. Dr. Dante Alighieri Alves de Mello (IFMS), Prof. Dr. Gustavo Magalhães de Oliveira (Universidade Bonn) e o Prof. Dr. Claudio Zarate Sanavria (IFMS), sob a presidência do primeiro, para avaliação do trabalho da estudante: Lizandra Almeida de Menezes, CPF 823.373.731-34, Linha de Pesquisa "Práticas Educativas em Educação Profissional e Tecnológica (EPT)", Curso de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul, apresentado sob o título "O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO" e orientação de Dante Alighieri Alves de Mello. O presidente da Banca Examinadora declarou abertos os trabalhos e agradeceu a presença de todos os membros. A seguir, concedeu a palavra à estudante, que expôs seu Trabalho de Conclusão de Curso. Terminada a exposição, os membros da Banca Examinadora iniciaram as arguições. Terminadas as arguições, o presidente da banca fez suas considerações. A seguir, a Banca Examinadora reuniu-se em grupo virtual à parte para avaliação e emitiu, em seguida, parecer expresso conforme segue:

EXAMINADOR	AValiação
Dr. Dante Alighieri Alves de Mello - Orientador	APROVADO
Dr. Gustavo Magalhães de Oliveira - Externo	APROVADO
Dr. Claudio Zarate Sanavria - Interno	APROVADO

#### RESULTADO FINAL:

(X) Aprovação    ( ) Reprovação

#### OBSERVAÇÕES:

Juntamente com a dissertação citada anteriormente foi também validado pela banca avaliadora o produto educacional intitulado "O EMPREENDEDORISMO POR MEIO DE SALAS TEMÁTICAS". A discente terá um prazo máximo de 90 dias para realizar as modificações recomendadas pela banca e entrega da versão final da dissertação e do produto educacional.

Nada mais havendo a ser tratado, o Presidente declarou a sessão encerrada e agradeceu a todos pela participação.

Dante Alighieri Alves de Mello  
Presidente da Banca Examinadora

Lizandra Almeida de Menezes  
Estudante

Documento assinado eletronicamente por:

- Dante Alighieri Alves de Mello, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 28/06/2023 10:00:00.
- Claudio Zarate Sanavria, DIRETOR(A) GERAL - CD2 - NA-DIRGE, em 28/06/2023 10:14:27.
- Lizandra Almeida de Menezes, Lizandra Almeida de Menezes - Estudante - Instituto Federal de Mato Grosso do Sul - Campus Campo Grande (1), em 29/06/2023 07:40:36.
- Gustavo Magalhães de Oliveira, Gustavo Magalhães de Oliveira - Membro(a) de banca de mestrado - Center For Development Research (Zef), University Of Bonn (), em 14/07/2023 15:58:57.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/06/2023. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifms.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 377901  
Código de Autenticação: 2e08d17fe9



À Deus por me dar força nessa caminhada árdua.  
Meus pais Nilson e Nair por me darem à vida.  
E, meu grande incentivador Dr. Sandro Gomes Rodrigues.

## **AGRADECIMENTOS**

O caminho não foi fácil, mas quem disse que seria? Como sempre o prof. Anderson Correa dizia em sala: “se fosse fácil todo mundo era mestre”.

Meu primeiro agradecimento é a Deus e Nossa Senhora do Perpétuo Socorro que nunca me abandonaram na minha fé. Meus pais Nilson e Nair Menezes e ao meu filho do coração Wesley Aparecido, pois sempre me apoiaram em tudo e nunca me deixaram desistir dos meus objetivos, além de serem a minha vida em forma de amor.

Ao meu orientador Prof. Dr. Dante Alighieri Alves de Mello que acreditou em mim, mesmo com todos os problemas que passei durante a realização deste.

Aqui um agradecimento muito especial ao meu amigo Dr. Sandro Gomes Rodrigues, que me apresentou o programa do IFMS, e sempre me incentivou a não parar de estudar, além do Dr. Gustavo Magalhães que mesmo distante estava me apoiando.

Aos meus parceiros de trabalho: Me. Bruno Delmondes, Dra. Yasmin Casagranda, Me. Fernando Barcellos, Me. Júlio Cezar Fernandes e Me. Willian Maachar, que sempre estavam dispostos a fazer correções, me dar dicas e me aguentavam com minhas reclamações.

Aos nove estudantes que toparam participar do meu produto, que chamo carinhosamente de Tematifanos. Aos três professores que responderam e me ajudaram na finalização do produto educacional e aos meus Nafianos Lucas Almeida e Thiago Ribeiro, que no início desta jornada foram essenciais na busca de informações sobre o tema.

A minha cunhada Me. Antônia Lemes e minha psicóloga Dra. Adrianna Alberti que sempre estavam dispostas a fazer as correções de português e dar aquela força quando estava querendo desistir.

As minhas amigas de vida: Gislaine Mussolini, Kelly Regasso e Renata Silva, e minha prima Luzia Almeida, que seguram na minha mão e não me deixam desistir de nada. E as minhas colegas de mestrado, Carolina Brito, Flávia Grego e Priscila Veloso que sempre estávamos juntas segurando uma na mão da outra.

Um agradecimento muito especial aos professores doutores Claudio Sanavria e Airton Vinholi, que na primeira apresentação do meu projeto fizeram toda a diferença com suas observações, me dando forças pois estava no caminho certo.

Gratidão!

“O saber a gente aprende com os mestres e os livros.  
A sabedoria, se aprende com a vida e com os humildes”

(Cora Coralina)

## RESUMO

De modo geral, entre os estudantes brasileiros é comum uma certa falta de compreensão sobre o tema empreendedorismo, fato este que motivou a realização desta pesquisa. Em resumo, foi desenvolvido o conceito de empreendedorismo como processo de iniciativa para a implementação de novos negócios e/ou mudanças e análises em empresas já existentes, e como fonte de criação de valor por pessoas e organizações, demonstrando-o como principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social de um país, e deixando assim de lado a simples ideia de que ser empreendedor é somente “abrir um negócio”. Diante desta abordagem, espera-se compreender a atuação do docente no que diz respeito ao ensino prático de empreendedorismo no ensino médio integrado do IFMS. Buscou-se verificar a real percepção que o aluno tem sobre o que é ser empreendedor, mostrando na prática como se faz uma análise deste ambiente e que ser empreendedor não é somente ter um negócio. O objetivo deste estudo foi investigar a evolução conceitual dos estudantes do Ensino Médio Integrado do IFMS sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos, desenvolvendo atitudes empreendedoras, como fonte de promoção do desenvolvimento econômico, renda e melhoria da qualidade de vida, demonstrando suas competências e impacto no cenário econômico brasileiro. A pesquisa se classifica como qualitativa, de natureza aplicada, com objetivos de caráter descritivo exploratório. Foram realizadas aulas expositivas, uma vez por semana, durante cinco semanas dos entre outubro e novembro de 2022, com a participação de nove estudantes das turmas de Técnico em Informática, Eletrotécnica e Mecânica do *Campus* Campo Grande do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Pode-se verificar que houve uma evolução conceitual na percepção do que é ser empreendedor, bem como conhecimentos de outros temas abordados.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo. Vygotsky. ProfEPT. Educação Profissional e Tecnológica.

## ABSTRACT

In general, among Brazilian students, a certain lack of understanding of the subject of entrepreneurship is common, a fact that motivated this research. In short, the concept of entrepreneurship was developed as an initiative process for the implementation of new businesses and/or changes and analyzes in existing companies, and as a source of value creation by people and organizations. Demonstrating it as the main factor promoting the economic and social development of a country, and thus leaving aside the simple idea that being an entrepreneur is just “opening a business”. Given this approach, it is expected to understand the role of the teacher with regard to the practical teaching of entrepreneurship in the integrated secondary education of the IFMS. We sought to verify the real perception that the student has about what it is to be an entrepreneur, showing in practice how to analyze this environment and that being an entrepreneur is not just having a business. The objective of this study was to investigate the conceptual evolution of IFMS Integrated High School students about entrepreneurship and innovation and its consequences, developing entrepreneurial attitudes, as a source of promoting economic development, income and improving the quality of life, demonstrating their skills and impact in the Brazilian economic scenario. The research is classified as qualitative, applied in nature, with exploratory descriptive objectives. Expositive classes were held, once a week, for five weeks between October and November 2022, with the participation of nine students from the Technician in Informatics, Electrotechnics and Mechanics classes at the Campo Grande *Campus* of the Federal Institute of Mato Grosso do Sul. It can be seen that there was a conceptual evolution in the perception of what it is to be an entrepreneur, as well as knowledge of other topics addressed.

**Keywords:** Entrepreneurship. Vygotsky. ProfEPT. Professional and Technological Education.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estrutura do Produto Educacional.....	74
Quadro 2 – Na sua opinião, o que é empreendedorismo? .....	82
Quadro 3 – Questionário 1: O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?.....	84
Quadro 4 – Questionário 1: Em sua visão, o que é ser empreendedor?.....	85
Quadro 5 – Questionário 1: Comportamento diante de desafios.....	86
Quadro 6 – Questionário 1: Comportamento quando desafiado.....	87
Quadro 7 – Questionário 1: Como é assumir papel de líder e tomar a liderança?....	88
Quadro 8 – Questionário 1: Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas? .....	89
Quadro 9 – Questionário 1: Você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios? .....	90
Quadro 10 – Questionário 1: Você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? .....	91
Quadro 11 – Questionário 1: Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa? .....	92
Quadro 12 – Questionário 1: Qual seu conhecimento de <i>marketing</i> ou finanças? ...	93
Quadro 13 – Questionário 1: Já fez análise de outras empresas para comparação? .....	94
Quadro 14 – Questionário 1: Já fez análise de fornecedores e clientes? .....	95
Quadro 15 – Questionário 1: Projeto/negócio em mente.....	96
Quadro 16 – Questionário 1: Conhece indivíduos com talento? .....	97
Quadro 17 – Questionário 1 Quais conhecimentos lhe faltam? .....	98
Quadro 18 – Questionário 1. Quais os seus motivos para estudar sobre o empreendedorismo? .....	99
Quadro 19 – Respostas da aula 01 a respeito do caso “Vendinha” .....	100
Quadro 20 – Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 01.....	103
Quadro 21 – Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 02.....	104
Quadro 22 – Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 03.....	105
Quadro 23 – Matriz SWOT do estudante Salsicha.....	109
Quadro 24 – Matriz SWOT – Tomate.....	110
Quadro 25 – Matriz SWOT – Laranjinha.....	112

Quadro 26 – Matriz SWOT – Mostarda.....	114
Quadro 27 – Matriz SWOT – Magali.....	115
Quadro 28 – Matriz SWOT – Ketchup.....	116
Quadro 29 – Matriz SWOT – Babosa.....	117
Quadro 30 – Matriz SWOT – Ruivinha.....	119
Quadro 31 – Matriz SWOT – Uvinha.....	120
Quadro 32 – Respostas para o caso “Vendinha” ao término do curso (aula 05)...	123
Quadro 33 – Questionário 2: O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado? .....	133
Quadro 34 – Questionário 2: Em sua visão, o que é ser empreendedor? .....	135
Quadro 35 – Questionário 2: Comportamento diante de desafios.....	137
Quadro 36 – Questionário 2: Comportamento quando desafiado.....	139
Quadro 37 – Questionário 2: Como é assumir papel de líder e tomar a liderança? ..	141
Quadro 38 – Questionário 2: Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas? .....	143
Quadro 39 – Questionário 2: Você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios? .....	145
Quadro 40 – Questionário 2: Você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? .....	147
Quadro 41 – Questionário 2: Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa? .....	149
Quadro 42 – Questionário 2: Qual seu conhecimento de <i>marketing</i> ou finanças? ..	151
Quadro 43 – Questionário 2: Já fez análise de outras empresas para comparação? .....	153
Quadro 44 – Questionário 2: Já fez análise de fornecedores e clientes? .....	155
Quadro 45 – Questionário 2: Conhece indivíduos com talento? .....	157
Quadro 46 – Questionário 2: Quais conhecimentos lhe faltam? .....	158
Quadro 47 – Quais os motivos de continuar estudos sobre o empreendedorismo após o curso? .....	161
Quadro 48 – Síntese das análises por participante.....	163

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Questão 4: Quais conteúdos abaixo costuma aplicar? .....	62
Gráfico 2 – Respostas da questão 5.....	63
Gráfico 3 – Meio de informação dos estudantes sobre empreendedorismo.....	83

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Convite para participação na pesquisa .....	57
Imagem 2 - Distribuição das aulas.....	69
Imagem 3 - Capa do Produto Educacional .....	73
Imagem 4 - Tematifanos .....	77
Imagem 5 - Empresa fictícia Vendinha.....	100
Imagem 6 - Execução do desafio.....	108
Imagem 7 - Empresa fictícia Vendinha.....	122

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Características dos participantes.....	78
Tabela 2 – Entendendo os resultados .....	106
Tabela 3 – Resultado Tematífanos .....	107

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNCC – Base Nacional Comum Curricular

CEFET – Centro Federal de Educação Tecnológica

CEP – Comitê de Ética em Pesquisa

CHA – Conhecimentos, Habilidades e Atitudes

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

EPT – Educação Profissional e Tecnológica

FIC – Formação Inicial e Continuada

Google Forms – formulário *online* da Google para coleta de dados de pesquisa

IES – Instituições de Ensino Superior

IFMS – Instituto Federal de Mato Grosso do Sul

LDB – Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

MDF – Medium Density Fiberboard, placa de fibra de média densidade

MEC – Ministério da Educação

MEI – Microempreendedor individual

*Moodle* – ambiente virtual de ensino e aprendizagem gratuito (software livre)

NAF – Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal

NDP – Nível de Desenvolvimento Potencial

NDR – Nível de Desenvolvimento Real

NIT – Núcleo de Inovação Tecnológica

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU – Organização das Nações Unidas

PCN – Parâmetros Curriculares Nacionais

PROEJA – Programa Nacional de Integração da Educação Profissional com a Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos

PROFEPT – Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica

TALE – Termo de Assentimento Livre Esclarecido

TCLE – Termo de Consentimento Livre Esclarecido

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – traduzido: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

TecnolF – Incubadora Mista e Social de Empresas do IFMS

ZDP – Zona de Desenvolvimento Proximal

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Conceitos teóricos e aplicação pedagógica .....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. Ensino Profissional e Tecnológico .....</b>	<b>33</b>
<b>2.3. Empreendedorismo.....</b>	<b>41</b>
2.3.1. Técnicas e competências do empreendedor .....	43
2.3.2. Do ensino à aplicação prática: a construção da educação empreendedora ...	45
2.3.3. Ensino de empreendedorismo na EPT e nas IES .....	49
<b>3. METODOLOGIA .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1. Tipo de Pesquisa .....</b>	<b>54</b>
<b>3.2. Participantes.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3. Instrumentos de Coleta de Dados.....</b>	<b>56</b>
<b>3.4. Procedimentos .....</b>	<b>57</b>
<b>3.5. Análise de conteúdo .....</b>	<b>59</b>
<b>4. RESULTADOS E ANÁLISES .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1. Questionário com os docentes .....</b>	<b>61</b>
4.1.1. Contribuições dos docentes .....	66
<b>4.2. Produto Educacional .....</b>	<b>68</b>
4.2.1. Estrutura do Produto Educacional.....	73
<b>4.3. A experiência da aplicação do Produto Educacional.....</b>	<b>75</b>
4.3.1. Percalços da aplicação.....	76
<b>4.4. Perfil sócio demográfico dos participantes .....</b>	<b>77</b>
<b>4.5. Perfil empreendedor dos estudantes anterior a aplicação do Produto Educacional.....</b>	<b>83</b>
<b>4.6. A atividade “Vendinha” – Antes da aplicação do Produto Educacional.....</b>	<b>99</b>
<b>4.7. Atividades realizadas no curso .....</b>	<b>102</b>
4.7.1. Atividade aula 02.....	102
4.7.2. Atividade aula 03.....	105
4.7.3. Atividade aula 04.....	109
<b>4.8. A atividade “Vendinha” – Após aplicação do Produto Educacional.....</b>	<b>122</b>
<b>4.9. Perfil empreendedor dos estudantes posterior à aplicação do Produto Educacional.....</b>	<b>133</b>
<b>4.10. Síntese das análises por estudante .....</b>	<b>163</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>167</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>170</b>

<b>APÊNDICE A</b> .....	181
<b>APÊNDICE B</b> .....	184
<b>APÊNDICE C</b> .....	187
<b>APÊNDICE D</b> .....	189
<b>APÊNDICE E</b> .....	192
<b>APÊNDICE F</b> .....	196
<b>APÊNDICE G</b> .....	199

## 1. INTRODUÇÃO

A ensino do empreendedorismo no ensino técnico integrado ao ensino médio está se tornando uma prática cada vez mais comum, pois consegue reproduzir os cenários de mercado, desenvolvendo competências e habilidades em gestão. Os motivos para se empreender destacam-se em dois grupos: por oportunidade (algo que pode ser identificado e que possa gerar lucro) e/ou por necessidade (por precisar muito ganhar dinheiro para sobreviver).

Devido às diferentes crises econômicas no Brasil percebeu-se um crescimento exponencial de atividades empreendedoras principalmente na área de serviços (VILELA, 2020). Sendo assim, a ideia desta pesquisa parte do estudo do empreendedorismo como fonte de promoção do desenvolvimento econômico, renda e melhoria da qualidade de vida para os alunos dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.

Parte-se do pressuposto que a principal característica de um empreendedor se dá em sua capacidade de transformar uma dificuldade em oportunidade e estar mais susceptível a assumir maiores riscos. É preciso desenvolver a qualificação dos alunos do IFMS (Instituto Federal de Mato Grosso do Sul) a fim de prepará-los para serem simultaneamente empreendedores, gestores e líderes de seus próprios negócios, já que não é adequado falar em empreendedorismo de forma separada da gestão e da liderança.

O estudo do empreendedorismo envolve competências e características com foco em negócios. Assim, o empreendedor desenvolve competências que podem ser usadas em qualquer tipo e porte de empresa, de qualquer segmento, tanto em negócios físicos quanto em negócios digitais (CAMARGO; VEIGA NETO, 2014). Entende-se que o empreendedorismo desenvolve competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico, empresarial), pois, desta forma, “o empreendedor desenvolve e apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos”. (ANTONELLO, 2005, p. 24).

Camargo e Veiga Neto (2014) afirmam que, em geral, os empreendedores são motivados pelo desafio de trilhar um caminho praticamente irreversível, sendo uma busca permanente e firme por resultados positivos em ambiente de alta competitividade, sem se importar com os obstáculos. Porém, é recorrente que boa

parte dos empreendedores ignore as principais fases do processo de criação de uma empresa. Muitos deles passaram por todas as fases de maneira intuitiva, preocupando-se apenas com a concepção do negócio e não tornam o planejamento um objeto importante de atividade. Ao mesmo tempo que existem diversas ideias sobre a aplicação do ensino do empreendedorismo, novos desafios implantados pelas mudanças provocadas nas características do mercado criam um debate sobre como esse ensino deve ser inserido no ambiente escolar. A educação empreendedora depende essencialmente da definição dos objetivos de aprendizagem e da compreensão das intenções dos alunos para se criar um processo ou um programa de ensino que privilegie a prática experimental.

Ducci (1996) considera uma grande relação das competências individuais com as características dos empreendedores, pois o empreendedor está sempre atento e busca oportunidades que os outros não conseguem enxergar por meio das suas características pessoais, habilidades, conhecimentos e motivações, tornando-o diferenciado no mundo do trabalho.

Para Ruas (2001) a competência empreendedora corresponde a uma visão sistêmica/holística, ou seja, é a capacidade de enxergar o todo: ter uma visão geral do negócio, das partes integrantes do negócio para conseguir geri-lo sozinho ou agregando profissionais capacitados para fazer as atividades técnicas, e corresponde à automotivação, liderança, inovação, disciplina e resiliência. Nessa linha de raciocínio, Brandão (2007) afirma que o desenvolvimento de competências é a ampliação dos conhecimentos, habilidades e atitudes dos colaboradores de uma empresa para que eles desempenhem melhor suas funções, promovendo o crescimento pessoal de cada um e do negócio, visto que o empreendedor deve estar motivado a melhorar. Assim, o passo inicial para quem deseja se destacar enquanto profissional é estar motivado a se desenvolver, ter metas claras e estar sempre disposto a ouvir e aprender.

O conceito de competência relaciona-se à mobilização de conhecimentos (conceitos e procedimentos), habilidades (práticas, cognitivas e sócio emocionais), atitudes e valores para resolver demandas complexas da vida cotidiana, do pleno exercício da cidadania e do mundo do trabalho, fundamentadas na capacidade técnica que permite operar eficientemente os objetos e variáveis que interferem diretamente na criação do produto. Trata sobre o domínio dos conteúdos no âmbito do trabalho e a posse de conhecimentos e habilidades necessárias para atividade

(LOPES, 2010). As competências são um grupo de habilidades, conhecimentos e atitudes que os colaboradores precisam para realizar seu trabalho de forma eficaz, ou seja, correspondem a um conjunto de habilidades harmonicamente desenvolvidas e que caracterizam um empreendedor de sucesso (DORNELAS, 2008).

Os estudos das competências empreendedoras compreendem os parâmetros pessoais e interpessoais que devem ser desenvolvidos por toda e qualquer pessoa que pretende empreender. Todos os fatores abordados abrangem gestão, planejamento, execução e comprometimento dos negócios, ou seja, fatores que engajados apresentarão resultados positivos para o empreendedor (LOPES, 2010). Fleury e Fleury (2001) mencionam, ainda, que as competências do indivíduo, na área da administração, referem-se a um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes que caracterizam as aptidões de uma pessoa para cumprir determinadas tarefas.

Uma primeira questão que se observa é se existe de fato a possibilidade de se ensinar empreendedorismo. Atualmente, acredita-se que a capacidade empreendedora pode e deve ser ensinada nas escolas, na Educação Profissional e Tecnológica (EPT) e nas Instituições de Ensino Superior (IES) (SILVA; PENA, 2017). Na ótica de Dornelas (2008), fatores internos e externos influenciam no processo de empreender, sendo fundamental capacitar, ampliar e aprimorar a visão do cidadão para a atividade empreendedora.

Em consonância, Júnior et al. (2006) afirmam que muitos empreendedores, embora considerem essencial a construção de um plano de negócio, acabam deixando a desejar na fase de colocar em prática o seu planejamento. Ressaltam também que as universidades brasileiras, de uma maneira geral, ainda sofrem de deficiências em suas propostas e metodologias de ensino, pouco criativas e conectadas com a realidade e às necessidades práticas do mercado de trabalho.

De acordo com Souza (2012), nos últimos anos esforços têm sido investidos no sentido de incorporar o empreendedorismo às escolas de educação básica, nas redes pública e privada. Apesar disso, Santos (2014) observa que muitas escolas se mostram resistentes às novas tendências da atualidade e apegadas às atividades ligadas ao conteúdo pedagógico obrigatório.

As disciplinas relativas ao empreendedorismo ficam a cargo de professores cuja carga-horária precisa ser complementada, sem critério algum de qualificação profissional específica para atuar na área. Muitos docentes acabam se apegando apenas às diretrizes presentes nos currículos, além de recorrerem a outros colegas

que já tenham ministrado a disciplina em busca de materiais pertinentes à matéria (NÓBREGA, 2019).

Também, com relação às práticas pedagógicas em empreendedorismo nas escolas, Geraldino (2015) afirma que, a despeito dos avanços, o ensino de empreendedorismo no Brasil ainda está bastante focado nas universidades, o que constitui um entrave ao desenvolvimento de metodologias para a educação empreendedora nas escolas.

A orientação pedagógica desta pesquisa é a teoria histórico-cultural de Vygotsky, para o qual as pessoas se desenvolvem a partir de elementos psíquicos internos e, principalmente, de elementos sociais do ambiente no qual está inserido. Esse desenvolvimento é específico do ser humano, tornando-o diferente de outras espécies animais. O que diferencia o ser humano dos animais são fatores como a linguagem, a representação simbólica, a mediação social e a apropriação da experiência histórica acumulada (LUCENA, 2010).

A aprendizagem para Vygotsky se dá no contexto do desenvolvimento psicológico dos sujeitos, que ocorre a partir dos fatores: (a) filogenético: relativo às características da espécie; (b) sociogenético: o desenvolvimento social e cultural da espécie humana; (c) ontogenético: história do indivíduo e seu desenvolvimento dentro da espécie; (d) microgenético: aspecto singular individual do desenvolvimento de cada pessoa. Esses fatores acontecem ao mesmo tempo no decorrer da vida dos seres humanos. Dessa forma, o desenvolvimento humano acontece a partir de três momentos dialéticos: o desenvolvimento em si, ou seja, o desenvolvimento das possibilidades biológicas; o desenvolvimento para o outro, em que “determinado objeto, ação ou situação adquire significação para os outros” (FITTIPALDI, 2006, p. 77); e o desenvolvimento para si, onde ocorre internalização da significação atribuída pelo outro, tornando-a significativa para o sujeito.

Nesse contexto, a experiência escolar propicia o desenvolvimento da linguagem em níveis do social (discurso socializado) para o nível individual (discurso interno), propondo novos significados. Dessa forma, com a aquisição da linguagem, além da ampliação da capacidade de comunicação, registro, transmissão e recuperação de ideias, conceitos e informações, ao sujeito também se permite a auto regulação de conduta e ação (MIRANDA, 2004).

A aprendizagem é um processo benéfico de transformação cognitiva e social que ocorre em um contexto colaborativo, ou seja, se aprende observando e

participando com outros indivíduos e por meio de artefatos culturais em atividades direcionadas a um objetivo. Habilidades mentais superiores aparecem primeiro na interação com outras pessoas e/ou artefatos culturais (computadores, celulares, dicionários, livros, etc.). Com o tempo, essas habilidades são internalizadas e o indivíduo já é capaz de operar por conta própria, sem a ajuda de outras pessoas (REY, 2010).

Vygotsky definiu que os conhecimentos adquiridos a partir da experiência pessoal, de forma não sistematizada, são denominados de conceitos cotidianos ou espontâneos, caracterizados principalmente por observações. Já os conhecimentos elaborados nas universidades, escolas e centros de pesquisa, por meio da metodologia científica, de cunho mais abstrato e de maior nível de elaboração são chamados de conceitos científicos. São os conhecimentos que o sujeito aprende na sala de aula, onde a escola provê um conhecimento sistemático de algo além da vivência direta cotidiana (COELHO; PISONI, 2012).

Assim, parte-se do entendimento que, para Vygotsky (2007), é necessária e determinante para a aprendizagem a interação entre os sujeitos, lidos aqui como entre aquele que aprende e o outro que ensina. De acordo com Coelho e Pisoni (2012), ao analisar os conceitos propostos por Vygotsky, o nível de desenvolvimento potencial é o que o sujeito pode obter em uma relação com outro sujeito, são experiências que envolvem diálogo, colaboração, imitação. Já o nível desenvolvimento real é a consolidação de capacidades e funções que o sujeito já é capaz de realizar sozinho, ou seja, sem auxílio do outro. A distância entre um e outro é chamado de zona de desenvolvimento proximal ou potencial (ZDP), tratando-se do período em que o indivíduo ainda utiliza apoio até ser capaz de realizar determinada ação sozinho.

Portanto, uma atuação efetiva na ZDP do indivíduo é justamente aquela capaz de promover a evolução dos conceitos cotidianos em direção à internalização dos conceitos científicos.

Tida como uma zona cooperativa de conhecimento, compreender como se dá essa relação entre desenvolvimento real e potencial permite uma melhor elaboração de um plano educacional, haja vista que se torna factível a avaliação do desenvolvimento individual do sujeito (COELHO; PISONI, 2012). Miranda (2004) indica que é indispensável que haja o conhecimento do nível de desenvolvimento real e potencial dos estudantes, que pode ser feito por meio de avaliação diagnóstica e processual com o objetivo de compreender como o sujeito conhece e interage com o

meio, experiências prévias e necessidades. Também é na ZDP que a ação do outro é mais transformadora. Portanto, a prática pedagógica pode impulsionar os processos ainda não consolidados, uma vez que a organização da aprendizagem pode favorecer o processo de desenvolvimento. Dessa forma é necessário ter em vista o nível de desenvolvimento real já consolidado para não incorrer em uma aprendizagem limitada, tolhendo do sujeito que aprende a ampliação de seu conhecimento e aprendizagem (VYGOTSKY; LURIA; LEONTIEV, 2006).

Acredita-se que a disciplina de Empreendedorismo e Inovação pode despertar no estudante grandes interesses nas áreas de gestão. Ao observar os planos de ensino de disciplinas voltadas para Empreendedorismo e Inovação para o Ensino Médio, nota-se que dificilmente atividade prática e atividade aplicada são diferenciadas, tornando essas atividades sinônimos e, que atividades não aplicadas podem incorrer no não despertar do interesse do estudante do Ensino Médio sobre as práticas empreendedoras. Consequentemente, a problematização da forma como essas disciplinas estão sendo ofertadas o objetivo do desenvolvimento de habilidades e conhecimentos gerenciais, de liderança e de autonomia são alcançados de modo efetivo.

Diante disso, o problema de pesquisa deste estudo é: como as disciplinas estão sendo trabalhadas para despertar ainda mais o interesse pelo tema nos estudantes.

Nesse sentido, o objetivo geral desse trabalho é investigar o grau de percepção sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos dos alunos do Ensino Médio Integrado do *Campus* Campo Grande do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS). Para isso, buscou-se detectar quais são as principais dificuldades que estes discentes identificam como fatores impeditivos para que se tornem empreendedores, além de orientar os alunos para as oportunidades, determinação e resiliência, despertando assim no jovem estudante a importância de adquirir habilidades gerenciais para que deem sustentabilidade às organizações.

Para atingir o objetivo geral foram propostos como objetivos específicos:

- a) conhecer as ementas de diversas instituições de ensino acerca da disciplina de Empreendedorismo e Inovação;
- b) diferenciar as atividades práticas de atividades aplicadas;
- c) identificar como é ofertado o ensino de empreendedorismo no Ensino Médio Integrado do *Campus* Campo Grande do IFMS;

d) desenvolver e aplicar um produto educacional a partir de aulas temáticas com atividades voltadas para o Empreendedorismo e Inovação.

A escolha do tema desta pesquisa ocorreu em virtude da experiência da autora com o projeto do Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal (NAF), desenvolvido na Faculdade Estácio de Sá em Campo Grande - MS, onde fui a coordenadora desde sua implantação. Segundo Federal (2023), no referencial de implantação, o NAF nasceu da monografia em 2011, no prêmio Schöntag, e em 2019 houve a instituição do NAF na Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande. O NAF traz benefícios para todos os parceiros envolvidos no projeto. A relação ganha-ganha envolve a Receita Federal do Brasil - RFB, a sociedade, a instituição de ensino e o estudante.

Este trabalho está dividido em quatro capítulos. No capítulo inicial trata-se da apresentação do referencial teórico que norteia esta pesquisa: as proposições de Vygotsky, seus conceitos teóricos e aplicações pedagógicas. Trata também dos pressupostos do ensino profissional e tecnológico e a perspectiva do empreendedorismo sob o aspecto teórico e em relação ao ensino e aplicação prática. O capítulo seguinte versa sobre a metodologia da pesquisa, indicando o tipo de pesquisa, participantes, instrumentos, procedimentos e elementos norteadores das análises. Em seguida, o capítulo seguinte traz os resultados e análises, descrevendo o questionário aplicado com os docentes; a apresentação do produto educacional; a experiência de aplicação do Produto Educacional; os resultados do perfil sócio demográfico dos participantes, o perfil empreendedor dos estudantes – antes e depois da aplicação do Produto Educacional; e a síntese das análises por participante. Por fim são apresentadas as considerações finais.

Os conceitos científicos de empreendedorismo devem ser trabalhados com os discentes participantes para que os objetivos desta pesquisa sejam atingidos, visando assim superar a ideia de que empreender é somente abrir um negócio. Para tanto, é necessário que se tenha bem definido o referencial teórico norteador deste trabalho, que é então apresentado no capítulo 2 a seguir.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Essa pesquisa foi desenvolvida para aplicação pedagógica dos pressupostos de Lev S. Vygotsky<sup>1</sup> no Produto Educacional elaborado. Iniciou-se de uma situação experimental como um todo, com o objetivo de desenvolver o conhecimento sobre empreendedorismo. Assim, tanto o Produto quanto sua aplicação e possíveis adaptações de atividades levam em consideração o conhecimento do educando.

Alinhando-se com a metodologia experimental desenvolvida por Vygotsky (2007), se teve como estímulo neutro o conhecimento embasado e aplicado de situações de empreendedorismo e, como segundas séries de estímulos, atividades a serem resolvidas antes e depois do estímulo neutro, que envolve situações em empresas para os participantes. Assim, a aplicação do Produto Educacional parte de uma visão do processo de aprendizagem do conhecimento já estabelecido para uma situação de estimulação externa e auxiliar, visando conhecimento posterior, ou seja, entendendo o processo com base em zonas de desenvolvimento potencial; a zona de desenvolvimento proximal e zona de desenvolvimento real.

Lev S. Vygotsky (1896-1934) foi advogado, psicólogo e filólogo. Suas principais contribuições ocorreram após a Revolução Russa de 1917, no estudo das funções psicológicas superiores dentro dos termos das ciências naturais. Fundamentou sua pesquisa na explicação dos mecanismos cerebrais envolvidos em determinadas funções, concomitante à explicação histórica do desenvolvimento do mesmo. Dessa forma, além de estabelecer as relações entre funções simples e complexas dos comportamentos aliou-os à compreensão de contexto social para melhor entendê-las. Logo, Vygotsky foi o primeiro psicólogo moderno a associar a psicologia cognitiva experimental, a neurologia e a fisiologia, assim como, o primeiro a apontar que os mecanismos culturais fazem parte da natureza do sujeito (COLE; SCRIBNER, 2007).

Vygotsky objetivou uma nova psicologia a partir da revisão das abordagens vigentes de sua época: a psicologia como ciência natural (que visava explicar os processos psicológicos simples e elementares, como reflexos e associações simples) e a psicologia como ciência mental (que visava entender os processos psicológicos

---

<sup>1</sup> Optou-se pela grafia Vygotsky para o texto por ser a mais utilizada nos livros das referências. É também comum o uso da grafia Vigotski.

superiores, como atenção voluntária, memorização ativa, entre outros) (MIRANDA, 2004).

## **2.1. Conceitos teóricos e aplicação pedagógica**

O ser humano é visto por Vygotsky como ser biológico e social, parte da espécie humana, cujo desenvolvimento se dá a partir de um contexto histórico, cultural e social, ao mesmo tempo em que influencia seu meio (MIRANDA, 2004). Como indicam Neves e Damiani (2006), Vygotsky rejeita modelos de explicação baseados em concepções inatistas, ou seja, que indicam que o ser humano é determinado por características universais de comportamento, uma vez que Vygotsky não apenas entende que existe diferença entre os sujeitos como também os entende a partir de determinações de estrutura biológica e aspectos históricos. É importante salientar que Vygotsky também rejeitava modelos ambientalistas, isto é, que definem o sujeito como determinado culturalmente como um ser passivo reagente ao meio.

Para Vygotsky, o sujeito se desenvolve a partir de elementos psíquicos internos e de elementos sociais do ambiente em que está inserido. Portanto, para se desenvolver o sujeito aprende em seu meio ambiente, no caso do ser humano o meio social. Outro fator importante em sua teoria é que esse desenvolvimento é específico do ser humano, tornando-o diferente de outras espécies animais. Para Vygotsky, o que diferencia o ser humano são fatores como a linguagem, a representação simbólica, a mediação social e a apropriação da experiência histórica acumulada (LUCENA, 2010). “Pode-se afirmar, então, que o sujeito de Vygotsky tem dupla acepção: o ser sujeito, fazendo opções e imprimindo sua marca no contexto em que se insere; e, o ser sujeitado, em relação ao contexto que o constitui” (MIRANDA, 2004, p. 10).

Para Coelho e Pisoni (2012), a teoria de Vygotsky pode ser entendida a partir de quatro teses que a fundamentam. A primeira diz respeito às relações do sujeito com a sociedade, em que as características humanas advêm dessas relações por meio da aprendizagem com o outro – também sujeito social – que irá delimitar e atribuir os significados da realidade material. A segunda tese aborda a origem cultural das funções psíquicas a partir da relação sujeito – contexto social, histórico e cultural, através de processos contínuos de desenvolvimento intelectual e linguístico. A terceira refere-se à base biológica do funcionamento psicológico, sendo que o cérebro

é tido como o principal órgão onde se realizam as atividades mentais, considerado em uma perspectiva de modelagem ao longo da história do indivíduo. E a quarta tese fala sobre a mediação no processo de desenvolvimento humano, na qual a linguagem é tida como principal mediador e, portanto, elemento de destaque no processo do pensamento e exclusivo do ser humano.

Muitos são os estudos sobre o processo de aprendizagem. Rabello e Passos (2010) oferecem alguns pontos de vista diferentes de Vygotsky, como os estudos de Watson e Skinner<sup>2</sup>, de cunho behaviorista, em que a aprendizagem acontece em contato com o ambiente e o sujeito nasce como uma “tábula rasa”; ou como em Chomsky, em que o sujeito é considerado como inato, ou seja, já nasce com todo o aparato necessário para a aprendizagem, sendo que o ambiente apenas dispara o que já está posto biologicamente; ou ainda Piaget, estudioso construtivista que indica que o desenvolvimento ocorre a partir de uma interação entre o desenvolvimento biológico e os processos que o sujeito adquire em contato com o meio; ainda tem-se Fodor, cuja perspectiva evolucionista aponta que o desenvolvimento ocorre nas características humanas e variações individuais, produto da interação entre os fatores genéticos e ecológicos.

Aqui considera-se o alinhamento marxista de Vygotsky para o desenvolvimento da pesquisa, ou seja, o olhar das concepções de Vygotsky por meio da epistemologia desenvolvida por Karl Marx, aplicando o materialismo histórico e dialético à psicologia e conseqüentemente à aprendizagem e educação, estudando os fenômenos como processos em constante mudança. Para Vygotsky, o marxismo é um método investigativo e científico que busca compreender a realidade, seus processos e articulações (VYGOTSKY, 2007).

O Materialismo Histórico, de Marx e Engels, postula que cada modo de produção possui relações de produção, meios de produção, superestruturas e classes sociais correspondentes ao seu tipo de formação social. O modo de produção capitalista é baseado em relações fundadas na divisão social do trabalho; os meios de produção são a terra e a mecanização da indústria; o Estado possui a ideologia liberal-conservadora, sendo a sociedade dividida em burguesia e proletariado. O Materialismo Histórico vem a ser uma síntese filosófica elaborada por Marx, a partir de três tradições teóricas existentes até então: a Economia Política Inglesa (Smith – séc. XVII), a Política

---

<sup>2</sup> John Boadus Watson é normalmente citado como fundador do movimento behaviorista, linha epistemológica da Psicologia. Ele defendeu o argumento que a análise científica deveria ser realizada somente sobre fenômenos que pudessem ser observados, sendo avesso às discussões metafísicas. Já Burrhus Frederic Skinner é conhecido como fundador do behaviorismo radical e da análise do comportamento, cujo principal objeto de investigação foi o comportamento humano (STRAPASSON, 2021).

Francesa (Comuna de Paris, Iluminismo Francês – séc. XVIII) e a Filosofia Alemã (Hegel – séc. XVIII). Além de elaborar uma síntese dessas três tradições, Marx também reformulou conceitos como “valor”, “Estado”, “classes sociais”, “dialética”, entre outros (MARX, 2004 apud NEVES; DAMIANI, 2006, p. 7)

Para o que nos interessa, ao partir dos postulados marxistas Vygotsky entende que “não só todo fenômeno tem sua história, como essa história é caracterizada por mudanças qualitativas (mudança na forma, estrutura e características básicas e quantitativas” (COLE; SCRIBNER, 2007, p. XXV). Essa leitura ocorre quando Vygotsky entende que a transformação dos processos psicológicos simples para processos psicológicos superiores ocorre nesse mesmo princípio, a partir de uma história em constante mudança (COLE; SCRIBNER, 2007).

A teoria marxista da sociedade também é fator de influência em seu pensamento, o materialismo histórico. Marx, de acordo com Cole e Scribner (2007), preconiza que as mudanças na sociedade e na vida material podem produzir mudanças a nível da natureza do homem, tanto em sua consciência quanto em seu comportamento. “Nesse seu esforço, elaborou de forma criativa as concepções de Engels sobre o trabalho humano e o uso de instrumentos como o meio pelos quais o homem transforma a natureza e, ao fazê-lo, transforma a si mesmo” (COLE; SCRIBNER, 2007, p. XXVI). Vygotsky parte da compreensão da existência de uma relação dialética entre o sujeito e a sociedade, ou seja, ao passo que a sociedade modifica o sujeito, o sujeito é capaz de modificar o ambiente, modificando sua realidade e construindo novos meios de ação (LUCENA, 2010).

Para compreender como se aplicam a teoria de Vygotsky em um contexto de ensino e aprendizagem se faz necessário abordar conceitos importantes em seus estudos. Alguns pontos são necessários para entender como Vygotsky entende o sujeito e o desenvolvimento psicológico para então termos um olhar mais detido nos conceitos teóricos importantes.

Para Vygotsky, como indica Fittipaldi (2006), o desenvolvimento psicológico ocorre a partir de quatro fatores: (a) filogenético: as características da espécie; (b) sociogenético: o desenvolvimento social e cultural da espécie humana; (c) ontogenético: história do sujeito e seu desenvolvimento dentro da espécie; (d) microgenético: aspecto da história de determinado sujeito. Esses fatores acontecem ao mesmo tempo no decorrer da vida do sujeito.

Vygotsky compreende a história em um sentido amplo, como uma perspectiva dialética geral, ou seja, não se trata de uma sucessão de acontecimentos no tempo e espaço, mas sim um ordenamento significativo interdependente, em um sentido restrito, a história do homem. Em outras palavras, o que diferencia o homem de outras espécies a partir do marco da ação do homem no meio é o trabalho, que torna o homem enquanto espécie independente dos fatores naturais do meio para sobrevivência. Assim, entende-se a filogênese, a evolução da espécie humana, e a ontogênese, desenvolvimento particular do sujeito, como partes da evolução natural e cultural (FITTIPALDI, 2006).

No que tange ao desenvolvimento psicológico, Fittipaldi (2006, p. 77) esclarece as diferenças e interdependência entre duas funções psicológicas. As

funções psicológicas elementares (FPE), que são funções naturais, imediatas, ligadas ao biológico e, funções psicológicas superiores (FPS), que são funções mediadas, culturais, relações sociais internalizadas, ou seja, são as reconstituições no plano pessoal das funções que já existem no social. O desenvolvimento dessas funções não é independente, mas está interligado ao todo do qual faz parte. (FITTIPALDI, 2006, p. 77).

O desenvolvimento do sujeito ocorre, dessa forma, a partir de três momentos dialéticos: o desenvolvimento em si, ou seja, o desenvolvimento das possibilidades biológicas, o desenvolvimento para o outro, em que “determinado objeto, ação ou situação adquire significação para os outros” (FITTIPALDI, 2006, p. 77) e o desenvolvimento para si, onde ocorre internalização da significação atribuída pelo outro, tornando significativa para o sujeito. Em outras palavras, as funções psicológicas superiores, como falar, pensar e agir são, antes de funções do sujeito, relações entre os sujeitos sociais.

A linguagem para Vygotsky surge com a necessidade de comunicação, ou seja, intercâmbio social. O aprimoramento da linguagem levou ao uso de signos que traduzem ideias, pensamentos e sentimentos. Como destaca Miranda (2004, p. 22):

Para Vygotsky, a linguagem como sistema de signos representa a transformação, ou seja, é responsável, na filogênese, pela passagem do ser humano do reino do biológico para o do sócio-histórico. Na ontogênese, pensamento e linguagem têm origens diferentes (fase pré-lingüística do pensamento e fase pré-intelectual da linguagem) que, num determinado momento, unem-se dialeticamente (por volta dos dois anos), dando origem ao pensamento verbal e a linguagem racional. (MIRANDA, 2004, p. 22).

Em outras palavras, para Vygotsky o desenvolvimento psicológico depende da aprendizagem que ocorre a partir de processos de internalização de conceitos, não

sendo suficiente apenas o aparato biológico da espécie para tal processo. Ao contrário, o sujeito precisa da representação de mundo de sua cultura. Nesse sentido, a escola torna-se um espaço de ensino e aprendizagem que introduz elementos de interação social (RABELLO; PASSOS, 2010).

A experiência escolar propicia o desenvolvimento da linguagem em níveis do social (discurso socializado) para o nível individual (discurso interno), propondo novos significados e conseqüentemente novos sentidos, em que

o primeiro refere-se a aspectos objetivos e compartilhados, mais próximos dos conceitos estabelecidos pela cultura, que são, portanto, mais estáveis. Já o segundo, refere-se a aspectos subjetivos, idiossincráticos e pessoais, configurando algo muito mais instável. (MIRANDA, 2004, p. 25).

Dessa forma, com a aquisição da linguagem, além da ampliação da capacidade de comunicação, registro, transmissão e recuperação de ideias, conceitos e informações, ao sujeito também permite auto-regulação de conduta e ação. Miranda (2004) defende que, devido a essas funções, atividades repetitivas ou de memorização mecânica são desaconselhadas, pois inibem o desenvolvimento do pensamento, já que apenas decorar elementos linguísticos não permite uma estruturação significativa do pensamento e aprendizagem.

Os conhecimentos adquiridos a partir de experiência pessoal, de forma não sistematizada, são denominados por Vygotsky (2007) de “conceitos cotidianos ou espontâneos”, caracterizados principalmente por observações. Já os conhecimentos elaborados nas universidades e centros de pesquisa, por meio de metodologia científica, de cunho mais abstrato e de maior nível de elaboração são chamados de “conceitos científicos”. São os conhecimentos que o sujeito aprende na sala de aula, onde a escola provê um conhecimento sistemático mais formal do que a vivência direta cotidiana (COELHO; PISONI, 2012).

Assim, para Vygotsky (2007) é necessária e determinante para a aprendizagem a interação entre os sujeitos, lidos aqui como entre aquele que aprende e o outro que ensina. De acordo com Coelho e Pisoni (2012), ao analisar os conceitos propostos por Vygotsky, o desenvolvimento potencial é o que o sujeito pode obter em uma relação com outro sujeito, são experiências que envolvem diálogo, colaboração, imitação; já o desenvolvimento real é a consolidação de capacidades e funções que o sujeito é capaz de realizar sozinho, ou seja, sem auxílio do outro. A distância entre um e outro é chamada de zona de desenvolvimento proximal (ZDP), tratando-se do

período em que o sujeito ainda utiliza apoio até ser capaz de realizar determinada ação sozinho. A ZDP

[...] é a distância entre o nível de desenvolvimento real, que se costuma determinar através da solução independente de problemas e o nível de desenvolvimento potencial, determinado através da solução de problemas sob a orientação de um adulto ou em colaboração com companheiros capazes. [...]. A zona de desenvolvimento proximal define aquelas funções que ainda não amadureceram, mas que estão em processo de maturação, funções que amadurecerão, mas que estão presentemente em estado embrionário. (VYGOTSKY, 2007, p. 97-98).

Tida como uma zona cooperativa de conhecimento, compreender como se dá essa relação entre desenvolvimento real e potencial permite uma melhor elaboração de um plano educacional, haja vista que se torna factível a avaliação do desenvolvimento individual do sujeito. (COELHO; PISONI, 2012).

O benefício da interferência de outrem, no entanto, não é homogêneo. Isso significa que duas crianças não aprendem da mesma forma, já que a repercussão da mediação é distinta, conforme a história prévia de cada uma. Vygotsky defende a ideia de reconstrução e reelaboração de significados, ou seja, a criança reconstrói aqueles que lhes são transmitidos pelo grupo cultural. Essa constante recriação da cultura é a base do processo histórico, sempre em movimento. (MIRANDA, 2004, p. 12).

Miranda (2004) indica que é indispensável que haja o conhecimento do nível de desenvolvimento real e potencial dos alunos, que pode ser feita através de avaliação diagnóstica e processual, com o objetivo de compreender como o sujeito conhece e interage com o meio, experiências prévias e necessidades.

Também é na ZDP que a ação do outro é mais transformadora. Portanto, a prática pedagógica pode impulsionar os processos ainda não consolidados, uma vez que a organização da aprendizagem pode favorecer o processo de desenvolvimento. Dessa forma é necessário ter em vista o nível de desenvolvimento real já consolidado para não incorrer em uma aprendizagem limitada, tolhendo do sujeito que aprende a ampliação de seu conhecimento e aprendizagem (VYGOTSKY; LURIA; LEONTIEV, 2006).

Desse ponto de vista, as atividades propostas pelo professor podem ser desenvolvidas em grupo ou em aulas voltadas para o coletivo, desde que pautadas no princípio de atuar na ZDP. As interações sociais em sala de aula — incidam elas sobre alunos-professores e/ou alunos-alunos — são fundamentais, uma vez que as trocas são centrais na promoção do desenvolvimento, cujo vetor é, como pode ser visto na tônica dada à mediação, do social para o individual. (MIRANDA, 2004, p. 15).

O papel do professor é propiciar interações que contribuam para a apropriação de conteúdo, negociando sentidos e significados, provocando a aprendizagem e a aquisição de novos processos psicológicos superiores. Eventualmente, por meio da interação dentro do ambiente sociocultural, as crianças são desenvolvidas sob processos mentais mais sofisticados e eficazes, aos quais Vygotsky (2021) se refere como funções mentais superiores. Cada cultura fornece a seus filhos ferramentas de adaptação intelectual que lhes permitem usar as funções mentais básicas de forma mais eficaz/adaptativa.

Na cultura ocidental as crianças aprendem a fazer anotações para auxiliar a memória, mas nas sociedades pré-alfabetizadas outras estratégias devem ser desenvolvidas, como amarrar nós em um barbante para lembrar, carregar pedras ou repetir os nomes dos ancestrais até que grandes números possam ser repetidos (REY, 2010). Vygotsky, portanto, vê as funções cognitivas, mesmo aquelas realizadas isoladamente, como afetadas pelas crenças, valores e ferramentas de adaptação intelectual da cultura em que uma pessoa se desenvolve e, portanto, sócio-culturalmente determinada. As ferramentas de adaptação intelectual, portanto, variam de cultura para cultura, como no exemplo da memória (REY, 2010).

Vygotsky construiu sua ideia de aprendizagem baseado na tese de que a contribuição mais importante para o desenvolvimento cognitivo individual vem da sociedade. Acreditava que pais, parentes, colegas e a cultura em geral desempenham um papel determinante na formação dos níveis mais elevados de funcionamento intelectual; portanto, o aprendizado humano é em grande parte um processo social (CAZEIRO; LOMÔNACO, 2016).

A mediação é outro conceito importante proposto por Vygotsky, uma vez que toda relação do sujeito com o meio é mediada, seja pelo uso de instrumentos ou signos. Para Vygotsky (2007, p.52) “O signo age como um instrumento da atividade psicológica de maneira análoga ao papel de um instrumento no trabalho”. Enquanto os instrumentos são especificamente humanos e auxiliam na ação do sujeito no ambiente, organizando inclusive o comportamento, os signos são mediadores de natureza psicológica, que auxiliam as tarefas que necessitam de memória, atenção, interpretação.

A mediação tem duas características fundamentais: não é uma transmissão passiva de conteúdos e não ocorre independente do nível de desenvolvimento, ou seja, para beneficiar-se da mediação é preciso que se

leve em consideração o nível de desenvolvimento real, o que reforça a importância de se investigar as aquisições já disponíveis. (MIRANDA, 2004, p. 21).

O processo de mediação ocorre de duas formas: pela influência do contexto sócio histórico por meio dos sujeitos, das atividades organizadas e pelos instrumentos socioculturais utilizados pelo sujeito, ou seja, os instrumentos e os signos. Para Vygotsky (2010), desenvolver a inteligência, tornando-a efetivamente prática e assertiva, depende da reconstrução interna de uma operação externa, e ocorre por meio de uma série de transformações.

De acordo com Molon (2011) toda relação do sujeito com o mundo é mediada, sejam elas epistemológicas ou dialógicas, ou seja, as relações entre pensamento e linguagem são estabelecidas pela mediação do significado.

Desse modo, o sujeito se constitui pela mediação semiótica e por meio do processo de significação, mas essa constituição acontece no confronto eu-outro das relações sociais. Nesse sentido, a subjetividade e o sujeito são compreendidos na realidade social e na vida social, vista esta como, primordialmente histórica. (MOLON, 2011, p. 617).

Em outras palavras, o professor é interventor intencional na relação com o conhecimento, deve fazer para tanto um planejamento de atividades que possam ser coletivas e que permita aos sujeitos que aprendem participação ativa buscando uma aprendizagem efetiva (LUCENA, 2010). Sirgado (2000) diz que por meio de técnicas de motivação os alunos podem desenvolver suas habilidades e potencialidades em diferentes áreas, é importante motivar o aluno por meio da utilização de materiais didáticos.

Conforme Molon (2014), é possível estabelecer que a socialização afeta o comportamento das crianças, onde suas diferentes ações comportamentais levam os alunos a manter um bom relacionamento com seus pares. Rego (2014) assevera que é importante que a criança disponha destes tipos de ferramentas lúdicas, didáticas e interativas, uma vez que são uma forma diferenciada de abordar os temas da aula, bem como aspectos que ajudam a fortalecer suas habilidades sociais.

A aprendizagem, portanto, é um processo benéfico de transformação cognitiva e social que ocorre em um contexto colaborativo, ou seja, se aprende observando e participando com outros indivíduos e por meio de artefatos culturais em atividades direcionadas a um objetivo. Habilidades mentais superiores aparecem primeiro na interação com outras pessoas e/ou artefatos culturais (computadores, dicionários,

etc.). Com o tempo, essas habilidades são internalizadas e o indivíduo já é capaz de operar por conta própria, sem a ajuda de outras pessoas (REY, 2010). Tudo isso é entendido pela interação social que determina formas de comportamento entre indivíduos, grupos sociais, instituições e a comunidade. A interação entre duas ou mais pessoas proporciona que cada indivíduo vá moldando a sua própria personalidade e se preparando para se adaptar à sociedade quando atingir a idade adulta (COSENZA, 2011).

Todos os sistemas sociais de grande escala dependem dos modelos de interação social nos quais se está imerso no desempenho da vida diária. Os seres humanos estabelecem relações com outras pessoas por meio de interações que podem ser classificadas como processos sociais (PALANGANA, 2014).

A ideia é interagir com outras crianças desde muito cedo, valorizando sua capacidade de transmitir confiança para depois adaptar e colocar em prática o que foi feito. Essa interação entre iguais serve como um componente dentro do desenvolvimento para a aquisição de habilidades, atitudes e experiências que, sem dúvida, influenciarão em sua adaptação futura. Isso significa que toda interação é baseada em uma relação de comunicação (COSENZA, 2011).

## **2.2. Ensino Profissional e Tecnológico**

No processo da modernidade a história da educação tem raízes fincadas na formação tecnológica muito em razão da influência do capitalismo. Os avanços científicos, especialmente a tecnologia, criaram produtos com alto nível de experiência, capazes de atender aos mais variados tipos de necessidades demandadas pelo homem (ROMANELLI, 2014). É necessário que haja reconhecimento de que a ciência e a tecnologia só funcionam hoje em razão do investimento em pesquisas disciplinares e no labor de especialistas dedicados. Na perspectiva da formação como um todo, no geral marginalizada, a maior perda foi para os trabalhadores semiqualeificados, que reduziram a sua formação à dimensão técnica básica (DUBAR; 2020).

As primeiras iniciativas sistemáticas de educação profissional no Brasil ocorreram no final do século XVII, com o advento do Ciclo do Ouro em Minas Gerais e com a criação de centros de ensino voltados para o artesanato junto aos arsenais da Marinha do Brasil, com a chegada da Família Real Portuguesa ao Brasil no início

do século XVIII. No início do século XX, o Sr. Nilo Peçanha, Presidente do Estado do Rio de Janeiro, instituiu formalmente o ensino técnico no Brasil em 11 de setembro de 1906, por meio do Decreto nº 787 (GOMES, 2003, p.60). A Constituição brasileira de 1937 (BRASIL, 1937) foi a primeira a tratar especificamente da educação técnica, profissional e industrial, estabelecendo no artigo 129:

A educação pré-profissional e profissional para as classes populares é, na educação, o primeiro dever do Estado. Deve cumprir esse dever, fundando institutos de educação profissional e subsidiando a iniciativa de estados, municípios e pessoas físicas ou associações privadas e profissionais. É dever das indústrias e dos sindicatos econômicos criar, no âmbito de suas escolas de especialidade, para os filhos de seus trabalhadores ou de seus associados. A lei regulará o cumprimento deste dever e competências que caberão ao Estado sobre essas escolas, bem como os auxílios, instalações e subsídios para as mesmas a serem concedidos pelo poder público. (BRASIL, 1937).

Em 1941 um conjunto de leis denominado “Reforma Capanema” remodelou todo o sistema de ensino do Brasil. O governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961) trouxe mudanças importantes para o país. Nesse período, a fabricação de automóveis foi o grande ícone da indústria nacional. As escolas técnicas e industriais locais foram assumidas pelo governo federal e ficaram conhecidas como Escolas Técnicas Federais. Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia se estruturaram a partir de instituições de ensino existentes e atuantes, como os Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFETs), escolas técnicas e agrotécnicas federais, entre outras (ZITZKE; PINTO, 2020).

Em 1996 é aprovada a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB). A LDB (Lei 9394/96) regulamenta em seu Artigo 26 uma Base Nacional Comum para o Ensino Básico. Em 2007, várias escolas técnicas já buscavam o status de CEFETs ou Universidades Tecnológicas (BRASIL, 2007). Nos anos de 1997, 1998 e 2000 surgem os Parâmetros Curriculares Nacionais, que trazem novamente a necessidade de se cumprir uma proposta de um currículo unificado quanto às disciplinas para todas as escolas públicas do país.

Em 2017, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC) foi homologada pelo MEC, tendo na época Mendonça Filho como Ministro da Educação do país. Naquele momento o Conselho Nacional da Educação orientou a implementação da BNCC em todas as escolas brasileiras e, em 2018, a BNCC passou a ser estendida para o ensino médio.

A BNCC, em suma, é uma proposta de trabalho de diversas competências e habilidades que visa prover uma formação integral que sirva realmente como uma base para toda a vida dos estudantes.

A formação integrada sugere tornar íntegro, inteiro, o ser humano dividido pela divisão social do trabalho entre a ação de executar e a ação de pensar, dirigir ou planejar. Trata-se de superar a redução da preparação para o trabalho ao seu aspecto operacional, simplificado, escoimado dos conhecimentos que estão na sua gênese científica tecnológica e na sua apropriação histórico-social. (CIAVATTA, 2005, p.2).

Ramos (2008) discorre que a construção de um ensino médio integral perpassa a formação omnilateral como exigência de superação da vinculação histórica ao mercado de trabalho ou, posteriormente, ao vestibular para então visar uma formação (superior) para o mercado de trabalho; assim, o projeto de ensino médio não estava preocupado com o desenvolvimento do estudante, como sujeito de necessidades e singularidades. No entanto, segundo a autora trabalho e educação são propostas indissociáveis, visto que o trabalho apresenta um duplo sentido: histórico e ontológico, ou seja, parte do sistema social e da práxis humana.

Uma proposta integrada entre educação profissional e educação básica prepara não apenas para a sobrevivência econômica, mas também para inserção social e proposta educacional, articulando a teoria, a prática, o trabalho manual e intelectual, a cultura e um avanço pedagógico e tecnológico (RAMOS, 2008). Isso significa também integrar o currículo educacional e conhecimentos gerais e específicos:

Portanto, ao invés de mantermos a separação entre geral e específico, de ficarmos vinculados aos guias curriculares e/ou livros didáticos – que, no máximo, podem nos servir como apoio – vinculemos os conhecimentos [...] ao estudo e à compreensão de fenômenos reais. Ora, nenhum conhecimento geral se sustenta se não se compreende a sua força produtiva; isto é, com aquele conhecimento o que se pode fazer, o que se pode compreender. (RAMOS, 2008, p. 15).

Nesse contexto, um grande desafio consiste em desenvolver o ensino e as atividades pedagógicas com base nessas competências e habilidades, abandonando o foco exclusivo no acúmulo de conteúdo, na resolução de exames e nas práticas costumeiras da maioria das escolas e “respeitar as diferenças entre os alunos é uma tarefa que exige, sobretudo, sensibilidade, humanidade e cooperação entre os professores” (NOGARO; GRANELLA, 2004, p.11).

A formação integrada nos currículos do ensino médio integrado ao ensino técnico precisa trabalhar as 10 competências definidas na BNCC que são: conhecimento; pensamento científico, crítico e criativo; repertório cultural comunicação; cultura digital; trabalho e projeto de vida; argumentação; autoconhecimento e autocuidado; empatia e cooperação; responsabilidade e cidadania. A Base Nacional Comum Curricular (BNCC) se desdobra em competências e habilidades que os alunos devem desenvolver ao longo da Educação Básica (NOGARO; GRANELLA, 2004). A BNCC apresenta em seu escopo práticas e métodos que se aplicam também as práticas e competências empreendedoras, que se complementam e auxiliam o desenvolvimento das competências voltadas para os desafios e exigências da atualidade, fomentando o pensamento cidadão autônomo, crítico e responsável.

Conforme Ramos (2008), no cenário pedagógico da década de 1990 foram criados os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), um documento de orientação para o professor na forma de trabalhar os conteúdos de cada disciplina.

Na base da construção de um projeto unitário de ensino médio que, conquanto reconheça e valoriza o diverso, supera a dualidade histórica entre formação básica e formação profissional, deve estar, portanto, a compreensão do trabalho no seu duplo sentido: a) ontológico, como práxis humana e, então, como a forma pela qual o homem produz sua própria existência na relação com a natureza e com os outros homens e, assim, produz conhecimentos; b) histórico, que no sistema capitalista se transforma em trabalho assalariado ou fator econômico, forma específica da produção da existência humana sob o capitalismo; portanto, como categoria econômica e práxis diretamente produtiva. (RAMOS, 2008, p.8).

De acordo com o Ministério da Educação, por meio da publicação do Centenário da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica;

A atual Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica no Brasil está alicerçada em uma história de 100 anos de construção, cujas atividades iniciais foram o instrumento de uma política voltada para as "classes carentes" e hoje é uma importante estrutura para o efetivo acesso de todas as realizações científicas e tecnológicas. (BRASIL, 2009, p.7).

Na atual fase de desenvolvimento das forças produtivas, ancoradas na ciência e na tecnologia, as escolas tornaram-se "essenciais" para a sociabilidade humana. Justamente por isso seu caráter de classe se acentua. Isso porque "a necessidade de valorização do capital, com base na propriedade privada dos meios de produção" (KUENZER, 2011, p. 86) exige uma divisão "entre trabalho intelectual e manual como estratégia de subordinação, considerando a valorização do capital".

Com a dificuldade que a produção demandava no período da Revolução Industrial, como também a intensa conexão entre as mais variadas culturas, o método de educação omnilateral ganhou mais importância em relação aos demais caminhos formativos brindados pela educação (GUIMARÃES, 2019). O destaque da instituição escolar como centro de ensino, muito característico da sociedade contemporânea, suscita questionamentos sobre o tipo de formação proporcionada e se esta é coerente com as exigências históricas, sociais e culturais que reivindicam um indivíduo capaz de produzir bens materiais e culturais de forma criativa e com alto grau de especialidade (GALLO, 2013).

O investimento na disciplina unilateral tem como retorno a constituição de cidadãos com sérias falhas em sua formação, não apenas sob a ótica de sua capacidade para a atividade laboral, mas também em outras realidades da vida: o entendimento sobre si mesmo, sobre os outros e sobre o mundo. Por isso, é importante pensar em como o conceito de omnilateralidade pode influenciar a educação, compreendendo ser uma modalidade de formação capaz de alterar este cenário (DAVID, 2015).

O conceito de formação omnilateral implica preservar a visão disciplinar, mas também a interdisciplinar. A perspectiva interdisciplinar coloca a visão disciplinar em todas as outras disciplinas e áreas do conhecimento em uma relação dialógica e integrada que facilita aos indivíduos uma melhor compreensão das coisas. Na interdisciplinaridade, a disciplina não é negada nem dissolvida, mas não se torna absoluta (FONTE, 2020).

A perspectiva da formação omnilateral se configura prioritariamente no currículo que, por sua vez, se pauta pela definição do papel social da escola na formação do indivíduo. Nesse sentido, as seleções de conteúdo, metodologias e estratégias de ensino devem estar relacionadas entre as dimensões disciplinar, interdisciplinar e transdisciplinar. Essas dimensões se manifestam socialmente nas formas de organização da vida e de sua produção material e intelectual. Os fenômenos são percebidos pelo indivíduo como elementos de um todo interconectado, nunca sozinho. Os fatos da realidade revelam-se a ele de forma transdisciplinar e, em muitos casos, de forma caótica. Estabelecer conexões entre os fatos e compreender o orgânico do todo é o desafio que se coloca ao homem que busca reconhecer seu lugar como indivíduo histórico (SILVA, 2015).

A realidade vivida no sistema de ensino esbarra na resistência dos professores em quererem adotar o modo de formação omnilateral como elemento central de seu trabalho, articulando o conteúdo curricular e a realidade. Essa resistência não é aleatória, mas produzida à medida que diferentes fatores constituem suas concepções, desde sua formação inicial, passando por sua inserção nos sistemas de ensino e passando por avaliações externas, que têm reduzido cada vez mais a autonomia do professor e o condicionado a uma ação não crítica (KRAWCZYK, 2014). A formação inicial que os futuros professores recebem nas instituições de ensino superior é, em sua maioria, marcadamente unilateral. Os currículos são organizados por disciplinas e os projetos políticos pedagógicos não os articulam. Então, ao terminar a graduação, o único formato educacional que eles vivenciaram foi o unilateral (ANA, 2014).

Fonte (2020) defende que para o enriquecimento de propostas de currículos e metodologias de formação de professores, os objetivos de aprendizagem que se esperam dos alunos devem ser, antes, metas de formação de professores. Porém, enquanto esse assunto não é considerado nas instituições de ensino superior, tem-se uma situação complicada, pois enquanto os professores se formam nesses moldes, ao ingressarem na rotina escolar se veem obrigados a cumprir determinações pré-estabelecidas nas escolas, principalmente em relação à avaliação externa, uma vez que não se pode optar por participar ou não participar. Nesse contexto, existem questões complexas que vão além da prática pedagógica dos professores e de sua intencionalidade.

A formação unilateral é definida como um ensino centrado no professor para turmas de alunos que são apenas os receptores das informações. As escolas de formação unilateral geralmente enfatizam as práticas educacionais básicas e esperam o domínio do aprendizado acadêmico nas principais disciplinas de matemática, leitura, redação, ciências e estudos sociais (BOAS, 2004).

Ao contrário do modelo omnilateral, a formação unilateral significa que os padrões aprovados pela instituição em todas as áreas curriculares serão contemplados. Embora esses padrões possam variar de realidade a realidade, eles geralmente são consistentes e a adoção desses padrões educacionais significa que os pais podem ter certeza de que seus filhos serão expostos ao que os outros alunos estão aprendendo, e que por sua vez são robotizados pela filosofia da instituição, que

agrega valores encaixotados em um formato retrógrado de transmissão do conhecimento (BOAS, 2004).

Conforme Santos (2019), a formação unilateral se manifesta a partir da divisão inicial em classes sociais opostas, onde diferentes métodos de aquisição e interpretação reais são desenvolvidos; é ainda manifestada pelo desenvolvimento de indivíduos em direções específicas, apontando a um desenvolvimento quase exclusivo no plano intelectual e social, pela internalização dos valores capitalistas relacionados com a competitividade, a individualidade, o egoísmo e a falta de empatia.

Mas, acima de tudo, a unilateralidade, por sua submissão à sociedade como um todo, se manifesta dentro dos vários limites da dinâmica do metabolismo sociológico de capital. Analisa-se a criação de uma formação para o trabalho humano alienado e sua contribuição parte da definição de um fundamento social sobre o qual a integridade humana é imposta de uma maneira, ao invés de ser conquistada a partir do diálogo mútuo. Esta verdade fundamental da formação que tem base no unilateralismo, segundo um plano acima de todas as necessidades humanas, está sujeita a compulsões não determinadas pelas pessoas envolvidas na dinâmica da vida social. A dinâmica da vida social é determinada pelo movimento de valorização do capital, que sujeita os indivíduos em geral aos agentes de sua vontade (LIBÂNEO, 2018).

Um ser humano formado omnilateralmente conhece, prioriza, ama, se amplia, explora, se imerge em ampla abertura e disponibilidade para conhecer como as coisas são, as pessoas, enfim, a realidade. A multiplicidade do ser humano não se define pela prosperidade de quem a preenche, mas pela riqueza daquilo que lhe falta e precisa ser criado (ABREU, 2021). Diante desses aspectos, tem-se preocupado em propor as ações formativas citadas para que o ensino e seus conteúdos sejam adequados à atualidade, que prepara pessoas para enxergar o mundo desde uma perspectiva crítica, respeitando as opiniões, mas apresentando também as próprias, tanto para professores quanto para alunos, fruto da atuação omnilateral pelo qual é possível compreender as condições sociais em que se vive.

Neste sentido, Zabala (1998) contribui com a posição do professor nos dias de hoje, principalmente quando enfatiza as características de um bom profissional, que seriam: buscar competência no seu trabalho, analisar a sua prática profissional e interpretar suas ações no ambiente de ensino-aprendizagem. Note o que diz o autor

sobre os quatro pilares da educação, que enfatizam os três tipos de conteúdo: conceituais, procedimentais e atitudinais que formam um alicerce para a construção de novos documentos. Assim,

**Aprender a conhecer** – É necessário tornar prazeroso o ato de compreender, descobrir, construir e reconstruir o conhecimento para que não seja efêmero, para que se mantenha ao longo do tempo e para que valorize a curiosidade, a autonomia e a atenção permanentemente. **Aprender a fazer** – Não basta preparar-se com cuidados para inserir-se no setor do trabalho. A rápida evolução por que passam as profissões pede que o indivíduo esteja apto a enfrentar novas situações de emprego e a trabalhar em equipe, desenvolvendo espírito cooperativo e de humildade na reelaboração conceitual e nas trocas, valores necessários ao trabalho coletivo. **Aprender a conviver** – No mundo atual, este é um importantíssimo aprendizado por ser valorizado quem aprende a viver com os outros, a compreendê-los, a desenvolver a percepção de interdependência, a administrar conflitos, a participar de projetos comuns, a ter prazer no esforço comum. **Aprender a ser** – É importante desenvolver sensibilidade, sentido ético e estético, responsabilidade pessoal, pensamento autônomo e crítico, imaginação, criatividade, iniciativa e crescimento integral da pessoa em relação à inteligência. A aprendizagem precisa ser integral, não negligenciando nenhuma das potencialidades de cada indivíduo. (DELORS *apud* ZABALA, 1998, p.91, grifos do autor).

A BNCC, por exemplo, é um documento e um marco histórico para a educação nacional. Nele foram discutidos alguns conceitos e reflexões em torno dos pilares da educação propostos pela UNESCO e a tipologia dos conteúdos e objetivos de ensino apresentados por Zabala (1998), em seus estudos a partir de Jacques Delors para a formação do cidadão, para que possa entender a relação com o ensino médio integrado e a formação do sujeito. Os conteúdos na escola e suas classificações conceituais, procedimentais e atitudinais, demonstram a função social do ensino e sua relação com os tipos fundamentais de aprendizagem, juntamente com as experiências vivenciadas pelos alunos em sua realidade. As características dos conteúdos são conceituadas para a construção de uma aprendizagem de forma mais global e que preconizem as dimensões do ser humano.

Percebe-se que esse aprendizado é tanto para aluno quanto para o professor. Todos esses pilares da educação devem ser o foco das instituições de ensino integrado. A transdisciplinaridade exige também uma postura de democracia cognitiva (todos os saberes são igualmente importantes), superando o preconceito introduzido pela hierarquização dos saberes (SANTOS, 2008). E a “interdisciplinaridade na formação profissional requer competências relativas às formas de intervenção solicitadas e as condições que concorrerem ao seu melhor exercício” (FAZENDA, 2008, p.7).

### 2.3. Empreendedorismo

O empreendedorismo é um tema que tem ganhado maior relevância na atualidade. Com a pandemia da Covid-19<sup>3</sup>, em que muitas pessoas se viram desempregadas, e tantas outras tiveram sua carga horária presencial reduzida ao máximo, acompanhada de reajuste salarial, ou ainda empresas se viram fechando suas portas, o Brasil foi um dos países que bateu recordes no aumento do número de novos empreendedores. As necessidades impostas pelo novo contexto de crise sanitária e econômica levaram a 10,9 milhões de novos registrados como microempreendedores individuais (MEIs) só no ano de 2020 (VILELA, 2020).

Etimologicamente a palavra empreendedorismo vem do latim *imprehendere*, cujo correspondente é “empreender”, de origem portuguesa e datado do século XV (BAGGIO; BAGGIO, 2014). Com relação ao conceito de empreendedorismo, de um modo geral esse aparece ligado a três elementos básicos: transformação, inovação e oportunidade. O empreendedorismo é um movimento que envolve a criação de algo novo e de valor (DORNELAS, 2008). Baggio e Baggio (2014, p. 26) definem empreendedorismo “como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação”. Os indivíduos se voltam para a sua capacidade criadora e intuitiva a fim de explorar todas as potencialidades de suas ideias e experiências. Trata-se do acordar dos sujeitos para a sua própria realidade, aproveitando-se das melhores oportunidades que ela oferece para o desenvolvimento pessoal e coletivo. Ademais:

Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p. 26).

Dito de outra forma, pode-se afirmar que o empreendedorismo envolve um conjunto de comportamentos inovadores dirigidos para a aquisição de bens e geração de riquezas. “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita

---

<sup>3</sup> Em 30 de janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou surto do coronavírus (SARV-Cov-2), similar a uma gripe, porém considerada grave e letal, também conhecido como COVID-19, constituindo uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII). Em 11 de março do mesmo ano foi caracterizada pela OMS a pandemia, doença de consequência mundial (OPAS, [s.d.], *online*).

implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso” (DORNELAS, 2008, p. 22). Ainda segundo o autor, no Brasil o conceito passou a ser mais amplamente apregoadado a partir do final dos anos 1990.

O empreendedorismo é visto como um campo de muita importância para o desenvolvimento econômico da sociedade. Segundo Joseph Schumpeter, conhecido como um dos pioneiros nos estudos sobre o assunto (ALMEIDA; CORDEIRO; SILVA, 2018), o empreendedorismo é um movimento de “destruição criativa”, na medida em que as ações praticadas nesse campo resultam na destruição de valores e produtos ultrapassados, além antigos hábitos, comportamentos e conceitos que já não condizem com as necessidades concretas (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

A esse respeito, como observou Schumpeter (1997), a atividade econômica pode ser desencadeada por diferentes motivações, sejam elas psicológicas, socioeconômicas ou até mesmo espirituais, mas todas levam à satisfação das necessidades. O empreendedor é aquele também que molda as necessidades do consumidor, na medida em que cria novos produtos e mercados, levando os consumidores a substituir antigos padrões e modelos de consumo por novos:

é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daquelas que tinham o hábito de usar. (SCHUMPETER, 1997, p. 76).

Dessa forma, o empreendedor atua no processo de mudança econômica, sendo a inovação o elemento chave para o desenvolvimento do agir econômico. Da capacidade de empreender depende o próprio funcionamento do sistema, de modo que, conforme enfatizam Baggio e Baggio (2014, p. 25), “não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores”.

Almeida, Cordeiro e Silva (2018) identificaram três abordagens para o empreendedorismo. A primeira delas foi a comportamental, posteriormente surgiu a gerencial e por último a econômica. Sobre a abordagem comportamental, destacam que essa traz como foco principal os aspectos sociais ligados a ela como a educação, os níveis de formação e instrução, bem como a família. Já na abordagem gerencial o empreendedor aparece como um facilitador nos processos de mediação organizacional. A abordagem econômica, por sua vez, é enfatizada por esses estudiosos como aquela em que o empreendedor aparece como elemento central no

capitalismo, voltado para a lucratividade, a produção de riqueza e à diversificação dos mercados.

De acordo com Sentanin e Barboza (2005), a abordagem em voga no momento é denominada de era do empreendedorismo e se refere ao empreendedor que investe esforços no sentido de destituir as barreiras comerciais e socioculturais, diminuindo distâncias, buscando criar novas relações de trabalho e de empregabilidade, superando antigos modelos econômicos e produzindo riqueza para a sociedade.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o conceito de empreendedorismo é “pluralístico”, conforme resumem Almeida, Cordeiro e Silva (2018), isto é, depende muito do viés de que cada autor busca seguir, da corrente teórica a qual está associado, assim como da sua área de atuação, como por exemplo, economia, história, psicologia, sociologia, dentre outras.

Dessas análises é possível identificar que as discussões sobre empreendedorismo não se limitam apenas às relações de mercado propriamente dito, mas situam-se também nas relações sociais, no trato da vida coletiva e cotidiana. Em consonância, compreende-se que o empreendedorismo, na prática, refere-se a um conjunto de atitudes inovadoras por meio das quais se torna possível causar alterações na ordem econômica.

### 2.3.1. Técnicas e competências do empreendedor

Existem muitas conceituações para o empreendedor, mas de um modo geral essas definições não se distanciam das premissas básicas do empreendedorismo, relativas à inovação, à introdução de novos produtos, serviços e mercadorias (DORNELAS, 2008). De acordo com Chiavenato (2007), o termo “empreendedor” pode ter relação com o termo francês *entrepreneur*, que significa aquele que assume o risco ou aquele que começa algo novo.

O espírito empreendedor, por sua vez, está em todos aqueles indivíduos que de alguma forma se propõem a assumir riscos e responsabilidades, buscando inovar constantemente. O empreendedor é quem identifica as oportunidades e tem iniciativa para alavancar um projeto inovador (CHIAVENATO, 2007).

Dessa forma, há de se ressaltar que o empreendedor não é apenas aquele que abre uma empresa, mas quem busca inovar em suas atividades profissionais, seja ele o dono do seu próprio negócio ou até mesmo o funcionário que ousa inovar dentro

de uma organização, gerando o surgimento de novos valores, projetos e comportamentos naquele espaço (SENTANIN; BARBOZA, 2005).

Nesse sentido, embora os termos empreendedorismo e empreendedor sejam constantemente associados ao corporativismo, existem outros conceitos que ampliam essa noção. Dornelas (2008) identificou oito tipos de definições possíveis para o empreendedor, que são elas: empreendedor nato, empreendedor que aprende, empreendedor serial, empreendedor corporativo, empreendedor social, empreendedor por necessidade, empreendedor herdeiro e o empreendedor normal/planejado.

Para Chiavenato (2007) o empreendedor identifica as oportunidades e precisa ser muito rápido para aproveitá-las. Dornelas (2008) ressalta também a curiosidade atenta às informações. Em síntese, o empreendedor identifica oportunidades e, a partir disso, cria estratégias assertivas e calculadas, fazendo com que as coisas de fato aconteçam. São três as características básicas que o identificam: necessidade de realização; disposição para assumir riscos calculados, cujos resultados não escapem do seu controle; e autoconfiança (CHIAVENATO; 2007). Não se pode esquecer também a iniciativa e a paixão pelo que faz (DORNELAS, 2008).

Em sentido semelhante, Sentanin e Barboza (2005) advogam que o empreendedor propriamente dito é aquele sujeito que antes de tudo ama o que se propõe a fazer, demonstra ter energia para tocar seus negócios, acredita no potencial de seu empreendimento, tem jogo de cintura, se mostra comunicativo, interagindo em equipe, conhece muito bem o seu próprio projeto e busca conhecer o mercado no qual se situa a sua atividade econômica.

Para esses estudiosos o empreendedor é um indivíduo diferenciado, pois é estimulado por paixões particulares, busca o reconhecimento profissional e o retorno material, deseja ser um exemplo a ser seguido e deixar um legado na sociedade. Ainda com relação às características desse profissional, citam também a iniciativa para investir em novos empreendimentos, a capacidade de se utilizar das oportunidades e dos recursos disponíveis criativamente, de maneira a modificar o ambiente social e econômico em que se acha inserido, a disposição para assumir riscos moderados e calcular as possibilidades de seu empreendimento não vigorar. (SENTANIN; BARBOZA, 2005).

Baggio e Baggio (2014) destacam ainda que o bom empreendedor se mostra constantemente preocupado em gerir da melhor forma os seus recursos, atentando-

se aos “conceitos de eficiência e eficácia”. Não é quem necessariamente gera a mudança, mas quem se apropria das oportunidades criadas pelas mudanças em contextos diferenciados. “Isso define empreendedor e empreendedorismo: o empreendedor busca a mudança, e responde e explora a mudança como uma oportunidade” (BAGGIO; BAGGIO, 2014, p.26).

### 2.3.2. Do ensino à aplicação prática: a construção da educação empreendedora

Uma primeira questão que será retomada neste tópico é se existe de fato a possibilidade de se ensinar empreendedorismo. Ao tentar respondê-la, Dornelas (2008) explica que há anos se pensava no empreendedor como aquele indivíduo possuidor de características inatas, que já nascia com certo diferencial para o empreendedorismo. Hoje em dia acredita-se que a capacidade empreendedora pode e deve ser ensinada nas instituições de ensino de nível básico, técnico e superior (SILVA; PENA, 2017).

Na ótica de Dornelas (2008), ainda que alguns empreendedores de sucesso possam apresentar traços inatos à sua personalidade, existem outros indivíduos que podem desenvolver por meio do ensino e da aprendizagem tais características para os negócios. Para esse autor, fatores internos e externos influenciam no processo de empreender, sendo fundamental capacitar, ampliar e aprimorar a visão do cidadão para a atividade empreendedora.

O mesmo indivíduo pode ter uma capacidade criadora muito bem desenvolvida e ideias maravilhosas e inovadoras para os seus empreendimentos, mas não conseguir avaliar de maneira correta outros fatores importantes para o sucesso ou fracasso de seus investimentos. Esses elementos podem ser, por exemplo, a competitividade de mercado ou a demanda e o potencial dos consumidores (JÚNIOR et al., 2006). Por outro lado, existem também aquelas características consideradas inviáveis de serem ensinadas, tais como a criatividade e a capacidade de decisão (SILVA; PENA, 2017).

Chiavenato (2007) destaca que muitos pequenos negócios acabam perdendo sua vitalidade e fechando suas portas antes mesmo de decolarem. Quase sempre os motivos que levam isso a acontecer não estão necessariamente ligados ao mercado, tampouco ao produto vendido, mas está na forma improvisada com que tais empreendimentos são planejados, executados e administrados.

Em consonância, Júnior et al. (2006) afirmam que muitos empreendedores, embora considerem essencial a construção de um plano de negócio, acabam deixando a desejar na fase de colocar em prática o seu planejamento, de modo que em quase 70% dos casos de fechamento dessas empresas as causas possuam origem gerencial. Os mesmos autores ressaltam, ainda, que as universidades brasileiras, de uma maneira geral, ainda sofrem de deficiências em suas propostas e metodologias de ensino, pouco criativas e conectadas com a realidade e às necessidades práticas do mercado de trabalho.

Com relação aos primeiros cursos de empreendedorismo no Brasil, esses pesquisadores informam, ainda, que a primeira disciplina surgiu em 1981, organizada pela Escola Superior de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo (EAESP/FGV). Posteriormente a isso, no ano de 1995, a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) integrou três disciplinas de ensino de empreendedorismo na grade curricular do Curso de Administração, sendo elas: “Criação e desenvolvimento de novas empresas”, “Administração frente a novos cenários mundiais” e “Empreendimentos e modelos de negociação” (JÚNIOR et al., 2006).

Com o passar do tempo o ensino de empreendedorismo, antes tido apenas como uma subárea da Administração, passou a ganhar terreno e hoje consiste em um campo específico do conhecimento. Educação empreendedora pode ser definida como o “programa ou processo pedagógico com o intuito de desenvolver habilidades e atitudes empreendedoras que priorizam a integração entre estudantes, de modo a desenvolver atividades práticas e análise de casos reais” (SILVA; PENA, 2017, p. 379).

De acordo com Souza (2012), nos últimos anos, esforços têm sido investidos no sentido de incorporar o empreendedorismo às escolas de educação básica nas redes pública e privada. Um exemplo dessa iniciativa é a rede pública estadual de Minas Gerais, que a partir de 2008 passou a integrar o empreendedorismo em sua grade curricular de ensino. A esse respeito a autora explica que o projeto tem parceria com o Sebrae e está associado ao programa mais amplo “jovem empreendedor: primeiros passos”. De lá para cá outros estados brasileiros, como Rio de Janeiro e São Paulo, também têm adotado essa mesma iniciativa. A referida autora lista demais experiências:

Colégio Renovação, situado na zona sul da capital paulista, e da Escola Internacional de Alphaville, também de São Paulo [...] O grupo Pitágoras implantou, no segundo ciclo do ensino fundamental, uma disciplina chamada “Ética e Empreendedorismo” e o Colégio Anglo-Americano, integrante do grupo educacional Anglo-Americano, tem como lema a expressão “Formando empreendedores” [...] Já tramitaram, no governo federal brasileiro, duas indicações dos deputados João Bittar e Luiz Carlos Hauly, para que o empreendedorismo torne-se disciplina obrigatória do currículo do ensino fundamental, do ensino médio, da educação profissional e da educação superior no País. [...] Fernando Dolabela, consultor e autor de vários livros sobre a temática em questão, criou e desenvolve projetos de fomento do empreendedorismo em escolas, sendo um deles denominado “oficina do empreendedor” e outro, “pedagogia empreendedora” (SOUZA, 2012, p. 81-82).

Ainda com relação às políticas públicas voltadas para o ensino de empreendedorismo nas escolas, destaca-se também o Projeto Despertar – Educação empreendedora, lançado em março de 2003 pela SEBRAE/RN em parceria com a SECD/RN com o objetivo de alcançar os jovens das escolas públicas. De acordo com Liberato (2007), de 2003 a 2005 104 instituições escolares daquele estado foram contempladas com o projeto. Entre as ações promovidas esteve a Feira Jovem Empreendedor, realizada no final de curso, na qual os estudantes apresentavam suas empresas, oriundas dos planos de negócio elaborados durante a disciplina. O projeto rendeu resultados palpáveis:

Após buscar informações sobre a culinária japonesa e as suas técnicas de preparo, adquiridas através da compra de livros e revistas especializadas, com pequenas economias. Assim, o jovem apresentou durante a Feira do Jovem Empreendedor, realizada pelo SEBRAE/RN, a Nippon Brasil, especializada em sushis e comidas japonesas. Era o seu plano de negócio transformado em realidade! [...] O que era apenas um projeto de final de curso transformou-se rapidamente, para Walter, em um empreendimento de verdade. O negócio mostrou-se viável (hoje produz mais de 150 sushis e kan-makis por dia), garantindo também um bom retorno financeiro para o jovem, que pediu demissão do emprego que tinha, em outro restaurante da cidade, para dedicar-se exclusivamente ao seu empreendimento (LIBERATO, 2007, p. 5).

É notável que já existe no país uma mobilização para integrar o empreendedorismo dentro da educação básica. Apesar disso, Santos (2014) observa que muitas escolas se mostram resistentes às novas tendências da atualidade e apegadas às atividades ligadas ao conteúdo pedagógico obrigatório.

Sob outra perspectiva, Nóbrega (2019, p. 136), em sua pesquisa sobre “dispositivos pedagógicos emergentes da inserção do empreendedorismo no currículo obrigatório do Ensino Médio das escolas públicas estaduais de Pernambuco”, constatou que a inserção de disciplinas relativas ao ensino de

Empreendedorismo nas escolas “não foi acompanhada da contratação de docentes com formação em Empreendedorismo ou áreas correlatas, como Administração ou *Marketing*”.

Ainda conforme sugere a autora, as disciplinas relativas ao empreendedorismo ficam a cargo de professores cuja carga-horária precisa ser complementada, sem critério algum de qualificação profissional específica para atuar na área. Muitos docentes acabam se apegando apenas às diretrizes presentes nos currículos, além de recorrerem a outros colegas que já tenham ministrado a disciplina em busca de materiais pertinentes à matéria (NÓBREGA, 2019).

Diante disso, esses profissionais se esbarram em inúmeras dificuldades, demonstrando desconhecimento acerca do conteúdo programático. Outros ainda buscam formação pedagógica externa, participando de curso extracurricular cujas atividades são direcionadas especificamente à educação empreendedora (NÓBREGA, 2019).

Em relação às práticas pedagógicas existe uma série de recursos que podem ser operados nas escolas com o intuito de incentivar os estudantes na educação empreendedora. Nóbrega (2019) é quem novamente nos ilumina essa questão. De acordo com ela, durante as aulas que observou em sua pesquisa os professores buscavam em grande medida explorar os aspectos ligados ao perfil do empreendedor, “desenhando o enquadramento ético” ao qual os alunos deveriam corresponder para ser o que consideravam um empreendedor de sucesso. Na visão desses docentes, o exercício de planejamento de um empreendimento perpassa diretamente pela construção da identidade dos alunos.

Entre as atividades utilizadas nesse sentido, Nóbrega (2019) relatou a construção em grupo de um plano de negócios e a utilização da matriz SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* que traduzido para o português tem-se a sigla FOFA, que significa Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, uma ferramenta incorporada para auto avaliação. Nela, os alunos preenchem sobre os pontos fortes e fracos relativos às suas características individuais e são confrontados a identificar os aspectos de sua personalidade que são favoráveis à capacidade empreendedora. Tais recursos se mostram de grande relevância na medida em que permitem aos alunos refletirem sobre suas singularidades e identificarem também o que precisa ser trabalhado para que possam desenvolver as características pertinentes ao perfil empreendedor. Sob o ponto de vista da educação

empreendedora no ensino fundamental, Meneses (2020) sugere atividades práticas, que, na sua visão, constituem alternativas relevantes para o primeiro contato dos alunos com as temáticas do empreendedorismo.

Além disso, considera também as oficinas em grupo e os projetos reais como alternativas viáveis para que os estudantes adentrem a esse universo e percebam que ele pode não estar tão distante de suas realidades. “O ensino do empreendedorismo associado ao uso de técnicas lúdicas, como *workshops* e dinâmicas de grupo facilitam o processo de aprendizagem e promovem uma experiência prática, permitindo protagonizarem suas ideias” (MENESES, 2020, p. 55).

Outros mecanismos apresentados pelo autor são os jogos, como denomina “Soluções empreendedoras”, que “ao abordar as 4 fases do processo empreendedor, apresenta de forma lúdica, por meio de personagens e problemas, decisões que os empreendedores têm que tomar” (MENESES, 2020, p. 56), e os quadrinhos para aplicar os assuntos de conteúdo mais teórico de maneira lúdica e atraente.

Também com relação às práticas pedagógicas em empreendedorismo nas escolas, Geraldino (2015) afirma que a despeito dos avanços, o ensino de empreendedorismo no Brasil ainda está bastante focado nas universidades, o que constitui um entrave ao desenvolvimento de metodologias para a educação empreendedora nas escolas. Meneses (2020), por sua vez, chama-nos a atenção ao desafio da capacitação dos professores da rede básica, para que esses se achem aptos a identificar as oportunidades e possam, dessa forma, incentivar os alunos por meio de suas metodologias e práticas pedagógicas.

### 2.3.3. Ensino de empreendedorismo na EPT e nas IES

No âmbito da Educação Profissional e Tecnológica (EPT) foi instituída a Lei n. 11.892/2008, de 29 de dezembro de 2008, responsável por criar os Institutos Federais de Educação (IF). Entre as finalidades dos IF, o artigo sexto estabelece: “VIII - realizar e estimular a pesquisa aplicada, a produção cultural, o empreendedorismo, o cooperativismo e o desenvolvimento científico e tecnológico” (BRASIL, 2008).

A esse respeito, Peroni e Junior (2019) explicam que o ensino do empreendedorismo ainda é muito criticado por conta do seu viés visando apenas os interesses de mercado. Muitos autores defendem que a formação profissional contrapõe uma educação plena, reduzindo o ensino a técnicas e treinamentos

operacionais. Porém, do outro lado da arena política, há quem defenda que o foco da educação empreendedora não deve ser o mercado ou a formação empresarial, mas sim o indivíduo e o desenvolvimento do seu potencial.

Para estimular o desenvolvimento das competências empreendedoras, a aprendizagem ativa – o aprender fazendo – torna-se condição primordial. Dessa forma, a aprendizagem experiencial, a aprendizagem cooperativa e a aprendizagem centrada em problemas tornam-se fundamentais para expor os alunos a situações de vida real, que lhes possibilitem pensar de uma forma diferente, buscando alternativas, ou seja, aprendendo com a experiência e o processo. (PERONI; JUNIOR, 2019, p. 77).

Ainda conforme os autores supracitados, na EPT a educação empreendedora exige a construção de novos espaços de aprendizagem e propostas pedagógicas que valorizem e estimulem os alunos a desenvolverem o autoconhecimento, o autocontrole, a iniciativa, o olhar crítico e aguçado e o pensamento empreendedor (PERONI; JUNIOR, 2019).

Quanto às práticas pedagógicas na perspectiva de uma abordagem significativa do empreendedorismo na EPT os estudos de Teodoro, Neves e Marcusso (2021) corroboram para a construção de um repertório de procedimentos capazes de orientar os alunos a uma aprendizagem qualitativa e mobilizadora. Os autores elencaram os principais elementos para uma proposta de organização do ensino de empreendedorismo, os quais destacam:

i) Estudos de casos. ii) Contato com empreendedores de sucesso. iii) Envolvimento com a comunidade. iv) Atividades práticas e significativas. v) Organização e linguagem atraente para o público jovem. vi) Adequado a um público que estuda e trabalha. vii) Propostas que não demandem excessivamente do tempo livre do público-alvo. viii) Atividades que permitam a troca de experiências sobre o tema. ix) Propagar as iniciativas e os projetos da escola em relação ao empreendedorismo. x) Dar ao empreendedorismo uma dimensão prática, descomplicada e desmistificada. xi) Motivar o público-alvo a buscar novos conhecimentos sobre o tema empreendedorismo. xii) Indicar um caminho para que o tema seja explorado fora do ambiente escolar. (TEODORO; NEVES, MARCUSSO, 2021, p. 15).

Tais elaborações permitem observar a gama de dispositivos pedagógicos que podem ser executados em relação ao Ensino Profissional Técnico. Sobre o assunto, Almeida (2019) advoga que o empreendedorismo na EPT não pode ser uma disciplina de final de curso, mas deve perpassar toda a formação do aluno, por meio da interdisciplinaridade. “Empreendedorismo na educação é um tema transversal, portanto, pode ser trabalhado em qualquer e em todas as disciplinas do currículo”. (ALMEIDA, 2019, p. 74). Porém, quando aparece nos currículos, o

empreendedorismo tem sido tratado como um conhecimento isolado, que pouco dialoga com demais disciplinas.

Conforme Schaefer e Minello (2016), as universidades ainda operam em uma lógica de formar os alunos para ocuparem cargos dentro das empresas e não para serem empreendedores do seu próprio negócio. De modo semelhante, os estudiosos Almeida, Cordeiro e Silva (2018, p. 114) afirmam que enquanto “a cultura empreendedora estadunidense entende que os erros e acertos fazem parte da carreira”, no Brasil resiste ainda a cultura de incentivar o cidadão para buscar sua aprovação em concurso público e, dessa forma, dedicar sua vida ao mesmo cargo durante longos anos.

Em relação ao conteúdo, as universidades que integram o empreendedorismo em suas grades curriculares assim o fazem em grande medida com foco nas áreas tecnológicas e de administração de empresas, negligenciando assim a interdisciplinaridade com demais campos do conhecimento, como a psicologia, a sociologia, a educação, etc. (SCHAEFER; MINELLO, 2016).

Outros estudos publicados revelam também que:

54% das matérias de empreendedorismo nas universidades visam apenas a inspirar o aluno a aprender. Outros assuntos, mais práticos, não recebem a mesma atenção: 3% falam de franquias, e 7%, de gestão de pequenos negócios. (SEBRAE, [s.d], online).

A respeito do assunto, Almeida, Cordeiro e Silva (2018, p. 115) advogam que o ensino de empreendedorismo dentro das universidades “requer atividades práticas e conhecimento sobre os setores da organização, a fim da tomada de decisões ágeis na construção de empreendimentos sólidos”.

Com relação às práticas didático-pedagógicas, Silva e Pena (2017) destacam que ainda persistem nos bancos universitários um modelo de ensino passivo e pouco dinâmico, bastante restrito a práticas convencionais, com aulas expositivas, centradas na figura do professor e pautadas na mera transmissão do conhecimento e reprodução de ideias. Assim, Almeida, Cordeiro e Silva (2018) advogam ser necessária a construção de práticas pedagógicas ativas com intuito de estimular o espírito empreendedor dos estudantes.

Tanto as práticas passivas, como as aulas expositivas, quanto as práticas ativas devem ser amplamente trabalhadas nas disciplinas relativas ao empreendedorismo. Todavia, o que se tem observado é uma primazia da primeira

sobre a segunda, o que de modo algum garante a efetividade do ensino e o desenvolvimento das habilidades necessárias ao empreendedor (SILVA; PENA, 2017).

Dentre as práticas ativas destacam-se as atividades simuladoras do empreendedorismo, visitas técnicas em outras empresas, planos de negócios, estudos de caso, criação de projetos e produtos, palestras abertas com empreendedores, grupos de discussão e criação de incubadoras (ALMEIDA; CORDEIRO; SILVA, 2018).

Em pesquisa realizada sobre o papel das incubadoras dentro das universidades constata-se que as instituições de ensino são responsáveis por oferecer estrutura física às empresas, além de aporte teórico metodológico para o ensino de empreendedorismo, podendo fazer parte tanto das empresas particulares quanto dos espaços universitários (SEBRAE, [s.d], online). No Brasil, no último levantamento feito pela Agência Brasil (2019), com dados de 2018, foi identificada a existência de 63 incubadoras de negócios inovadores e 57 aceleradoras e “tal ambiente proporciona aos alunos o desenvolvimento de múltiplas competências e a compreensão das etapas do ciclo de vida das empresas” (SILVA; PENA, 2018, p. 386).

Corroborando para o repertório de procedimentos pedagógicos, Silva e Pena (2017) destacam ainda como práticas ativas as empresas juniores, jogos empresariais, palestras, *workshops*, além de projetos de pesquisa e de extensão. Ainda segundo eles, as aulas devem ser ministradas através de atitudes que estimulem a participação dos estudantes, de modo a desafiá-los a solucionar problemas práticos em contato com pessoas que já atuam na área do empreendedorismo.

Almeida, Cordeiro e Silva (2018) compilam as principais técnicas relativas ao ensino significativo de empreendedorismo nas IES:

Em tese, os autores afirmam que os programas de empreendedorismo devem focar no (a): know-how, formação empreendedora, desenvolvimento de habilidades, abertura de negócios, desenvolvimento pessoal, espírito empreendedor, engajamento empresarial, reconhecimento de aptidões, aprendizagem, vivência empresarial, desenvolvimento das disciplinas, etc. (ALMEIDA; CORDEIRO; SILVA, 2018, p. 117).

As discussões feitas até aqui revelam que o ensino de empreendedorismo nas universidades, nas escolas e na EPT deve caminhar em consonância com a dinâmica da prática empreendedora. No curso “Imersão ao Contexto do Empreendedorismo”,

produto realizado por Bruno Delmondes Xavier, por exemplo, Xavier (2021) trabalhou por meio de cinco encontros síncronos em videoconferência com auxílio da ferramenta Plano de Negócios, uma formação introdutória da Educação para o Empreendedorismo com o objetivo de identificar indícios de aprendizagem e conexões histórico-culturais dos participantes que, de certo modo, poderiam facilitar ou dificultar a internalização de conceitos.

Na pesquisa de Xavier (2021), contou-se com dois estudantes adolescentes de cursos técnicos integrados ao ensino médio e três adultos (dois estudantes e um servidor) do IFMS. No desenvolvimento do trabalho notou-se a postura ativa e avaliativa do docente no que diz respeito à Zona de Desenvolvimento Proximal (ZDP) dos estudantes em virtude das diferenças de vivências e experiências entre adolescentes e adultos.

Ainda de acordo com Xavier (2021), entende-se que houve alargamento da ZDP dos estudantes em relação a formação de conceitos introdutórios do Empreendedorismo, mais evidente nos adultos por conta das vivências laborais, familiares, de consumo e experiências de vida. Contudo, os exercícios em aula com números, infográficos e planilhas financeiras do Plano de Negócios trouxeram à tona uma dificuldade de interpretar e planejar os números. Desta forma, o pesquisador sugere um tempo maior dedicado à formação de conceitos financeiros, ou até uma inversão na ordem do curso, tomando como hipótese que “os conhecimentos financeiros como estudo preparatório para evolução dos modelos de negócio podem dar mais subsídios concretos aos estudantes no planejamento estrutural do empreendimento idealizado” (XAVIER, 2021, p. 98).

Neste sentido, entende-se que a educação empreendedora apresenta objetivos particulares em relação à educação tradicional e, nesse sentido, exige também o desenvolvimento de práticas pedagógicas diferenciadas. Os livros didáticos não podem ser as únicas ferramentas nem as aulas expositivas a única prática pedagógica e os professores devem atuar de modo determinante nesse processo. A educação empreendedora não atua somente no sentido de formar futuros empresários, mas de preparar o cidadão para a tomada de decisões, iniciativa e para assumir posturas resolutivas frente aos problemas.

### 3. METODOLOGIA

#### 3.1. Tipo de Pesquisa

A pesquisa realizada foi de abordagem qualitativa, de natureza aplicada com objetivos de caráter descritivo-exploratório. Segundo Marconi e Lakatos (2018), a pesquisa é uma atividade destinada à investigação de um problema teórico ou prático por meio de métodos científicos. A primeira aproximação à problemática da pesquisa corresponde ao detalhamento ou definição final do projeto. A pesquisa qualitativa busca entender os fenômenos por meio da sua explicação e motivos. O esclarecimento e a análise dos dados atribuem significados aos fenômenos. Essa análise dos dados leva em consideração as subjetividades e as nuances que não são quantificáveis.

Segundo Triviños (1987), a abordagem de cunho qualitativo trabalha os dados buscando seu significado, tendo como base a percepção do fenômeno dentro do seu contexto. O uso da descrição qualitativa procura captar não só a aparência do fenômeno como também suas essências, procurando explicar sua origem, relações e mudanças, buscando intuir as consequências. É desejável que a pesquisa qualitativa tenha como característica a busca por:

[...] uma espécie de representatividade do grupo maior dos sujeitos que participarão no estudo. Porém, não é, em geral, a preocupação dela a quantificação da amostragem. E, ao invés da aleatoriedade, decide intencionalmente, considerando uma série de condições (sujeitos que sejam essenciais, segundo o ponto de vista do investigador, para o esclarecimento do assunto em foco; facilidade para se encontrar com as pessoas; tempo do indivíduo para as entrevistas, etc.). (TRIVIÑOS, 1987, p.132).

A pesquisa de natureza aplicada, por sua vez, gerou conhecimentos para aplicação prática. Assim, puderam ser direcionados a soluções de problemas específicos que podem envolver verdades e interesses locais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Quanto aos objetivos, esta pesquisa se caracterizou como exploratória descritiva pois, para atingir o objetivo geral descrito anteriormente, visou delinear as características de grupos relevantes, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros fenômenos, bem como sua natureza e características (CERVO; BERVIAN, 2002).

Os aspectos metodológicos foram norteadores para a coleta de dados e a aplicação do Produto Educacional, que é experimental e exploratório, visando a educação empreendedora no Ensino Médio Integrado. A coleta de dados foi previamente aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), conforme o parecer n. 5.355.919 de 18/04/2022. Foram aplicados os Termos de Consentimento e Assentimento e questionários para docentes que ministram aulas na disciplina de Empreendedorismo e Inovação e para alunos que cursam ou cursaram a disciplina.

### 3.2. Participantes

Foram considerados participantes: (a) alunos que estão regularmente matriculados na disciplina “Empreendedorismo e Inovação” nos cursos técnicos integrados (Eletrotécnica, Informática e Mecânica) do *Campus* Campo Grande do IFMS e alunos que quiseram participar do curso proposto, devidamente matriculados no *campus*; (b) docentes da disciplina “Empreendedorismo e Inovação” nos cursos supracitados.

Os voluntários da pesquisa foram selecionados conforme disponibilidade em participar das atividades propostas e o acompanhamento das atividades foi realizado pela coordenação pedagógica do *campus* com o auxílio dos docentes da disciplina ministrada. Todas as identidades foram preservadas sendo utilizados nomes fictícios para a identificação dos participantes da pesquisa. Os estudantes foram inicialmente distribuídos em cinco grupos com três alunos cada para que, após a aplicação, caso houvesse alguma desistência, fossem mantidas ao menos cinco duplas, sendo o mínimo de dez alunos.

Participaram desta etapa três docentes que atuam no *campus* Campo Grande do IFMS que ministram ou já ministraram a disciplina citada. A participação dos docentes foi realizada mediante assinatura de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (**Apêndice A**). Foram abordados os estudantes do *campus* Campo Grande, tendo sido realizadas 21 inscrições, porém 9 estudantes que participaram efetivamente da aplicação. Os pais e/ou responsáveis legais assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido dos alunos menores de idade (**Apêndice B e Apêndice C**).

### 3.3. Instrumentos de Coleta de Dados

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário aos docentes (**Apêndice D**) para levantamento de dados acerca das informações dos docentes, conteúdos, métodos e práticas voltados para o ensino de empreendedorismo.

Visando a melhor qualidade das análises, mas prezando pelo bem-estar do estudante, todas as aulas foram filmadas, mas sempre lembrando que os dados serão mantidos em absoluto sigilo e somente a pesquisadora possui acesso a questionários e imagens e que a qualquer momento, se ao responder a pesquisa o estudante se sentisse desconfortável, ele teria a liberdade de desistir de participar da pesquisa, sem que isso gerasse penalidades de qualquer natureza a ele. Os vídeos foram observados posteriormente para revisão de interações julgadas arbitrariamente como interessantes, mas os dados de fonte e análise são prioritariamente os questionários.

Para os estudantes contou-se com questionários antes e depois da aplicação do produto educacional (**Apêndice E** e **Apêndice F**, respectivamente). O primeiro contém um levantamento sócio econômico e teste de perfil empreendedor, enquanto o segundo questionário se trata de um teste de perfil empreendedor.

Para incentivar a participação dos estudantes foram ofertados certificados de vinte horas de atividades pela participação, conforme o convite, demonstrado na Imagem 1, divulgado nos murais do *Campus* e veiculado nas plataformas de divulgação interna do IFMS.

## Imagem 1 - Convite para participação na pesquisa



Fonte: os autores

Conforme combinado previamente todos os estudantes receberam seus certificados após a aplicação do produto educacional.

### 3.4. Procedimentos

O estudo foi realizado no *Campus* Campo Grande do IFMS, no período entre outubro e novembro de 2022, tendo como participantes da pesquisa os docentes da disciplina Empreendedorismo e Inovação e os alunos do Ensino Médio Integrado devidamente matriculados ou que já cursaram a disciplina de Empreendedorismo e Inovação, dos cursos de Eletrotécnica, Informática e Mecânica.

O levantamento de informações para análises ocorreu após os questionários realizados para posterior aplicação do Produto Educacional, que vem da ideia de criar um ambiente dinâmico de aprendizagem utilizando materiais específicos e proporcionar um espaço adequado e estimulante para que o aluno tenha maior facilidade em assimilar o conteúdo e as temáticas propostas. Todas as informações foram garantidas a confidencialidade e sua utilização se deu apenas para fins desta pesquisa.

O Produto Educacional se deu a partir da investigação, primeiramente, em questionários com os docentes que ministram ou já ministraram aulas na disciplina de Empreendedorismo e Inovação, seguido dos questionários com os alunos dos três cursos disponibilizados pelo Ensino Médio Integrado do IFMS, que tiveram interesse na participação da pesquisa que, para sentir o grau de percepção sobre empreendedorismo e inovação que estes alunos têm em relação ao tema. Após os questionários iniciais o Produto Educacional foi elaborado e aplicado, de modo que o aluno pode ter uma visão na prática como realizar uma análise diagnóstica.

Os aspectos metodológicos foram norteadores para a coleta de dados e a aplicação do Produto Educacional que foi realizado em cinco dias distintos, uma vez por semana, propostos da seguinte forma: Dia 1: aplicação do questionário prévio, discussão sobre os conceitos já conhecidos pelos participantes através de atividade prática de avaliação de caso; Dia 2: aula temática sobre empreendedorismo, planejamento e estratégia de empresas; Dia 3: aula temática sobre gestão de pessoas; Dia 4: aula temática sobre *marketing* empresarial e finanças; Dia 5: aplicação do questionário posterior, discussão sobre o desenvolvimento dos conceitos adquiridos pelos participantes através de atividade prática de avaliação de caso.

Visando a melhor qualidade das análises, mas prezando pelo bem-estar do estudante, todas as aulas foram filmadas, mas sempre lembrando que os dados serão mantidos em absoluto sigilo e somente a pesquisadora possui acesso a questionários e imagens e que a qualquer momento, se ao responder a pesquisa o estudante se sentisse desconfortável, ele teria a liberdade de desistir de participar da pesquisa, sem que isso gerasse penalidades de qualquer natureza a ele. Os vídeos foram observados posteriormente para revisão de interações julgadas arbitrariamente como interessantes, mas os dados de fonte e análise são prioritariamente os questionários.

Partiu-se do conhecimento acerca das disciplinas integradas de empreendedorismo e inovação para o Ensino Médio visualizadas a partir dos planos de ensino, em que, dificilmente atividade prática e atividade aplicada são diferenciadas, tornando sinônimo essas atividades. Entende-se que a falta de atividades aplicadas pode incorrer no não despertar do interesse do estudante do Ensino Médio sobre as práticas empreendedoras, conseqüentemente, problematiza-se, da forma como essas disciplinas estão sendo aplicadas se o objetivo do

desenvolvimento de habilidades e conhecimentos de liderança, gerenciais e de autonomia são alcançados e, em caso positivo, se efetivos.

A metodologia consiste em adotar um mecanismo de desenvolvimento por meio de estudo complementar que proporcione ao estudante o conhecimento necessário para serem agentes transformadores econômicos e sociais nas suas áreas de atuações.

### **3.5. Análise de conteúdo**

Foram analisadas as falas (aulas gravadas, conforme já descrito) por meio da análise microgenética. De acordo com Barbosa e Vaz (2019), diz respeito à observação de variações ou novas formações nos processos de desenvolvimento durante sua ocorrência. Essa proposta de análise dialoga com a pedagogia de Vygotsky a partir de um de seus preceitos principais, sendo a observação antes, durante e depois do processo de desenvolvimento – aqui compreendido como o período do curso. Além desse preceito, mais três preceitos estruturam essa análise: observação realizada por um período de mudança no desenvolvimento, sendo a mudança individual uma unidade de análise (o período de decorrência do curso); os dados produzidos são relativos ao período observado; os comportamentos observados são analisados para identificar os processos de origem da mudança (BARBOSA; VAZ, 2019).

A análise microgenética se orienta para a observação de detalhes, indícios, signos relevantes de um processo que está em curso. Nesse método, o fenômeno é observado a partir de episódios típicos e atípicos, “centrada na intersubjetividade e no funcionamento enunciativo-discursivo dos sujeitos; e que se guia por uma visão inicial e interpretativo-conjetural” (GÓES, 2000, p. 21).

A combinação da pedagogia de Vygotsky e a análise microgenética não é uma relação inédita, Lavelli *et al.* (2005) destacam que essa análise se destaca pelo foco na microgênese do desenvolvimento, ou seja, na mudança observada em curto prazo. Barbosa e Vaz (2019, p. 461) apontam que nesse aspecto a análise direciona “o olhar do pesquisador para as minúcias, para os detalhes das ações e interações das pessoas, e os efeitos que elas promovam na rede de significações e na própria pessoa”. Nesse âmbito, o olhar da pesquisa deve ser flexível e dinâmico, visando acompanhar a evolução do trabalho.

Góes (2000, p. 12), acerca da metodologia de Vygotsky em uma discussão sobre análise microgenética, aponta que:

Trata-se de uma visão abrangente, à qual [...] vincula a possibilidade de vários tipos de investigação e diretrizes metodológicas amplas que buscam atender a duas teses fundamentais: de que a gênese das funções psicológicas está nas relações sociais e de que a constituição do funcionamento humano é socialmente mediada, num curso de desenvolvimento que abrange evoluções e, sobretudo, revoluções. (GÓES, 2000, p. 12)

Para tanto, com base nos pressupostos da análise microgenética, foi utilizado registros de dados primários que pudessem identificar a mediação cultural do processo e destacar as respectivas unidades de análises consistentes com o objeto de pesquisa, que aqui definem-se a partir das variações de conceitos e pensamentos acerca do empreendedorismo. A observação na pesquisa, nesse sentido, também se volta para as relações dinâmico-causais, uma vez que, segundo Góes (2000, p. 13), deve-se

distinguir a aparência e os processos da dinâmica subjacente. A expressão dinâmico-causal corresponde também à ideia de que causa e efeito não são entidades de posição imutável. A causa pode transformar-se em efeito e este em causa, dinamicamente. (GÓES, 2000, p. 13).

Cabe o adendo de que, nessa pesquisa, pode-se entender o processo de desenvolvimento como o desenvolvimento conceitual de empreendedorismo, seguindo os pressupostos de Vygotsky: o Nível de Desenvolvimento Potencial (NDP), isto é, os conhecimentos que o participante pode obter em uma relação com o outro e envolve diálogo, colaboração, imitação; o Nível Desenvolvimento Real (NDR), que consolida as capacidades e funções que o estudante já possui e envolve os problemas que ele é capaz de resolver sozinho; e a zona de desenvolvimento proximal, que corresponde à distância entre o NDR e o NDP e é o ponto ideal de atuação do professor e dos colegas mais experientes.

## 4. RESULTADOS E ANÁLISES

### 4.1. Questionário com os docentes

Para ter uma visão ampla do conhecimento oferecido nas disciplinas de empreendedorismo inicialmente foi realizado uma entrevista com docentes ministrantes da disciplina de Empreendedorismo e Inovação do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS) por meio de questionários (**Apêndice D**).

A ementa da disciplina Empreendedorismo e Inovação, de acordo com os Projetos Pedagógicos dos cursos de Técnico em Eletrotécnica e Técnico em Informática no IFMS apresenta a proposta dos seguintes conteúdos: tipos de empreendedor e empreendimentos; perfil empreendedor; a inovação, conceito e aplicações, a importância para a competitividade nos negócios; identificação de oportunidades de negócios; modelagem de negócio; e questões legais de constituição da empresa (IFMS, 2019a; 2019c). E de acordo com o Projeto Pedagógico do curso de Técnico em Mecânica, a disciplina de Empreendedorismo apresenta os seguintes conteúdos: o mercado atual e a laboralidade; as bases do empreendedorismo; o modelo de negócio; os ambientes de apoio ao empreendedorismo; e os planos de negócios; (IFMS, 2019b).

O questionário respondido pelos docentes, contou com onze questões, sendo a primeira sobre formação acadêmica e a segunda idade para fins de conhecer o docente. Assim, dos professores que responderam o questionário, todos estão acima dos 50 anos (51, 55 e 57 anos) e com mais de 20 anos de experiência profissional, sendo uma do sexo feminino e dois do sexo masculino. A formação acadêmica dos três é graduação em Administração, sendo D1 Mestre em Administração, D2 Doutorado em Desenvolvimento Local e D3 Mestre em informática.

As demais questões foram direcionadas para a construção, aplicação e metodologia sobre a disciplina em questão. Na questão 3. “Quando lhe foi designada a disciplina ‘Empreendedorismo e Inovação’ o que não teve nesta disciplina que lhe chamou a atenção? ”, apenas D1 indicou algum item que chamou atenção, sendo a questão da adaptação das atividades aplicadas na disciplina, sendo que tanto D2 quanto D3 indicaram não sentir falta de nenhuma orientação específica.

Nesse quesito, observa-se que apenas um participante de três indicou sentir falta de algo na disciplina, sendo, justamente, a opção de adaptação das atividades

a falta, o que, em uma leitura particular da disciplina, também foi perceptível a falta de adaptação de atividades, portanto, tornando esse um foco de observação importante para o desenvolvimento do Produto Educacional.

Em se tratando da questão 4: “Quais conteúdos abaixo costuma aplicar?”, a resposta segue conforme pode ser observada no Gráfico 1:

**Gráfico 1** – Questão 4: Quais conteúdos abaixo costuma aplicar?



Fonte: os autores.

Dentre as opções propostas, todas são aplicadas em sala de aula, sendo que apenas D3 apontou que aplica o conteúdo “Empreendedorismo Feminino”. A opção “outros” ainda foi citada, sendo que D1 mencionou o uso de ferramentas e metodologias ágeis para a criação de modelos de negócios como: *Design Thinking* e *Business Model Canvas*, este último também citado por D2 e D3. Ambos se tratam de ferramentas que tornam as aulas mais dinâmicas e interativas. D2 ainda citou nessa opção: “mapa da empatia”.

Essa resposta permite observar dois pontos: primeiro que, com exceção de Empreendedorismo Feminino, todos os conteúdos que se pode considerar na disciplina estão sendo oferecidos pelos docentes. O segundo ponto é que, além dos conteúdos previstos, os docentes têm sentido a necessidade também de oferecer conteúdo específico, como as metodologias ágeis de criação de modelos de negócio.

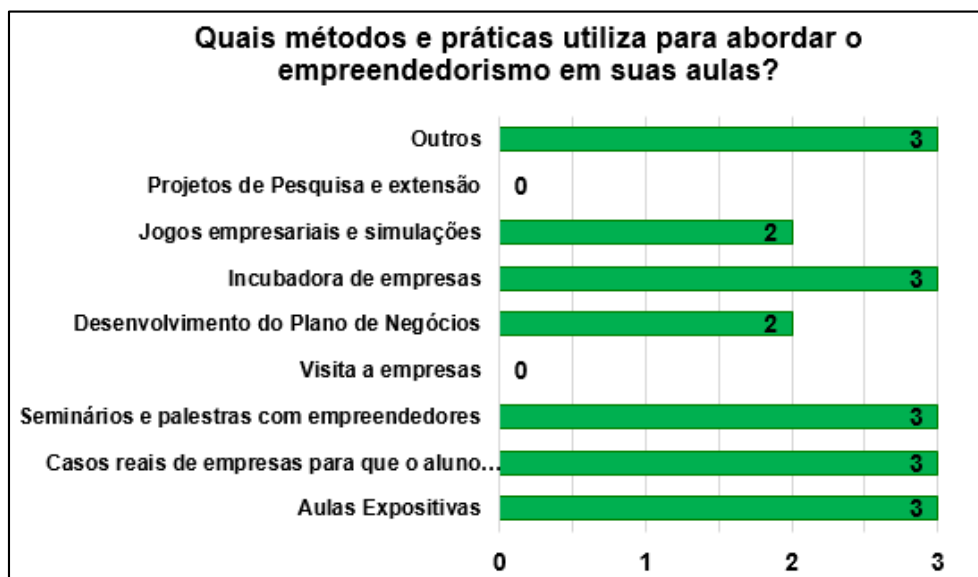
No entanto, cabe o destaque que o mesmo docente que identificou que sentiu falta de adaptação de atividades é aquele que oferece “Empreendedorismo Feminino”

como conteúdo. A princípio, sem inferir e oferecer juízo de valor aos conteúdos oferecidos aos docentes, parece que D3, nesse aspecto, preocupa-se em adaptar mais o conteúdo à realidade, uma vez que Empreendedorismo Feminino pode abarcar não apenas a compreensão de como a mulher empreende de forma diferente do homem, como o aumento de mulheres no setor empreendedor no Brasil<sup>4</sup>.

Rodrigues (2022) destaca que as mulheres empreendedoras têm perfil específico, desde gestão até comunicação, mas também deve-se levar em conta as atribuições sociais que se somam (como ser mãe, ser esposa, ser provedora da família, ser estudante) o que torna a abordagem e estudo também diferenciados. Aguiar (2022) aborda que, a despeito de uma menor taxa de participação feminina nos setores empreendedores em comparação com os homens, em 2019 a estimativa de mulheres empreendedoras era de 26 milhões, em comparação aos 29 milhões masculinos.

O Gráfico 2 apresentado a seguir apresenta as respostas para a questão 5, “Quais métodos e práticas utiliza para abordar o empreendedorismo em suas aulas?”:

**Gráfico 2** – Respostas da questão 5.



Fonte: os autores.

<sup>4</sup> Como exemplo de projeto voltado a prática empreendedora feminina, o Sebrae tem o programa Sebrae Delas, que é um programa de aceleração de ideias e negócios liderados por mulheres que acontece por meio de eventos de incentivo e conexão entre mulheres e seus negócios. De acordo com dados do próprio Sebrae o programa já atendeu mais de 14 milhões de mulheres nos últimos cinco anos (SEBRAE, [s.d.b], online).

De suma importância para entender como é ofertada essa disciplina e quais pontos podem melhorar, nas respostas dos docentes observou-se que dois métodos não foram escolhidos: projetos de pesquisa e extensão e visitas a empresas. Ambas as opções, na prática metodológica, envolvem o diálogo entre a academia e a comunidade, bem como a observação do funcionamento *in loco* de empresas. O que permitiria uma proposta de atividade aplicada mais voltada para a realidade.

Ao passo que as opções “jogos empresariais e simulações” e “desenvolvimento de plano de negócios” foi escolhido por pelo menos um docente cada resposta, não foram observadas suas aplicações. Todas as outras opções são apontadas como efetivamente aplicadas.

No âmbito do IFMS pesquisas são entendidas como atividades articuladas às ações de ensino e extensão, com o objetivo de pesquisa aplicada e de inovação tecnológica; entende-se por extensão as modalidades de atividades que atuam em ações sociais, culturais e/ou esportivas, de transferência tecnológica à sociedade, de articulação interinstitucional através de parcerias e cooperações entre instituições, de estágios e empregos e de acompanhamento de egressos. Podem ser desenvolvidas nas formas de Projeto, Programa, Curso, Evento ou Prestação de Serviços Tecnológicos (IFMS, 2022b; 2022c). Severino (2007) defende que a extensão tem também caráter pedagógico, pois leva o estudante a vivenciar a realidade social, formando consciência social. Ademais, enquanto a pesquisa gera o conhecimento, o processo de extensão dissemina e repassa-o à sociedade em prol do benefício social.

A questão 6 “Qual o contexto que inclui o empreendedorismo em suas aulas?”, obteve como respostas duas das três opções: como mais uma opção de inserção econômica, pois o empreendedorismo contribui para a diminuição das desigualdades sociais no mundo do trabalho (somando 66,7% das respostas) e como oportunidade para realização de sonho e melhoria de vida familiar (somando 33,3%). A opção como forma de inserção no mercado de trabalho, não foi escolhida. Nessa questão pode-se entender que os docentes abordam o ensino de empreendedorismo em suas aulas, não apenas por se tratar de disciplina obrigatória da grade, mas para despertar o interesse do estudante.

A questão 7 “Qual (is) a (s) dificuldade (s) que você enfrenta na sala de aula para que o estudante tenha interesse no estudo do empreendedorismo?”, apresentou-se como resposta, para o docente D1, sem dificuldades, sendo que raramente algum estudante se mostra neutro. Já para D2, os alunos do ensino médio ainda não têm

interesse pela vida laboral. Para D3, a disciplina, que é ofertada nos semestres finais, acarreta em estudantes sem tempo realizar as atividades práticas e dedicação aos estudos.

Na questão “O que você faz para possibilitar a vivência empreendedora aos alunos? ”, questão 8 do questionário. O docente D1 respondeu:

Além dos conteúdos teóricos, necessários à compreensão dos conteúdos, adoto uma série de estudos de casos para análise, discussão e avaliação em conjunto com os estudantes; utilizo um conjunto de 5 ferramentas para a construção de modelos de negócios inovadores, a partir da contextualização das dimensões das “Cidades Inteligentes”<sup>5</sup> e dos 17 “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)” da ONU<sup>6</sup>. (DOCENTE 1).

Para D2, a maneira como possibilita a vivência empreendedora dos alunos, é a partir de atividade onde “cada grupo constitui uma empresa, todas as atividades são realizadas para uma empresa fictícia, onde o grupo é a empresa e os alunos os sócios”. E D3 fomenta a partir da “simulação de negócios e vivência em situações reais de algumas práticas”.

A questão seguinte levantou a informação de “Na sua opinião, o que o IFMS precisa fazer para tornar o ensino do empreendedorismo uma realidade na vida dos alunos?”. O docente D1 acredita que o ensino do empreendedorismo sempre fez parte da realidade da vida dos estudantes:

Acredito que o ensino do empreendedorismo sempre fez parte da realidade na vida dos estudantes. Todos os projetos pedagógicos dos cursos de ensino médio, subsequente e modalidades FIC e PROEJA sempre contemplam alguma unidade curricular, geralmente denominada "Empreendedorismo" ou "Empreendedorismo e Inovação", assim como a grande maioria dos cursos de graduação. Além disso, os assuntos relacionados ao "empreendedorismo" e à "inovação" são explorados de forma transversal entre as várias unidades curriculares dos componentes específicos e articuladores dos diferentes projetos pedagógicos dos cursos. No entanto, acredito que esses assuntos seriam melhor explorados, proporcionando o processo ensino-aprendizagem mais efetivo com o acesso e a participação mais intensa dos estudantes aos laboratórios de inovação do IFMS (IFMaker, Incubadora TecnolIF, Laboratórios de Robótica e outros, bem como o próprio Núcleo de Inovação Tecnológica - NIT). (DOCENTE 1).

O docente D3 acredita ser muito mais interessante se o ensino pudesse ser antecipado para os semestres iniciais, assim criando uma trilha de formação voltada

---

<sup>5</sup> Cidades Inteligentes, de acordo com a “Carta Brasileira para Cidades Inteligentes” do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional do Governo Federal, são cidades voltadas para o desenvolvimento urbano e transformação digital, ambos de maneira sustentável, em aspectos econômicos, ambientais e socioculturais (BRASIL, 2021).

<sup>6</sup> Dentre os objetivos conta-se com erradicação da pobreza, fome zero, agricultura sustentável, educação de qualidade, igualdade de gênero, dentro outros (PACTO GLOBAL REDE BRASIL, [s.d]).

para o Ensino Médio. Em consonância, D2 indica que se pudesse ser incentivado desde o início, o estudante poderia aproveitar muito mais e ser mais criativo em relação a disciplina.

#### 4.1.1. Contribuições dos docentes

No questionário, foram solicitadas algumas ideias e dicas para a construção do material didático que seria apresentado aos estudantes, bem como contribuições para melhorar esta pesquisa, além de questões que eles quisessem que fossem discutidas com os estudantes. Uma vez que esta dissertação e respectivo produto educacional se tratam de estruturas em construção que podem ser utilizadas por outros educadores, estabelecer esse diálogo com os ministrantes da disciplina foi pensado justamente para definir pontos em comum propostos inicialmente e observações a serem levadas em consideração que poderiam passar despercebidas na elaboração dos planos de ensino do curso por temas.

Assim, para D1, a maioria das pessoas não conhecem a realidade a respeito do fenômeno empreendedorismo, limitando-se apenas a compreender o assunto como sendo apenas uma forma dos indivíduos criarem o seu próprio negócio ou serem o dono do seu próprio. A sugestão de D1 dialoga com o ponto de vista dessa pesquisa, ou seja, que empreendedorismo não se trata de apenas abrir uma empresa. D1 ainda traz que o avanço nos estudos sobre Inovação e Empreendedorismo tem contribuído para a evolução de novos modelos econômicos e alternativas aos modelos neoliberais e capitalistas, cujo foco desses modelos configura-se como modelos pós-capitalistas e ampliam os valores e a resolução dos problemas econômicos, sociais e ambientais, garantindo renda, mas que vai além do foco no valor meramente econômico.

O docente D2 evidenciou a necessidade de mais palestras e cursos atualizados, além de parceria com instituições, como o SEBRAE, que poderiam trazer grandes oportunidades para uma maior vivência aos estudantes. Um dos canais para isso, conforme sugestão, seria a TecnolIF, pois traz o aluno mais para perto da prática.

TecnolIF é a Incubadora de Empresas do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS), tratando-se de uma incubadora mista e social de empresas como um facilitador no processo de geração e consolidação de empreendedores e inovadores

no estado de Mato Grosso do Sul. Ativa desde 2016, tem como principal atividade a pré-incubação de ideias de negócios tecnológicos (IFMS, 2022a).

A sugestão do docente 3, indicado como D3, seria criar ambientes para que o estudante possa vivenciar experiências como empreendedor de negócios e praticar a criação de *Startups*<sup>7</sup>. Além disso, D3 indicou que a busca pela compreensão de como o estudante pode atuar para inovar em sua área de formação poderá criar meios de valorização de sua formação e potencializar as ações de permanência e êxito do *campus*. Assim, criando estratégia junto ao ecossistema de inovação do *campus* (por meio de programas como Tecnoinf, Ifmaker, robótica) para que o estudante possa se desenvolver ao longo de sua trajetória acadêmica no *campus*.

Durante a leitura das respostas do questionário, observou-se a preocupação dos docentes atuantes em auxiliar os estudantes na preparação para o mundo de trabalho. Essa postura se articula com o proposto por Ciavatta (2014), para a qual é essencial que a preparação sobre o campo se concentre no núcleo econômico e político de uma fundação de educação geral para que aqueles que precisam de formação profissional possam ainda recebê-la e, ao receber uma educação básica, os alunos também possam aprender os fundamentos da integração entre o trabalho, a ciência e a cultura, expandindo os seus horizontes.

Os docentes responderam o questionário antes da aplicação do Produto e em diálogo com as leituras prévias dos planos de ensino de diferentes instituições de ensino para a disciplina de empreendedorismo, permitiu uma visão ampla em relação com o tema e a aplicação pedagógica, bem como quais focos e quais sugestões de modificações poderiam ser adaptadas para o curso por temas propostos.

Na questão de adaptação das atividades, foi preparado em um Produto cuja estrutura e propostas de atividades fossem adaptáveis à realidade, tanto na aplicação desse projeto em si, quanto pensando na disposição do material posterior aos educadores que venham a utilizá-lo.

O diálogo estabelecido com os docentes permitiu observar alguns pontos de necessidades de sala de aula, ou seja, não apenas tratar o tema a partir da explicação única de seus conceitos, mas despertar nos participantes a curiosidade que as

---

<sup>7</sup> *Startup* é uma empresa que se desenvolve a partir de uma ideia diferencial, mas cuja condição de existência é ainda de incerteza de continuidade. De acordo com o Sebrae (2014, [online]), é designação de “um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”.

diversas alternativas do empreendedorismo podem oferecer para estabelecer melhores bases de conhecimento para o desenvolvimento de suas práticas profissionais e compreensão de mundo.

## 4.2. Produto Educacional

O produto educacional desenvolvido é uma capacitação que fomenta a prática empreendedora para jovens do ensino médio e está disponível gratuitamente para quem quiser replicá-lo por meio do QR Code do **APÊNDICE G** e/ou pelo link: **[educapes.capes.gov.br/handle/capes/737118](https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/737118)**.

O conceito de empreendedorismo remete à iniciativa de criar negócios ou revitalizar negócios maduros ou já existentes em consonância a oportunidades identificadas, além de envolver atividades consideravelmente diferentes em função do tipo de negócio que se pretende criar. Para a elaboração do produto educacional contou-se com a participação inicial dos docentes, onde responderam a um questionário para que se pudesse entender como estava a real situação em sala de aula na disciplina de empreendedorismo e quais as necessidades destes docentes para que as aulas se tornassem mais práticas.

Para a construção deste produto educacional foram fundamentais essas opiniões e apontamentos, pois eles deram sugestões de melhorias para as aulas, como por exemplo: trazer a disciplina de Empreendedorismo e Inovação para o primeiro semestre, para que desde o início das atividades educacionais, já desperte interesse para gestão e inovação, além de métodos para que as aulas se tornem mais práticas e o entendimento do que é empreendedor se efetive de maneira mais clara e objetiva.

Cabe indicar que durante a aplicação da capacitação o docente não participou e ao final do curso, foi apresentado o produto final a eles para validação e aprovação. Essa participação foi fundamental uma vez que se pode observar da perspectiva do educador quais opiniões e dificuldades a ementa da disciplina já oferece, nos dado um ponto inicial de unidades de análise em relação a ementa.

O curso presencial teve a duração de cinco dias, sendo um dia por semana, com aplicação realizada em outubro de 2022, em oferta presencial, no Instituto Federal Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul, *Campus* Campo Grande. Foi disposto em cada dia o total de 210 minutos. Contando 50 minutos/aula

e um intervalo de 10 minutos, o horário ficou assim distribuído: o primeiro tempo das 13:00 às 13:50, o segundo das 13:50 às 14:40, seguindo de um intervalo de 10 minutos das 14:40 às 14:50, logo em seguida o terceiro tempo das 14:50 às 15:40 e finalizando o quarto tempo das 15:40 às 16:30, conforme Imagem 2.

**Imagem 2** - Distribuição das aulas.



Fonte: os autores.

Foi realizado em paralelo com o plano de ensino regular da instituição e a partir da observação dos planos de ensino de diferentes instituições de ensino, tais como: Estácio de Sá, Universidade Anhanguera UNIDERP e Instituto Avançado de Ensino Superior e Desenvolvimento Humano (INSTED). Foram selecionadas essas Instituições de Ensino por já apresentarem a disciplina de Empreendedorismo, portanto, do plano de ensino, pode-se entrever qual a conceituação prévia já oferecida aos estudantes do tema. Optar por estudar planos de ensino se deu pelo conhecimento prévio de como a disciplina era ofertada e notar que, embora os estudantes estejam ainda no ensino técnico, recebem a mesma ementa dos estudantes de cursos superiores. O que nos permite entrever que para os estudantes do ensino técnico o entendimento fica mais superficial, devido ao pouco conhecimento de gestão empresarial.

Dessa forma o plano de aula teve a seguinte estrutura para os cinco dias de planejamento, conforme segue:

*a) Dia 1: questionário prévio e atividade prática*

Realizado em 20 de outubro de 2022.

O Objetivo foi identificar os conhecimentos prévios dos alunos. Os dois primeiros tempos do primeiro dia foram destinados à aplicação do questionário prévio aos participantes (**Apêndice E**), questionário esse que foi entregue a cada participante (todos os questionários e/ou atividades que os participantes receberam foram entregues impressos em papel A4). O intuito foi observar quais conceitos já se apresentavam consolidados (NDR).

Para complementar a coleta de dados foi desenvolvido com os participantes uma atividade prática denominada “avaliação de caso”, que foi aplicada após o intervalo, visando a discussão sobre os conceitos já conhecidos dos participantes. Neste momento não teve nenhuma ajuda para resolução desta atividade, deixando-os livres para que fossem conhecidos os alunos participantes da pesquisa, sendo que foram analisados os questionários e o conhecimentos prévios sobre o empreendedorismo. Isto porque para Vygotsky (2007) o Nível de Desenvolvimento Real corresponde aos problemas que os estudantes conseguem resolver sem auxílio, isto é, trata das funções psicológicas superiores já internalizadas pelo aprendiz.

Os recursos utilizados nesta aula foram: lápis, caneta, borracha e papel A4.

*b) Dia 2: tema empreendedorismo, planejamento e estratégias*

Realizado em 27 de outubro de 2022.

Neste dia, os dois primeiros tempos ficaram destinados à identificação dos conhecimentos prévios dos estudantes a respeito dos conceitos de empreendedorismo. Normalmente o empreendedorismo remete as pessoas à iniciativa de criar negócios ou revitalizar negócios maduros ou já existentes em consonância a oportunidades identificadas, além de envolver atividades consideravelmente diferentes em função do tipo de negócio que se pretende criar.

Nos dois últimos tempos, foram trabalhados os entendimentos de planejamento e estratégias de empresas. De acordo com Lacombe e Heilborn (2009), planejamento é a determinação consciente de cursos de ação e engloba decisões com base em objetivos, em fatos e na estimativa do que ocorreria em cada alternativa disponível, ou seja, planejar é o ato de decidir de forma antecipada o que deve ser feito, a forma como fazer, o momento de fazer e quem deve fazer. Ademais, entende-se como parte do planejamento e estratégia a compreensão de administração financeira que, de acordo com Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2018, p.10) “é a ciência e a arte de cuidar do dinheiro e está relacionada com as decisões de

investimento, financiamento e destinação dos resultados”. A administração financeira aplica-se a todas as organizações, voltadas ou não para lucros.

Os objetivos deste dia de atividades foram: relacionar e identificar os elementos de uma estratégia de negócios e a qualidade do seu processo de planejamento; descrever e entender os modelos estratégicos mais utilizados e como podem ser empregados no desenvolvimento de uma estratégia; apresentar metodologia de análise e de diagnóstico empresarial voltada ao aperfeiçoamento do processo decisório na gestão empresarial, baseada na área financeira e na sua interface com os diferentes campos de atividade de um empreendimento; e possibilitar a aplicação prática de um diagnóstico da situação econômico-financeira de um empreendimento diante dos desafios impostos por um ambiente competitivo em nível regional.

Neste dia também o objetivo não foi discutir ideias complexas do mundo corporativo, mas fazer com que os alunos pudessem diferenciar os perfis de empreendimentos, aprender sobre organização financeira e ter um primeiro contato com o mercado de trabalho.

Os recursos utilizados nesta aula foram: *datashow*, *notebook*, material teórico explicativo elaborado pela pesquisadora em formato *e-book*, lápis, caneta, borracha e papel A4.

### c) Dia 3: gestão de pessoas

Realizado em 03 de novembro de 2022.

O terceiro dia ficou destinado ao tema gestão de pessoas, que segundo Chiavenato (1999) é o conjunto de políticas e práticas necessárias para conduzir os aspectos da posição gerencial relacionados com as pessoas ou recursos humanos, incluindo recrutamento, seleção, treinamento, recompensas e avaliação de desempenho. A gestão de pessoas passou a ser vista como um parceiro estratégico do negócio. Planejar como as pessoas serão recrutadas e selecionadas de forma assertiva é essencial, bem como elaborar e acompanhar um treinamento para os iniciantes e desenvolver as pessoas que estão há mais tempo em uma empresa são fatores determinantes para o sucesso empresarial, não somente em termos de lucro, mas de referências em boas práticas na sua gestão.

Os objetivos desse tema foram: oferecer conhecimentos teóricos e práticos que favoreçam uma melhor prática do aluno para a ética aplicada às relações de trabalho: comunicação; motivação; liderança como essência da gestão; formação e desenvolvimento de equipes.

Os recursos utilizados nesta aula foram: *datashow*, *notebook*, material teórico explicativo elaborado pela pesquisadora em formato *e-book*, lápis, caneta, borracha e papel A4.

*d) Dia 4: marketing empresarial e finanças*

Realizado no dia 10 de novembro de 2022.

O quarto dia trouxe um assunto que demanda muitas habilidades de comunicação e organização. Conforme Rocha (2015), *marketing* empresarial e finanças requerem a habilidade de identificar um problema que faz os consumidores não comprarem produtos, e sim soluções específicas, e transformar essas soluções em um produto que melhore a vida de seus consumidores.

Os objetivos desta aula foram: desmistificar a atividade de *marketing* e capacitar o participante a conhecer Produto, Serviço, Comunicação de *Marketing*, Pesquisa de Mercado e Segmentação, Gestão de Marca.

Nos dois últimos tempos de aula, foi tratado de um tema muito importante nos dias atuais, a administração financeira, que no entendimento de Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2018, p.10) “é a ciência e a arte de cuidar do dinheiro e está relacionada com as decisões de investimento, financiamento e destinação dos resultados”. A administração financeira aplica-se a todas as organizações, voltadas ou não para lucros.

Portanto, os objetivos deste dia foram: apresentar uma metodologia de análise e de diagnóstico empresarial voltada ao aperfeiçoamento do processo decisório na gestão empresarial, baseada na área financeira e sua interface com os diferentes campos de atividade de um empreendimento. Possibilitar a aplicação prática de um diagnóstico da situação econômico-financeira de um empreendimento diante dos desafios impostos por um ambiente competitivo em níveis regional.

Os recursos utilizados nesta aula foram: *datashow*, *notebook*, material teórico explicativo elaborado pela pesquisadora em formato *e-book*, lápis, caneta, borracha e papel A4.

*e) Dia 5: questionário posterior e atividade prática*

Realizado no dia 17 de novembro de 2022.

Inicialmente os participantes responderam ao questionário posterior a realização do curso (**Apêndice F**). O intuito desta ação foi observar quais conceitos foram internalizados, isto é, qual o novo Nível de Desenvolvimento Real dos estudantes.

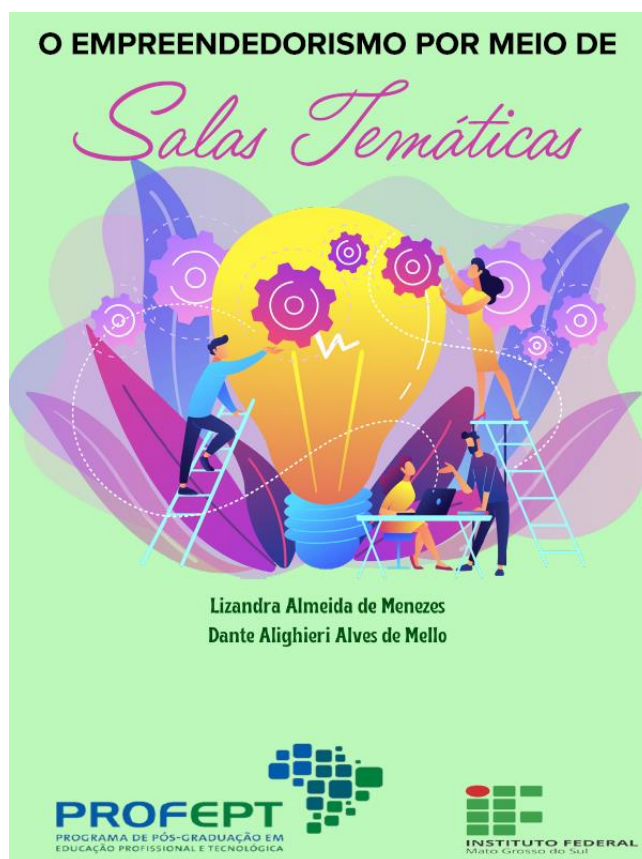
Em diálogo com a proposta de Vygotsky, em seguida, nos dois últimos tempos de aula, foi aplicada a mesma atividade realizada no dia 01, denominada “avaliação de caso”, tratando dos mesmos conceitos centrais. O objetivo foi verificar, na prática, como ao longo das aulas evoluíram os conhecimentos dos participantes a respeito do empreendedorismo.

Os recursos utilizados nesta aula foram: lápis, caneta, borracha e papel A4.

#### 4.2.1. Estrutura do Produto Educacional

Nas apresentações dinâmicas, foi apresentado aos estudantes a teoria sobre empreendedorismo, planejamento, estratégia, gestão de pessoas, *marketing* empresarial e finanças. Foi aliado à teoria o conhecimento prático desenvolvido em outras atividades já aplicadas em outras instituições de ensino nas quais trabalhei com base em estudos de caso e aplicação empresarial dinâmica. Na Imagem 3, a capa do Produto Educacional.

**Imagem 3** - Capa do Produto Educacional.



Fonte: os autores.

Diferencia-se no produto educacional a prática de exercícios de avaliação de caso (como abertura de empresa, avaliação superficial de modelos estratégicos, aplicação de modelos de estratégia, gestão financeira, recrutamento e seleção) da prática aplicada. Esta última se propõe à realidade empresarial de Mato Grosso do Sul visando estruturas reais e exemplos práticos aplicados.

O Quadro 1 apresenta os dias nos quais o produto educacional foi aplicado aos estudantes, proposta temática, as atividades, bem como os objetivos da atividade:

**Quadro 1 – Estrutura do Produto Educacional.**

Data	Temática	Atividade	Objetivo
1 – 20/10/2022	Apresentação	Questionário Prévio Discussão Avaliação de Caso	Levantar o conhecimento prévio do participante
2 – 27/10/2022	Empreendedorismo, planejamento/estratégias	Exposição dinâmica de tema Discussão	Relacionar e identificar os elementos de uma Estratégia de negócios e a qualidade do seu Processo de Planejamento
3 – 03/11/2022	Gestão de Pessoas	Exposição dinâmica de tema Discussão	Apresentar a essência da gestão e Ética do ambiente de trabalho
4 – 10/11/2022	Marketing empresarial e finanças	Exposição dinâmica de tema Discussão	Apresentar metodologia de análise voltada ao processo decisório na gestão empresarial, baseada na área financeira
5 – 17/11/2022	Encerramento	Questionário Posterior Avaliação de Caso Discussão	Levantar o conhecimento desenvolvido do participante

Fonte: os autores.

A escolha destas datas ocorreu por ser considerado a melhor época para a realização das atividades, pois se tratava de início de semestre, quando há uma menor interferência do período de provas dos alunos.

O conteúdo do produto educacional foi apresentado aos participantes por meio de material didático expositivo, via projeção de *slides*, portanto necessitou de equipamentos específicos (*notebook* e *datashow*). O conteúdo oferecido nas aulas foi elaborado em *e-book*, extensão PDF, previamente diagramado com conteúdo explicativo e exemplos, que seria disponibilizado em ambiente virtual *Moodle* no primeiro dia de curso para acesso dos participantes de forma contínua e prévia a partir

do segundo dia. Porém, devido a solicitação dos participantes, o conteúdo foi impresso sendo entregue diretamente a eles. As apresentações foram disponibilizadas a partir de suas respectivas exposições, portanto, ao final de cada dia correspondente.

#### **4.3. A experiência da aplicação do Produto Educacional**

A organização e aplicação do produto seguiu a proposta pedagógica específica, cuja base teórica é a desenvolvida por Lev. S. Vygotsky. Tendo em vista que, mesmo partindo de um pressuposto pedagógico que dialoga com o conhecimento prévio do educando, levou-se em conta também o conhecimento não sistematizado como um tipo de conhecimento de mundo, proveniente da experiência de vida do educando, portanto, mesmo que o educando não tenha apresentado conhecimento teórico-técnico prévio, ainda assim, levou-se em consideração o que o educando já conhece de mundo, mesmo que seu conceito seja de ordem do senso comum, popular ou até mesmo estereotipado.

Assim, a aplicação pedagógica dos pressupostos de Vygotsky partiu de uma situação experimental como um todo, com o objetivo de desenvolver o conhecimento sobre empreendedorismo. Tanto o produto quanto sua aplicação e possíveis adaptações de atividades levaram em consideração o conhecimento do educando e a situação específica da aplicação e dos encontros.

Portanto, a aplicação do Produto Educacional partiu de uma visão do processo de aprendizagem do conhecimento científico já estabelecido para uma situação de estimulação externa e auxiliar visando conhecimento posterior, ou seja, entendendo o processo com base na atuação na zona de desenvolvimento proximal dos participantes.

As aulas foram estruturadas a partir de temas com a ideia de incentivar a autonomia do aluno, fomentando a necessidade da busca pelo aprendizado, onde os estudantes pudessem se imaginar sendo os atores principais de suas vidas nas atividades e dinâmicas propostas. Os alunos foram encorajados a vivenciar situações que promovessem os comportamentos empreendedores.

#### 4.3.1. Percalços da aplicação

A primeira adaptação realizada durante o processo de escrita da proposta e do Produto Educacional foi a sua estrutura. Inicialmente o planejamento inicial, que surgiu durante o período da Pandemia da COVID-19, passou por diferentes ideias de estruturas. A ideia a princípio foi de um curso presencial com atividades aplicadas, como visitas a empresas e análise de empresas ativas e em funcionamento. A primeira alteração nesse sentido foi repensar a aplicação para o ambiente virtual, contando com a estrutura material dos próprios estudantes (como acesso a computadores, por exemplo), utilizando principalmente ferramentas *online*, como o Moodle e formulários virtuais. Tendo em vista que a aplicação do curso se deu após a Pandemia da COVID-19, as atividades foram novamente reestruturadas para serem aplicadas em caráter presencial, nas dependências do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul, com o suporte das ferramentas virtuais. Além da estruturação, ficou estabelecido que o curso deveria ser ofertado em no máximo cinco encontros para não prejudicar os estudantes no curso do semestre letivo, sendo organizado no período entre as provas e os jogos escolares.

Dentre as dificuldades encontradas, a mais complexa foi definir os participantes. Inicialmente foram abordados trinta estudantes para a aplicação do curso, tendo sido realizadas no total 21 inscrições. Os participantes foram incluídos em um grupo de WhatsApp e os diálogos começaram em 12 de outubro de 2022, sendo confirmado o início do curso para o dia 20 de outubro de 2022. No dia 20 de outubro participaram efetivamente do curso nove estudantes, sendo que os demais inscritos alegaram: não compatibilidade de horários; não permissão dos pais e/ou responsáveis; e ainda alguns que não apresentaram nenhuma justificativa de desistência. O curso decorreu com os mesmos nove participantes, com poucas faltas e saídas antes do horário final, mas que foram supridas com atividades extras que eram entregues aos estudantes e devolvidas no início da aula seguinte.

Para uma maior participação dos estudantes todo o material prévio dos conteúdos foi impresso e entregue em mãos, afim de evitar quaisquer justificativas de não acesso ao conteúdo, caso fosse inserido no Moodle.

Outra observação a ser feita é quanto ao conteúdo aplicado. Durante o decorrer da aula 4, por exemplo, conforme o plano de aula, além do conteúdo de *marketing* empresarial, também havia sido planejado o conteúdo sobre financeiro,

porém ao notar a ausência de conceitos prévios de educação financeira nos estudantes foi identificadas barreiras ao aprendizado. A atenção do professor sobre a Zona de Desenvolvimento Proximal (ZPD) dos estudantes foi fundamental, pois em determinado momento foi necessário reestruturar as aulas de finanças devido às dificuldades de compreensão deste tema pelos educandos.

Portanto, para novas situações de aplicação do produto educacional o professor poderá reorganizar as aulas conforme a sua necessidade e tempo disponível com a turma, além da possibilidade de incluir temas que consideramos pertinentes para o momento.

#### 4.4. Perfil sócio demográfico dos participantes

Durante o curso, conforme explicado, cada participante escolheu sua alcunha, criando seu próprio avatar e, em conjunto, nomearam a turma. Assim, conforme Imagem 4, tem-se a turma “Tematifamos” e seus nove participantes: Salsicha, Tomate, Laranjinha, Mostarda, Babosa, Magali, Ruivinha, Uvinha e Ketchup.

**Imagem 4** – Tematifamos.



Fonte: os autores.

Nesta amostra, cinco eram estudantes do sexo feminino e quatro do sexo masculino. Conforme a Tabela 1 a faixa etária situou-se entre 15 e 18 anos de idade,

sendo quatro dos participantes com 15 anos, três dos participantes com 16 anos, e com 17 anos e 18 anos apenas um de cada idade.

**Tabela 1 – Características dos participantes.**

Dados	Número de participantes	Frequência (%)
<b>Idade dos Estudantes</b>		
15 anos	4	44,5
16 anos	3	33,3
17 anos	1	11,1
18 anos	1	11,1
<b>Curso dos Estudantes</b>		
Eletrotécnica	1	11,1
Informática	2	22,2
Mecânica	6	66,7
<b>Semestre dos Estudantes</b>		
2º semestre	5	55,6
4º semestre	2	22,2
6º semestre	1	11,1
7º semestre	1	11,1
<b>Quantidade de pessoas residentes na moradia</b>		
Duas	1	11,1
Três	2	22,2
Quatro	3	33,4
Cinco	2	22,2
Seis	1	11,1
<b>Renda familiar</b>		
Menos de R\$ 1.100,00	1	11,1
de R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00	0	0,0
de R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	4	44,5
de R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	1	11,1
Acima de R\$ 4.001,00	3	33,3
<b>Meio de Transporte dos Estudantes</b>		
Ônibus	3	33,3
Carro/Moto	4	44,5
A pé	1	11,1
Bicicleta	1	11,1

Fonte: os autores.

O curso em que os estudantes se encontram matriculados é, predominantemente, o Curso de Técnico em Mecânica, sendo seis de nove dos participantes; Curso de Informática soma-se dois participantes; Curso de Eletrotécnica apenas um.

Isso reflete a questão de presença no curso, visto que durante a aplicação do Produto Educacional todos os participantes estavam matriculados no período matutino. Apesar do horário dos participantes serem compatíveis com a aplicação do curso por temas, durante o decorrer da aplicação do curso dessa pesquisa, ainda que matriculada no período matutino, a participante Uvinha apresentou a peculiaridade da necessidade de ausência de 30 minutos antes do término de cada aula, o que foi previamente avisado e acordado.

Dos nove estudantes: um estava no 6º semestre do curso de Técnico em Eletrotécnica; dois estudantes estão cursando o 4º semestre de Técnico em Informática; e os demais, cursando o Técnico em Mecânica, encontram-se um no 7º semestre e cinco no 2º semestre. Sendo assim, cinco dos participantes estão matriculados no segundo semestre do E. M. Integrado dois estão matriculados no quarto semestre, e apenas um no sexto semestre e um no sétimo semestre.

A visão de período de matrícula e curso pode fornecer uma perspectiva inicial de quais conhecimentos os estudantes poderiam ou não apresentar em relação ao tema abordado no curso. Contribuindo para a nossa observação em relação à Zona de Desenvolvimento Potencial possível, baseada no conhecimento de quais disciplinas os estudantes já poderiam ter acesso no decorrer cursado de seus cursos.

Por meio dos dados do perfil sócio demográfico pode-se observar que a faixa etária dos participantes se situava entre 15 e 18 anos, sendo a maioria do sexo feminino (cinco de nove). Ainda que sem o contato prévio com o empreendedorismo por meio de disciplina na grade curricular do Ensino Médio Integrado, de modo geral os estudantes já tinham um conhecimento anterior de empreendedorismo e mais da metade demonstrou interesse em aprender, mesmo fora da disciplina, uma vez que a maioria dos participantes ainda estavam em semestres anteriores ao da disciplina da grade.

Como parte da compreensão do perfil dos participantes e para a formação do perfil sócio demográfico foi questionando também: 2.1. O Imóvel onde você mora é próprio ou alugado; 2.2. Quantas pessoas moram na sua casa; 2.3. Renda familiar (somando todas as rendas que contribuem para o sustento da família); 2.4. Qual o

principal meio de transporte; 2.5. Desenvolvimento de atividade remunerada e qual o vínculo.

Em relação à moradia, oito responderam residir em imóvel próprio e apenas um em imóvel alugado. Na questão “Quantas pessoas moram na sua casa, incluindo você? ”, três participantes responderam morar quatro pessoas na residência, dois participantes indicaram morar três pessoas, outros dois indicaram morar cinco pessoas na residência, um participante indicou residir duas pessoas e um participante indicou residir seis pessoas.

Acerca da questão de renda familiar, um participante declarou faixa salarial de até um salário mínimo (menos de R\$1.100,00), quatro participantes entre um salário mínimo e meio e dois salários mínimos (faixa de R\$2.001,00 a R\$3.000,00), um participante entre dois e três salários mínimos (faixa de R\$3.001,00 a R\$4.000,00) e por fim, três estudantes indicaram renda familiar acima de quatro salários mínimos.

O meio de transporte principal é o carro/moto para quatro participantes, seguido de transporte público para três cursistas e bicicleta ou a pé para os outros dois estudantes. Cabe indicar que nenhum dos estudantes que participaram da pesquisa desenvolve atividade remunerada.

Em se tratando de análise sócio demográfica, pode-se observar que um participante é pertencente das denominadas Classes D/E, e os demais participantes podem ser entendidos como pertencentes da denominada Classe C<sup>8</sup>. De acordo com reportagem sobre a desigualdade brasileira em 2022, as classes D e E contabilizam mais da metade das residências brasileiras (INFOMONEY, 2022).

Também foi questionado a influência familiar profissional dos participantes a partir das seguintes questões: 3.1. Profissão do pai; 3.2. Profissão da mãe; 3.3. Profissão do (s) responsável (is) legal (is); 3.4. Opinião sobre o que é empreendedorismo; e 3.5. Como tomou conhecimento sobre empreendedorismo.

Um dado interessante a se destacar é que, no caso dos participantes, nenhum deles é tutorado por um responsável legal que não o pai ou a mãe. Sendo assim, como profissão do pai, três participantes indicaram profissional autônomo, e para os outros seis cursistas, foram indicados: engenheiro, *personal trainer*, guarda municipal,

---

<sup>8</sup> As classes econômicas no Brasil são identificadas com base nos pressupostos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a partir da renda familiar, assim, facilitando a compreensão de dados para análise de desigualdade na sociedade brasileira (IBGE, 2022). De acordo com a reportagem da InfoMoney, a estratificação de classes em 2022 fica designada em Classe E, quando a renda domiciliar mensal é até R\$2,9 mil e a Classe E, quando a renda domiciliar mensal é entre R\$2,9 mil e R\$7,1 mil.

professor, atendente de *telemarketing* e técnico de segurança do trabalho. Como profissão da mãe, três participantes indicaram como sendo “do lar” e os demais aposentada (anteriormente secretária), autônoma, supervisora da SED (Secretaria de Estadual de Educação), técnica em enfermagem, vendedora externa e vendedora.

Pode-se correlacionar os maiores correspondentes de respostas em relação à profissão do pai, como autônomo, e da mãe, como profissional do lar, em um diálogo de, enquanto a maior correspondência profissional da figura masculina é autônoma, portanto, também empreendedor, da figura feminina é a dona de casa. Não cabe à inferência de qual a razão dessas figuras optarem por empreender ou por permanecer no lar, uma vez que não faz parte do escopo das perguntas realizadas, mas esse dado em específico se relaciona, em certa medida, à discussão da questão social da mulher enquanto espaço de trabalho e reforço ou quebra de estereótipos estabelecidos. Aqui, enquanto todas as nove figuras masculinas encontram-se ativas e trabalhando em alguma área, três figuras femininas encontram-se como profissional do lar, uma aposentada, e somente cinco ativas e empregadas em algum setor profissional.

Com base nas interações realizadas em sala de aula e, tendo em vista a atenção aos detalhes dos episódios interativos relevantes dos processos de aprendizagem em curso, pode-se realizar a análise microgenética de acordo com o proposto por Góes (2000).

Percebe-se alguns comportamentos que devem ser destacados com base nas respostas dos participantes. Uvinha, por exemplo, não demonstrou muito interesse no conteúdo. Conforme sua fala foi sendo analisada posteriormente nas gravações observou-se que ela estava participando pelo fato de estar perto do amigo Babosa. Além de conversar muito e até atrapalhar o outro participante a estudante ficou muito dispersa durante todo o tempo que participava e não desenvolvia as atividades conforme o solicitado. Durante o curso percebeu-se que não havia o interesse por parte da cursista. Acredita-se que ela estava participando pelo fato de receber o certificado de participação, que valeria horas de atividades complementares, mas ressalta-se que não há dados suficientes para afirmar se este foi realmente o incentivo que a levou a participar do curso.

Nesse sentido, sugere-se aos professores que venham a replicar este produto educacional que observem esse tipo de ocorrência. Considerando que situações similares podem vir a acontecer com determinado estudante vale refletir qual a melhor

forma de resolver a situação, visto que nem todos os estudantes tem o mesmo objetivo. Nossa abordagem foi estabelecer um diálogo com a cursista, que não foi totalmente satisfatório em relação à melhoria de participação da estudante no curso.

Na questão “Na sua opinião, o que é empreendedorismo?”, pode-se verificar as respostas apresentadas no Quadro 2:

**Quadro 2 – Na sua opinião, o que é empreendedorismo?**

<b>Participante</b>	<b>Em sua opinião, o que é empreendedorismo?</b>
<b>Salsicha</b>	Toda forma de empreender e conseguir lucro em cima disto.
<b>Tomate</b>	Vender um serviço ou produto.
<b>Laranjinha</b>	É o trabalho de pessoas corajosas que acreditam no seu potencial e tem projetos inovadores para o bem maior de todos.
<b>Mostarda</b>	Não tenho nenhuma opinião.
<b>Magali</b>	Na minha opinião é capacidade de conduzir ou coordenar.
<b>Ketchup</b>	Uma matéria que você aprende técnicas e conhecimentos de como empreender.
<b>Babosa</b>	É uma forma de aquisição de riqueza a base da administração.
<b>Ruivinha</b>	Uma maneira de empreender algo.
<b>Uvinha</b>	Ter um negócio.

Fonte: os autores.

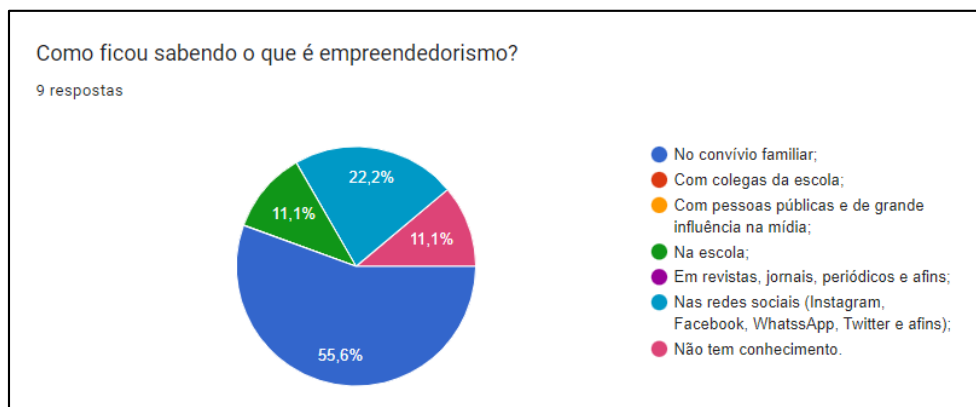
Percebe-se que as respostas dos participantes são, em geral, mais voltadas ao senso-comum, referindo-se ou à disciplina de empreendedorismo, como no caso de Ketchup, ou voltado para a ação laboral em algum nível, como nos casos de Tomate, Magali e Uvinha, ou como um aspecto amplo de empreendedorismo, como no caso de Salsicha, Babosa e Ruivinha. Das respostas, chama atenção a de Laranjinha, que abarcou aspectos tanto pessoais, quanto de proposta de estrutura e ação social. Apenas Mostarda indicou não ter uma opinião sobre a questão.

Foi importante ressaltar aos estudantes que não é necessário ser empresário para ser um empreendedor e que, contudo, nem todo empresário é considerado um empreendedor. Na realidade, todos nascem empreendedores, porém há uma relação com a cultura e depende de influência (família, escola) para se desenvolver. Por isso qualquer pessoa pode desenvolver a capacidade empreendedora, ou seja, o empreendedorismo pode ser aprendido e a capacidade de inovação ser desenvolvida (TATAGIBA, 2022).

O Gráfico 3, apresenta a resposta dos estudantes ao questionamento “Como ficou sabendo o que é empreendedorismo?”. Esta pergunta foi feita visando observar

o meio pelo qual os estudantes puderam ter acesso a informações sobre empreendedorismo.

**Gráfico 3** - Meio de informação dos estudantes sobre empreendedorismo.



Fonte: os autores.

Nota-se que a família possui uma grande influência em relação à noção de empreendedorismo, somando 55,6% das respostas. Seguido de redes sociais, somando 22,2% das respostas. A escola soma 11,1% das respostas. Opções de resposta como com colegas de escola ou em revistas, jornais e periódicos não foram escolhidas. Também, apenas 11,1% dos estudantes não tem conhecimento ou nunca ouviu falar sobre o tema. Nossa hipótese é que como a maioria serem alunos de 2º semestre e ainda não terem a disciplina na grade curricular, o tipo de conhecimento adquirido é mais informal, como o convívio familiar e as redes sociais, do que especializado ou educacional.

De acordo com Almeida (2019), o ensino do empreendedorismo tem ganhado força no ensino técnico-profissionalizante brasileiro dos institutos federais, uma vez que os institutos têm a prerrogativa legal de veicular o ensino do tema dentre os componentes curriculares, principalmente porque não se trata apenas de abrir um negócio, ainda que possa acontecer, o ensino se volta para o uso de princípios e técnicas de empreendedorismo que elevam o desempenho dos estudantes.

#### **4.5. Perfil empreendedor dos estudantes anterior a aplicação do Produto Educacional**

Parte da proposta da pesquisa foi acompanhar o desenvolvimento conceitual de empreendedorismo dos participantes. Para tanto, foi pensando e aplicado um

questionário prévio (Questionário 1) e outro posterior (Questionário 2) com perguntas sobre empreendedorismo e ser empreendedor, para que se pudessem acompanhar as possíveis mudanças de pensamento e percepção dos participantes. Durante a primeira aula foi aplicado o questionário prévio dos estudantes (**Apêndice E**). Para fins de compreensão, foram informados que as respostas foram transcritas de acordo com a grafia e gramática utilizada pelos participantes em todas as respostas.

A primeira questão levantada foi “O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?”. As respostas obtidas são apresentadas no Quadro 3:

**Quadro 3** – Questionário 1: O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Fazer uma faculdade de engenharia mecânica e civil.
<b>Tomate</b>	Faculdade.
<b>Laranjinha</b>	Pretendo fazer mais dinheiro no ano de 2023 abrindo meu estúdio, investindo na bolsa, fazer intercâmbio e estudar para entrar na Cásper.
<b>Mostarda</b>	Não sei ainda.
<b>Magali</b>	Faculdade ainda não resolvi.
<b>Ketchup</b>	Faculdade de engenharia civil e trabalhar para o governo nas obras estaduais, municipais e federais.
<b>Babosa</b>	Pretendo me graduar o máximo possível nas áreas de meu interesse, além de investir em alguns sonhos.
<b>Ruivinha</b>	Curso de arquitetura e trabalhar na aeronáutica.
<b>Uvinha</b>	Faculdade de medicina ou direito e montar minha empresa.

Fonte: os autores.

Com exceção de Mostarda, todos os demais participantes apresentaram uma prospecção de ações voltadas para o futuro, incluindo faculdade nos oito casos. Somente Laranjinha e Uvinha demonstram interesse em abrir ou empreender em um negócio próprio, a curto ou longo prazo.

Aqui vale ressaltar uma informação passada por Uvinha no questionário prévio e em conversa na aula 01, de que a faculdade de Medicina é uma vontade do pai sobre ela e não a que ela tem interesse, que é o curso de Direito. Além disso, após uma breve conversa informal via WhatsApp em abril de 2023 para entender melhor a visão de Uvinha, ela afirmou que sonha ter uma empresa de cosméticos.

A questão seguinte, para formação do perfil empreendedor, foi “Em sua visão, o que é ser empreendedor?”, cujas respostas apresentam-se no Quadro 4:

**Quadro 4 – Questionário 1: Em sua visão, o que é ser empreendedor?**

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	É saber investir e ter a capacidade de empreender da melhor forma possível.
<b>Tomate</b>	Viver vendendo seu serviço ou produto tentando se destacar no mercado.
<b>Laranjinha</b>	Corajoso, dono de si, criativo, bem humorado, focado e paciente.
<b>Mostarda</b>	Eu não sei.
<b>Magali</b>	Ser empreendedor é ser uma pessoa que tem a capacidade de dialogar, saber como lidar com problemas, ter mente aberta e saber liderar.
<b>Ketchup</b>	É você ter um negócio e saber vender ou melhor empreender, mas para você ser um empreendedor precisar saber negociar, saber fazer <i>marketing</i> .
<b>Babosa</b>	É correr atrás de sua aquisição de bens, na qual uma pessoa cria suas próprias empresas e a partir disso passa a administrá-las de forma que avance e tenha sucesso para obtenção de lucro ou seja, ser empreendedor é administrar sua empresa fazendo com que ela cresça e ganhe reconhecimento.
<b>Ruivinha</b>	Alguém que quer ter o próprio negócio ou a própria sucessão familiar você será o dono de si mesmo.
<b>Uvinha</b>	É ser responsável e ter uma empresa.

Fonte: os autores.

Novamente, apenas a participante Mostarda relatou que ainda não sabia. Já as respostas dos demais participantes destacam desde características que um empreendedor deve ter, como a resposta de Laranjinha “corajoso, dono de si, criativo, bem-humorado, focado e paciente”, mas também de Salsicha, Magali, Ketchup e Uvinha.

E em sentidos mais amplos, como desenvolver sua própria empresa, mesmo sem especificar quais características ou caminhos seguir, como no caso de Tomate, Babosa e Uvinha.

Em geral, nesse aspecto da questão, os participantes destacam algumas características que autores do campo também indicam ser necessárias, como conhecimento em *marketing*, responsabilidade, capacidade de administração e inovação, de liderança e de empreender, além de adaptabilidade em resolução de problemas. Demonstrando que, apesar de apenas dois participantes terem contato prévio com o tema, os estudantes foram capazes de perceber, ainda que, pelo senso comum, ações voltadas para empreender e empreendedorismo.

Diante das respostas vale destacar as palavras de Messa (2011, p.12) quando afirma: “o empreendedor deve saber fixar metas e objetivos e buscar meios que garantam a sua chegada ao esperado da melhor forma possível”. O conceito foi aplicado na primeira aula, mas a resposta apresentada anterior à explicação, mostra que os participantes já têm percepção sobre empreendedorismo.

A questão seguinte partiu de um cenário imaginário proposto para entender qual comportamento os participantes tomariam diante de uma situação problemática, sendo a questão “Imagine que você tenha iniciado um projeto/negócio, logo se depara com uma série de obstáculos, como você se comportaria? ”. As respostas são apresentadas no Quadro 5:

**Quadro 5 – Questionário 1: Comportamento diante de desafios.**

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Estudaria o mesmo e buscaria alguma outra forma de saída do problema, com dedicação no assunto.
<b>Tomate</b>	Buscaria maneiras de resolver ou tentaria evita-los, pois sou determinado e odeio desistir.
<b>Laranjinha</b>	Pensaria isso vai me fortalecer, tentaria resolver sozinha primeiro se não conseguir ia pedir ajuda, isso iria me fortalecer e consequentemente vou aprender mais.
<b>Mostarda</b>	Eu iria procurar uma solução e estudar bastante para passar esse obstáculo.
<b>Magali</b>	Procurar pensar na melhor maneira de resolver esses problemas.
<b>Ketchup</b>	Eu ficaria meio nervoso, mas eu tentava resolver os problemas e os obstáculos, tentando resolver do meu jeito.
<b>Babosa</b>	Procuraria um meio de vencer esses obstáculos. Para isso, primeiramente me acalmaria e organizaria esses obstáculos para que em cada um eu tente de forma precisa e cautelosa ultrapassá-los.
<b>Ruivinha</b>	Tentaria pensar com racionalidade e calma ver os obstáculos um por um e resolvendo-os.
<b>Uvinha</b>	Não sei.

Fonte: os autores.

Ser empreendedor é ser impulsionado para o sucesso e a visão precisa estar focada na superação de desafios. Por isso, é preciso ter um comportamento empreendedor com conhecimentos do negócio em si, de maneira que não haja fracassos diante dos problemas que possam surgir.

Ainda no aspecto de comportamento diante de desafios, a questão seguinte foi: “Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?”. As respostas são apresentadas no Quadro 6:

**Quadro 6** – Questionário 1: Comportamento quando desafiado.

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Comportamento sério e dedicação nesse mesmo assunto.
<b>Tomate</b>	Sou determinado, odeio desistir.
<b>Laranja</b>	Isso vai me fortalecer e vou aprender mais.
<b>Mostarda</b>	Eu penso que talvez, eu não consiga, mas continuo com a decisão até o fim e com o tempo me convenço a melhorar meu desempenho cada vez mais para concluir essa decisão.
<b>Magali</b>	Normalmente quando eu tomo uma decisão não costumo me arrepender mesmo que tenha sido uma decisão ruim, procuro aprender e retirar o melhor disso.
<b>Ketchup</b>	No começo eu vou ficar meio como eu vou ter que fazer, mas eu vou tentar do meu jeito.
<b>Babosa</b>	Ao ser desafiado, a primeira coisa que eu me colocaria a fazer é beber uma água me acalmar separa um tempo para pensar. Assim, então enfrentaria os desafios, já que os mesmos fazem parte da vida e enfrentá-los nada mais é que um ganho de conhecimento, experiências e novos aprendizados.
<b>Ruivinha</b>	Às vezes eu deixo outro impor a sua ideia como certo ou acaba em uma discussão ou acordo.
<b>Uvinha</b>	Tenho medo.

Fonte: os autores.

Na discussão de comportamentos diante de desafios apenas Uvinha não expressou uma alternativa para resolução de um problema, por medo. O tema medo não foi tratado em aula, apenas eram expostas situações para que pudessem “pensar fora da caixa”. Fazendo com que os estudantes dessem suas sugestões de como se comportar diante de desafios, resultando em uma resposta final da estudante Uvinha, na qual ela afirmou que conseguiu “perder esse medo”, mas não pode afirmar, pois ela não demonstrou esta evolução. Após muitas conversas com a estudante Uvinha pode-se levantar a hipótese que este medo que a estudante tem ocorre pelo fato das expectativas que a família tem diante do seu futuro profissional.

Ainda, destaca-se nas respostas dos demais participantes a persistência de continuidade seus planos ainda que diante de desafios, como Tomate, Mostarda, Magali, Ketchup, a busca pela melhoria e aprendizado, como Salsicha, Tomate, Laranja, Mostarda, Magali, Babosa e Ruivinha.

Nessa leitura também é possível perceber que apenas Babosa e Ruivinha demonstraram uma possibilidade de ação mais branda ou em busca ativa de uma ação buscando calma e racionalidade.

O Quadro 7 apresenta a resposta dos participantes quando questionados como é assumir um papel de liderança:

**Quadro 7 – Questionário 1: Como é assumir papel de líder e tomar a liderança?**

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	É assumir uma responsabilidade grande aonde terei de ter o controle emocional da situação.
<b>Tomate</b>	Quando não tenho total conhecimento da área fico receoso de tomar a frente.
<b>Laranjinha</b>	Eu gosto, desde pequena era eu que organizava as brincadeiras e também não gosto de ser mandada.
<b>Mostarda</b>	Me sinto com muita pressão mas dou o meu melhor e sigo em frente.
<b>Magali</b>	Não gosto.
<b>Ketchup</b>	Quando eu pego para fazer eu faço e movimento o negócio/empresa e faria tudo para dar o melhor.
<b>Babosa</b>	É ter segurança de que você está apto a administrar e ser a voz do seu grupo ou empresa além de ser consciente de que todas as ações e decisões estarão em suas mãos cabendo ao líder procurar soluções visando o melhor.
<b>Ruivinha</b>	Não acho tão difícil se eu já tiver uma noção do assunto mas se eu não tiver, prefiro estudar um pouco para assumir responsabilidades.
<b>Uvinha</b>	Não gosto.

Fonte: os autores.

As participantes Magali e Uvinha foram categóricas ao afirmarem não gostarem da posição de liderança. Este tema foi trabalhado na aula 3, na qual ambas tiveram bom desenvolvimento, conforme demonstrado na Tabela 3 e no “Desafio do *Marshmallow*”, na qual ficaram no mesmo grupo e se destacaram como líderes, mesmo que neste momento Ruivinha era a líder do grupo, embora não tendo um resultado positivo na atividade para o trio.

Apenas Laranjinha demonstrou gostar da posição sem ressalvas.

Tomate e Ruivinha indicaram certo desconforto de assumir uma posição sem conhecimento e preferem estudar para assumir o papel de líder.

As respostas de Babosa e Ketchup destacam-se dos demais por se tratarem de pontos de vista mais abrangentes do que a esfera pessoal sobre o conforto do papel de liderança, indicando mais características do que se espera do papel ou de

um líder, perpassando desde a assunção do papel buscando a melhor ação, até a segurança e capacidade de administração do grupo ou empresa.

Diante das respostas apresentadas é importante destacar que o líder consegue controlar o equilíbrio entre os resultados e possui maior probabilidade de vencer. Dessa forma, o líder deixa claro o caminho que deve ser tomado, e assim facilita que seus seguidores atinjam a realização de seus próprios objetivos, pois adotam metas positivas (SILVA; SIGNORINI, 2018).

O Quadro 8 apresenta a resposta dos participantes para a questão seguinte: “Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?”.

**Quadro 8** – Questionário 1: Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	De uma forma benéfica para ela onde a mesma possa achar uma boa ideia.
<b>Tomate</b>	Explicações ou analogias simples.
<b>Laranjinha</b>	“Você vai ficar mais bonita” “Vai valorizar mais o seu rosto” “É mais prático” “Dura muito tempo”.
<b>Mostarda</b>	Vendo da melhor forma possível e tento convencer a pessoa de que esse projeto é um negócio confiável e de ótima utilidade.
<b>Magali</b>	Eu apresentaria da melhor forma possível, mostrando as qualidades do meu produto e apresentando a eficiência e a qualidade.
<b>Ketchup</b>	Antes de apresentar o negócio/projeto eu iria pesquisar como que chama atenção das pessoas, e depois de pesquisar faria algo que chama muita atenção, apresentaria os projetos.
<b>Babosa</b>	O objetivo é expandir o projeto o negócio então procuraria formas de apresenta-los ao público com meios de comunicação onde a influência e onde poderia apresentar os objetivos visando influenciá-los (público) que a medida de que se interessem e buscam mais sobre.
<b>Ruivinha</b>	Apresento os pontos positivos e eficazes do meu projeto depois como eles iriam funcionar para melhorar a empresa.
<b>Uvinha</b>	Não sei.

Fonte: os autores.

Mais uma vez pode-se observar que Uvinha, mesmo que inicialmente tenha demonstrado a vontade de ter um negócio, neste momento disse não saber apresentar um projeto às pessoas.

Ainda no âmbito da apresentação da empresa foi questionado “Nesta apresentação que você faz sobre seu projeto/negócio, você se sente motivado e

motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios, ou a conversa se torna rápida e nada construtiva? ”, sendo as respostas apresentadas no Quadro 9:

**Quadro 9** – Questionário 1: Você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios?

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Me sinto motivado e tento ao máximo deixa-la também.
<b>Tomate</b>	Rápida mas tento fazer a pessoa entender os motivos principais.
<b>Laranjinha</b>	Acho que eu só vendo a minha mão de obra, não entendi “mais sobre negócios” e se a pessoa não tiver um?
<b>Mostarda</b>	Tento convencer eles e motivar eles a conversar e se interessar pelo projeto ou negócio.
<b>Magali</b>	Eu tentaria fazer as pessoas se interessar mais sobre o assunto e com isso elas procurariam saber mais.
<b>Ketchup</b>	Eu fico motivado para conversar sobre, mas tento esclarecer tudo bem rápido.
<b>Babosa</b>	Absolutamente motivado pois o intuito é que a conversa seja construtiva e de fácil entendimento para o interesse das pessoas.
<b>Ruivinha</b>	Eu tentaria motivar as pessoas sobre o meu projeto.
<b>Uvinha</b>	Não sei.

Fonte: os autores.

As duas questões acima englobam uma proposta de pensamento voltada para a apresentação, embora não necessariamente a venda de uma ideia ou negócio. A participante Uvinha afirmou não saber. Esse posicionamento da estudante foi observado como resposta em outras questões quando ela não queria falar sobre um determinado assunto. Na primeira parte, de apresentação, todos os oito participantes responderam voltados para a venda de uma ideia, sendo que apenas Ketchup indicou uma necessidade de estudo de contexto para ver o que atrairia na apresentação do negócio.

Laranjinha inclusive questionou sobre o que se trata a conversa em si. Essa resposta pode nos fazer pensar nas pesquisas e aplicações posteriores, em relação à necessidade de uma reformulação de perguntas ou mesmo de descrição mais detalhada para o perfil empreendedor dos participantes, para abrir espaço a respostas mais detalhadas e menos abrangentes, que não deixem dúvidas e tornem a visualização da ação mais clara aos estudantes.

Sabe-se que é fundamental estimular a prática por meio da educação e capacitação empreendedora em todos os cursos técnicos enfocando a concepção e

aperfeiçoamento de habilidades dos educandos, facilitando-os a entender que uma ideia não se trata apenas de apresentação, mas também tornar atraente para aquele que deseja investir poder vislumbrar a nova ideia de negócio. Contudo, poucos entendem sobre suas definições e como aplicá-la corretamente (CUNHA, 2022).

Os participantes também foram questionados se eles se sentiam preparados para iniciar um projeto ou negócio. As respostas obtidas são apresentadas no Quadro 10.

**Quadro 10** – Questionário 1: Você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio?

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Mais ou menos, preciso de muito mais experiência e amadurecimento.
<b>Tomate</b>	Não muito, não tenho tanto conhecimento nas áreas que pensar em abrir algo.
<b>Laranjinha</b>	Sim estudei bastante sobre o mercado e aqui na cidade poucas são focadas em tranças, o espaço eu tenho, falta os materiais e as modelos para treinar.
<b>Mostarda</b>	Não, por não saber nada.
<b>Magali</b>	Não.
<b>Ketchup</b>	Ainda não, por causa da escola que toma muito tempo, mas se não fosse retomaria o funcionamento do meu negócio de MDF.
<b>Babosa</b>	Não pois ainda não vejo totalmente mentalmente estruturado para administração a presenta da escola que irá interferir.
<b>Ruivinha</b>	Acho que não no estado em que estou agora mas mais para frente eu acho que conseguiria.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

Sobre abrir um negócio, Magali e Uvinha foram categóricas em dizer que não estão preparadas.

Tomate, por exemplo, justifica que não tem conhecimento na área para pensar em abrir um negócio.

Babosa, por outro lado, não se sente preparada por não ter em mente a estrutura que crê necessária e ainda em período escolar que pode interferir na gestão.

Ruivinha, por sua vez, indicou que não se sente preparada no momento, mas pode conseguir em um momento futuro.

Apenas a estudante Laranjinha se sente pronta e tem o projeto em mente, com local e possíveis clientes, o que ela sente que ainda lhe falta é mais treinamento para vender o serviço desejado.

Ketchup também surpreende na resposta ao apontar que mesmo precisando de tempo já teve um empreendimento próprio.

De acordo com Martins (2016) iniciar um negócio envolve riscos, é preciso que haja determinação, preparação na busca de conhecimentos para empreender. Quem se prepara antes de abrir o negócio precisa reduzir os riscos com a capacitação de cultura empreendedora.

Buscando identificar conhecimentos mais específicos dos participantes foram dedicadas questões como: “Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, Demonstração do Resultado do Exercício - DRE, fluxo de caixa, etc.)? Nos conte o que aprendeu sobre”. As respostas obtidas são apresentadas no Quadro 11.

**Quadro 11** – Questionário 1: Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa?

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Não
<b>Tomate</b>	Não muito, com jogos sobre administração e filmes sobre grandes empresas.
<b>Laranjinha</b>	Sei que tenho que separar o estúdio da minha pessoa física e colocar já uma meta de quantos eu tenho que separar para cada, não abri a conta no branco ainda mas isso é rápido, por hora a captação de clientes que estou com um pouco de receio mas pretendo começar a fazer nas minhas amigas.
<b>Mostarda</b>	Não.
<b>Magali</b>	Não sei.
<b>Ketchup</b>	Tudo não, mas eu tenho uma ideia de como funciona.
<b>Babosa</b>	Não.
<b>Ruivinha</b>	Sinceramente não sei.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

As respostas dos participantes apresentadas no Quadro 11 mostram que a respeito da mecânica e as formas de se dirigir uma empresa o conhecimento prévio dos estudantes de conteúdos aplicados e efetivos é mais escasso. Apenas Tomate,

Laranjinha e Ketchup demonstraram algum conhecimento prévio, sendo que Laranjinha já tem uma proposta pensada para aplicá-los.

Para dirigir uma empresa é preciso ter capacidade de desenvolver e elaborar uma visão sobre negócios, além de habilidades e atributos para persuadir pessoas, reconhecendo as oportunidades de mercado e produzir visões sobre o que se deseja alcançar, definindo o que se pretende fazer (BARBOSA, 2012).

Os participantes foram questionados quanto aos seus conhecimentos prévios a respeito de marketing ou finanças. As respostas obtidas são apresentadas no Quadro 12:

**Quadro 12** – Questionário 1: Qual seu conhecimento de *marketing* ou finanças?

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Que eles visam lucro acima de tudo usando terceiros para os mesmos.
<b>Tomate</b>	Mediano, tenho controle de Finanças mas não tenho tanta força em <i>marketing</i> .
<b>Laranjinha</b>	De 0 a 10 creio que 6
<b>Mostarda</b>	Não sei muito.
<b>Magali</b>	Não.
<b>Ketchup</b>	<i>Marketing</i> eu acho que é aquilo que chama atenção das pessoas por mais inútil que seja o produto.
<b>Babosa</b>	<i>Marketing</i> é a forma tecnológica de expansão e venda de um produto ou até mesmo evidenciando a empresa com o intuito de girar entre o público o conhecimento sobre tal.
<b>Ruivinha</b>	<i>Marketing</i> é a forma de você vender um produto fazer as pessoas comprarem o produto, finanças é como você organiza seu dinheiro em despesas investimentos e lazer.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

Tomate e Ruivinha foram os únicos participantes que responderam à pergunta sobre *marketing* e finanças. Isto sugere que, do ponto de vista metodológico, teria sido mais adequado desmembrar este questionamento em duas perguntas: uma específica para marketing e a outra para finanças, e posteriormente observado isso na aplicação do produto, onde nos primeiros tempo da aula 04, foram aplicadas as questões de marketing e bem aproveitadas ao passo que a parte de finanças foram passados apenas conceitos e técnicas iniciais, devido ao pouco conhecimentos dos alunos e a dificuldade para assimilar termos técnicos.

Tomate afirmou ter controle de finanças, mas não tanto conhecimento em marketing. Já Ruivinha, buscou descrever os campos. Em geral, sobre *marketing* os participantes demonstraram ter em mente o processo de venda.

Magali e Uvinha afirmaram não terem conhecimento sobre o tema. Diante disso, o tema da aula 04, pode dar um embasamento para essa questão, que posteriormente foi avaliada com melhor entendimento por parte da estudante Magali e como já mencionado a estudante Uvinha, quando não queria responder algo que ela não tinha conhecimento, sempre optava pela resposta – não sei.

Vale ressaltar que o *marketing* tem sido uma área de atenção para as empresas diante dos benefícios que proporciona, vale lembrar que a própria palavra já derivada do mercado. Dessa forma, todo empreendedor deve calcular os riscos em relação às questões econômicas do negócio, por isso o marketing se mostra fundamental por se tratar de um conjunto de estratégias que cria valor aos clientes e busca o alcance das metas do empreendedor, além de possuir formas que estimulam o consumidor a comprar o produto ou serviço (CHURCHILL JR.; PETER, 2012).

Buscando compreender ainda mais os conhecimentos prévios dos participantes a questão seguinte ocupou-se de saber “Hoje, caso tenha possibilidade de abrir um negócio, me conte se já fez análise de outras empresas para comparar os segmentos, local para isso e qual seria o produto ou serviço? ”. Pode-se verificar as respostas apresentadas no Quadro 13:

**Quadro 13 – Questionário 1: Já fez análise de outras empresas para comparação?**

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Não.
<b>Tomate</b>	Imagino na criação de uma empreiteira, usaria empréstimos para comprar terrenos e construir casas, depois as venderia.
<b>Laranjinha</b>	Sim, pesquisei alguns preços das concorrentes e varia demais, como não preciso de muito espaço vou fazer no escritório do meu pai, e deixar fixo alguns modelos de tranças com os preços.
<b>Mostarda</b>	Não sei.
<b>Magali</b>	Não.
<b>Ketchup</b>	Não.
<b>Babosa</b>	Não sei sobre empresa, mas vem muito em anúncios o local, onde abriria onde seria um fluxo de pessoas grande, o produto seria parte de vestimentas roupas ou xícaras.
<b>Ruivinha</b>	Não fiz análise de empresa nem de local.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

Nessa questão apresentada no Quadro 13 observa-se que apenas Tomate, Laranjinha e Babosa tem uma perspectiva de análise para comparação, sendo que Laranjinha é a única que declarou efetivamente já ter realizado esse tipo de pesquisa.

Tomate e Babosa, ainda que não tenham aplicado uma pesquisa de comparação, já apresentam planos para pensar um negócio.

Em diálogo com a questão anterior foi feita a seguinte pergunta: “Nessas análises que você fez, nos conte se já pensou quais seriam seus fornecedores e potenciais clientes? Nos conte um pouco sobre esse projeto/negócio”. Pode-se verificar as respostas apresentadas no Quadro 14:

**Quadro 14 – Questionário 1: Já fez análise de fornecedores e clientes?**

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Tenho ideia de compras e vendas.
<b>Tomate</b>	Potenciais clientes seriam pessoas que buscassem lugares acessíveis financeiramente.
<b>Laranjinha</b>	Mulheres, mais na faixa etária dos 15 aos 22.
<b>Mostarda</b>	Não sei.
<b>Magali</b>	Não.
<b>Ketchup</b>	Não.
<b>Babosa</b>	A sociedade precisaria de fornecedores dignos novos com o descobrimento de talentos onde os produtos sejam de qualidade para o público.
<b>Ruivinha</b>	Não.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

Vale destacar aqui no Quadro 14 que a participante Laranjinha, estudante do último semestre, já havia cursado a disciplina de Empreendedorismo e Inovação, e apresentou algum conhecimento, além de ter participado de oficinas anteriores ao curso sobre o tema, bem como demonstrado o interesse efetivo de empreender e ideias para desenvolver sua proposta.

Os participantes Salsicha, Tomate e Babosa, conseguem, de uma maneira simples, definir o que são fornecedores e clientes, mas não conseguem visualizar isso em seu projeto. Os demais participantes não fizeram a análise.

Uma questão relacionada feita nessa etapa do processo foi “Sobre esse projeto/negócios, nos conte um pouco sobre ele”, sendo as respostas dos participantes apresentadas no Quadro 15:

**Quadro 15** – Questionário 1: Projeto/negócio em mente.

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Comprar produtos e revende-los <i>online</i> . Ex. copos de cerâmica, produtos de café.
<b>Tomate</b>	Seria uma empreiteira que construiria casas para cliente ou por si só para vender, eu operaria como um engenheiro/arquiteto no início, quando o mercado se firmasse contrataria trabalhadores qualificados para trabalhos braçais, e logo outros engenheiros para confecção de projetos, me deixando livre apenas para cuidar da clientela e dos planos de expansão e revisar projetos se quisesse.
<b>Laranjinha</b>	O estúdio, eu estou no começo será focado em fazer tranças nagô e promover cursos e futuramente fazer um curso <i>online</i> ensinando as pessoas.
<b>Mostarda</b>	Não sei.
<b>Magali</b>	Não.
<b>Ketchup</b>	Eu tenho um projeto de voltar a minha empresa, mas eu procuraria achar os melhores fornecedores, por exemplo achar um material bom e barato e que não deixasse o preço caro para o comprador do produto.
<b>Babosa</b>	Loja de artesanato e produtos roupas, funcionários experientes e qualificados, inventaria tecnologia administração de bens e voltado para expansão da empresa administração cuidar de fiscalizar de impostos oriundos do dia-dia.
<b>Ruivinha</b>	Eu infelizmente não tenho um projeto.
<b>Uvinha</b>	- sem resposta -

Fonte: os autores.

A partir dos dados obtidos pode-se verificar que Tomate, com base em seus planos de futuro e conhecimento prévio tem o intuito de empreender na área de construção civil, por meio de empreiteira, construção de imóveis, compra de terrenos e venda de imóveis.

Laranjinha foi a participante que tem um plano de negócios mais ou menos estruturado e já pensado em alguns aspectos, sendo um salão de tranças de cabelo, a participantes já consegue antever, diante de seu conhecimento, de local de funcionamento, fornecedores, público alvo do negócio, alguns conceitos de *marketing*, finanças e procedimentos de organização empresarial.

Ketchup durante esse primeiro questionário identificou mais de uma vez sobre voltar a empreender em seu negócio de MDF, o que permite entrever que o participante tem um conhecimento prévio de empreendedorismo e o interesse em permanecer empreendendo.

Os demais participantes, embora em certos momentos do curso afirmaram saber definir ou ter algum projeto em mente, nesta questão optaram em responder não saberem. A exceção foi Uvinha, que não respondeu à questão, mesmo já tendo respondido anteriormente que tem a vontade de ter um negócio.

Das questões ainda realizadas nesse momento de primeiro contato foi feita a seguinte pergunta: “Você conhece indivíduos com talento? Nos conte o que isso desperta em você”. Pode-se verificar as respostas apresentadas no Quadro 16:

**Quadro 16 – Questionário 1: Conhece indivíduos com talento?**

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Não.
<b>Tomate</b>	Nenhum.
<b>Laranjinha</b>	Minha mãe ela é mil e um ela faz muitas coisas.
<b>Mostarda</b>	Conheço, algumas vezes minha amiga fala que sonha em começar um negócio e meus tios, dá até vontade mas nunca parei para pensar ou estudar sobre.
<b>Magali</b>	Sim, a minha amiga Karol, toca piano é muito linda.
<b>Ketchup</b>	Sim, meu pai, me desperta isso porque ele sabe vender e tem bastante cliente através do <i>marketing</i> .
<b>Babosa</b>	Meus amigos e eu pois cada um de nós possui conhecimentos ou talentos que de fato deve ser valorizados por nós mesmos.
<b>Ruivinha</b>	Não sei.
<b>Uvinha</b>	Meu pai.

Fonte: os autores.

Nesse âmbito pode-se observar que a principal inspiração dos participantes que responderam são amigos ou familiares próximos, como no caso de Laranjinha, Mostarda, Magali, Ketchup, Babosa e Uvinha, sendo que apenas Babosa elencou também como inspiração a si e seus conhecimentos e talentos, buscando valorizar o conhecimento que já tem.

No caso de Magali, a inspiração não é de cunho voltado ao desenvolvimento e gerência de negócios, mas da arte, o que também é igualmente válido e motivador. Os demais participantes não opinaram sobre a questão.

Também com o intuito de identificar o conhecimento prévio dos participantes foi elaborada a seguinte questão: “Você consegue identificar os conhecimentos que lhe faltam? Nos conte um pouco sobre o que acha que falta e o que acredita ser o seu diferencial”. Pode-se verificar as respostas apresentadas no Quadro 17:

**Quadro 17 – Questionário 1 Quais conhecimentos lhe faltam?**

<b>Participante</b>	<b>Resposta</b>
<b>Salsicha</b>	Me falta conhecimento aprofundado do mercado <i>online</i> e como também investimentos em dividendos. Meu diferencial é a vontade de buscar mais e mais.
<b>Tomate</b>	Iniciativa e mais estratégia, são responsáveis por fazer a pessoa buscar o sucesso e garantir os caminhos certos a seguir.
<b>Laranjinha</b>	Educação financeira e como captar mais clientes e gestão de tempo.
<b>Mostarda</b>	Já que eu não sei nada sobre, preciso saber tudo.
<b>Magali</b>	Sobre empreendedorismo me falta muito conhecimento.
<b>Ketchup</b>	Não.
<b>Babosa</b>	Sim e não. Há muitos tópicos de empreendedorismo que não é do meu conhecimento, creio que saberei mais profundamente quais de fato se estudar mais.
<b>Ruivinha</b>	Me falta conhecimento empresarial como ter um bom discurso e melhorar comunicação, meu diferencial é ter a mente aberta para novas ideias e ter criatividade.
<b>Uvinha</b>	Não.

Fonte: os autores.

Dentre as respostas pode-se observar que, embora alguns tenham ciência de que possuem algum conhecimento, nenhum dispensa a necessidade de aprender mais ou assuntos específicos. E aqueles que apontaram precisar estudar ou não souberam responder também se destacam.

Pode-se destacar a resposta de Salsicha, que entende que lhe faltam conhecimentos sobre o mercado *online*, mas aqui vale ressaltar que a intenção deles sempre foi de “ir atrás de mais conhecimento”, visto que procuraram fazer o curso mesmo em meio a um semestre.

Já a resposta de laranjinha, foi pensando na sua empresa, visto que ela tem o projeto bem formado na cabeça, mas com suas limitações e, Ruivinha sempre com a mente aberta para novos saberes.

A última questão dessa etapa foi “Para finalizar, nos conte os motivos dos seus estudos sobre o empreendedorismo, caso já teve a curiosidade de pesquisar. Caso negativo, tem interesse maior em qual área de conhecimento? ”. Seguindo as respostas no Quadro 18:

**Quadro 18** – Questionário 1. Quais os seus motivos para estudar sobre o empreendedorismo?

Participante	Resposta
<b>Salsicha</b>	Investir em cotas e dividendos do mercado <i>online</i> .
<b>Tomate</b>	Não tenho certeza se consigo um emprego de funcionário e se ficaria feliz com ele, por isso me asseguro de ser capaz de viver por mim mesmo caso necessite.
<b>Laranjinha</b>	Acho incrível ser dona do próprio negócio, você é a sua maior inspiração e coloca todo o seu potencial para fora.
<b>Mostarda</b>	Eu não sei ainda em que área vou entrar, mas me interessei bastante.
<b>Magali</b>	O motivo do meu interesse sobre empreendedorismo é que eu já tive um pequeno negócio e pretendo voltar com ele futuramente.
<b>Ketchup</b>	Eu tenho interesse em saber para ajudar meu pai nas vendas e se caso um dia precise abrir meu negócio de MDF novamente.
<b>Babosa</b>	Apesar de achar diversos interessantes não é do meu interesse, as partes que mais me interesse é do ramo de geografia meteorologia e moda.
<b>Ruivinha</b>	Não tenho estudo mas quero ter maior reconhecimento na área.
<b>Uvinha</b>	- sem resposta -

Fonte: os autores.

Com exceção de Uvinha, que se manteve mais restrita em suas respostas, de modo geral todos os participantes responderam em menor ou maior grau de conhecimento técnico ou prático, porém, mesmo que eles não reconheçam, em algum nível seus conhecimentos de senso comum também podem oferecer alguma perspectiva de conexão com conhecimentos científicos por meio da ZDP.

Aponta-se essa particularidade pois, seguindo os pressupostos de Vygotsky, mesmo aquele conhecimento não aprendido por educação formal ou técnica também faz parte do conhecimento que o sujeito dispõe sobre temas específicos e sobre o mundo. Além disso, o levantamento dos conhecimentos prévios dos estudantes permite ao professor definir com mais clareza como realizar o trabalho pedagógico com a turma, isto é, como elaborar e aplicar estratégias que, de fato, atuem na ZDP e assim promovam a evolução conceitual de cada participante.

#### **4.6. A atividade “Vendinha” – Antes da aplicação do Produto Educacional**

A Vendinha foi pensada como uma empresa fictícia, como uma loja de artesanato, com dois funcionários ainda em processo de estabelecimento de marca,

com algumas problemáticas enfrentadas no dia-a-dia de uma empresa, como mostra a Imagem 5:

**Imagem 5** - Empresa fictícia Vendinha.

Imagine você com o seguinte empreendimento para ser administrado.



Fonte: Autores

## VENDINHA

- **Loja de artesanato**  
 Vende diversos produtos além do artesanato em uma cidade turística.
- **Possui 2 funcionários**  
 Não há proatividade para vender os produtos e pouca experiência.
- **Marca da empresa**  
 Ainda não definida. Não há divulgação.

- **Controle de caixa e estoque**  
 Não tem computador, faz em caderno de caixa. Seu estoque é variado e sem inventário.
- **Contas pessoais e empresariais**  
 Não existe esta preocupação.
- **Fiscalização**  
 Multas por atraso de declarações e recolhimento de impostos.

Fonte: os autores.

Dentre alguns problemas enfrentados na empresa “Vendinha” observa-se a falta de experiência dos funcionários, o *marketing* que não é explorado, a falta de controle contábil e os impostos que não são recolhidos corretamente.

A questão a ser abordada pelos estudantes, afim de dar-lhes a maior liberdade de ação e sem direcionamento específico foi “Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?”. As respostas dos estudantes constam no Quadro 19:

**Quadro 19** – Respostas da aula 01 a respeito do caso “Vendinha”.

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
<b>Salsicha</b>	Com os poucos funcionários e com a minha instrução iria deixá-los motivados. O nome da empresa seria “Nato-art”, começaria a organizar e investir melhor no controle dos caixas e aos poucos adicionando computadores para melhor controle das contas criariam um <i>e-mail</i> próprio da empresa para enviar notícias e promoções aos consumidores. Sobre as fiscalizações seriam um dos primeiros problemas que tentaria resolver e assim por final iria divulgar meu comércio com bem mais frequência, com: caixas de som, criar meu próprio pet comercial. Exemplo: loja planeta do centro.

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
<b>Tomate</b>	Arrumar as finanças, contratar um contador ou gerente para fazer uma análise dos gastos e lucros. Em seguida, arrumar uma conta própria comercial para ela. Garantir controle: adaptar a lojinha com caixa e um sistema para controle de gastos e pagamento de multas e declarações. Organização: adaptar o quadro de funcionários ou contratar novos que saibam usar o sistema e saibam oferecer os produtos. No <i>marketing</i> após um controle de estoque e do quadro de funcionários qualificados, usar ou criar mídias sociais para promover a loja. Criar uma logo/marca e definir um público alvo. Em relação aos produtos, tendo mais clientes avaliaria os produtos mais vendidos, e incrementá-los para atingir mais vendas, otimizar os menos vendidos, se não obtiverem bom lucro extingui-los. Fazer avaliação com os clientes dos pontos fortes e pontos fracos da lojinha. Melhorar ou expandir os pontos fortes e em seguida conseguir clientes fiéis, assim, montando uma base de consumidores sólida.
<b>Laranjinha</b>	Ter um controle maior dos produtos e ver qual vende mais e o que não vende fazer doação. Conversar com os funcionários e ver se realmente estão dispostos, ver as qualidades deles e dividir quem faz o quê. Em relação a marca pedir ajuda para um profissional, ver a missão da loja e pensar na marca. Comprar um notebook, organizar o estoque pedir ajuda para um contador. Dividir as despesas da empresa, os salários, água, luz, e ter dinheiro para repor e comprar novidades. Em relação à fiscalização é bom contratar um advogado para ajudar.
<b>Mostarda</b>	Acho que faz bastante sentido ser um lugar turístico, sobre possuir dois funcionários eu iria motivá-los. A marca da empresa eu colocaria um nome bem suave e postaria no Instagram, WhatsApp, compartilharia com amigos e familiares. Controle pessoais empresariais iria estudar sobre e pesquisaria na internet como fazer, tentaria não pegar o dinheiro da vendinha. A fiscalização irei economizar e pagar as multas.
<b>Magali</b>	Acredito com a pouca experiência que tenho, mas que a empresa precisa passar por uma reorganização administrativa, treinamento de funcionários, contratação de um contador e gestor administrativo.
<b>Ketchup</b>	Para começar esse negócio, eu primeiro vejo os artesanatos que mais chamaria atenção dos compradores e mais baratos, depois eu achava os melhores fornecedores e na loja eu faria uma fachada bem chamativa, é um nome que fala o que vende, mas não fale o que vende ao mesmo tempo. Depois eu escolheria qual é a melhor forma de chamar a atenção do público que vai comprar e depois faria uma reunião com os funcionários, ensinando a melhor forma de vender e começava a vender até ter o valor para pagar as dívidas os gastos totais e continuar oferecendo o melhor negócio.

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
<b>Babosa</b>	Buscaria ter funcionários experientes e qualificados, teria uma marca para empresa, teria um inventário atualizado para saber o que tem na empresa e uma administração tecnológica, penso que a administração dos bens é voltada para a expansão da empresa, para que não caia na fiscalização como a vendinha.
<b>Ruivinha</b>	Para mim, como são dois funcionários, um cuidaria do caixa e o outro ficaria atendendo os clientes, chamando a clientela e vendendo os produtos, teria que ter uma marca, como por exemplo, “Vendinha Búzios”, faria um controle de caixa e estoque, para isso compraria um tablete ou um computador, para organizar os pagamentos. Faria uma distribuição dos resultados da empresa, por exemplo: 20% de salários para os funcionários, 40% das despesas e 40% lucro para melhor a empresa, desse pagaria as multas e regularizaria a vendinha.
<b>Uvinha</b>	Não saberia organizar, mas vejo que é uma empresa meio que clandestina, pois está tudo muito errado, principalmente em questão de atrasos e multas.

Fonte: os autores.

#### 4.7. Atividades realizadas no curso

Durante todo o curso foram aplicadas atividades específicas que envolveram os temas propostos em cada aula. Essas atividades permitiram que os participantes pudessem aplicar os conteúdos discutidos em atividades voltadas para o desenvolvimento de um projeto ou negócio.

Assim, a opção foi por apresentar nesse subitem dos resultados o conteúdo das atividades realizadas para acompanhamento tanto da experiência de aplicação do Produto Educacional quanto do desenvolvimento do conceito de empreendedorismo junto aos estudantes.

##### 4.7.1. Atividade aula 02

Na aula 02, cuja temática foi “Empreendedorismo e planejamento/estratégias”, foi realizada a atividade denominada “Atividade da viagem”, na qual a turma foi organizada em grupos de três pessoas, ou seja, três trios, cujo objetivo foi a simulação de como seria a abertura de uma empresa utilizando a matriz 5W2H.

A matriz 5W2H, uma ferramenta muito utilizada para compor planos de ação de maneira simples e eficiente, pois responde às perguntas que são determinantes como apresentado no próprio nome, pois resulta da união entre 5W (*what – why –*

*who – where – when*) e 2H (*how – how much*), traduzindo são perguntas feitas, como: o que, por que, quem, onde, quando, como e quanto custa? (RODRIGUES, 2017).

O grupo 01, composto por Salsicha, Laranjinha e Magali, simulou a abertura de uma empresa de jogos que apresentou a seguinte matriz, mostrada no Quadro 20:

**Quadro 20** - Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 01.

Questão	Resposta
<b>O que será feito?</b>	Uma empresa denominada “Games Looping”, um lugar para diversão e lazer.
<b>Para que?</b>	Para distrair e dar conforto as pessoas, jogando em um ambiente agradável.
<b>Onde?</b>	No centro da cidade de Campo Grande – MS.
<b>Quando?</b>	Nos próximos anos, já investindo no fliperama.
<b>Com quem?</b>	Grupos de sócios interessados no negócio.
<b>Como será feito?</b>	Investindo em games antigos, clássicos como Fliperama, nintendo e atari.
<b>Quanto vai custar?</b>	A curto prazo em torno de 20 mil reais.

Fonte: os autores.

No grupo 01, a participante Laranjinha apresentou durante as aulas firmeza em suas decisões em relação à empresa de tranças que quer abrir, porém foi vencida pela proposta da empresa do Salsicha, conforme apresentado pelo grupo 01.

O grupo 02, composto por Tomate, Babosa e Uvinha, simulou a abertura de uma empresa prestadora de serviços de projetos elétricos idealizada por Tomate, o que foi uma surpresa, pois Babosa sempre o mais falador e que sabe argumentar da vontade de ser modelo e criar sua marca de roupas, não se incomodou em falar da empresa do Tomate. O que mostra que mesmo com sua timidez o estudante Tomate soube argumentar e mostrar o porquê era melhor a sua empresa de projetos elétricos, ao invés de uma marca de roupas.

Apresentada na matriz no Quadro 21:

**Quadro 21** - Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 02.

Questão	Resposta
<b>O que será feito?</b>	Uma empresa para projetos elétricos residenciais e a sua execução.
<b>Para que?</b>	Revisar ou criar projetos elétricos residenciais ou para controle e execução, também executando o projeto, instalando a partir da elétrica e também automação.
<b>Onde?</b>	Nas zonas rurais como chácaras ou fazendas também expandido para zonas urbanas do Mato Grosso do Sul.
<b>Quando?</b>	Assim que houver administração qualificada na área.
<b>Com quem?</b>	Equipe técnica (no mínimo 2) para instalação e outra equipe para confecção dos projetos (mínimo 2) para criação e outra para revisão, além de parceiros para maior desconto com os materiais.
<b>Como será feito?</b>	Abertura de um escritório para fazer projetos, quando requisitado execução contratamos uma empreiteira, após certo nível de serviços práticos, contratar equipe próprio para instalação e formar parceria com produtores dos materiais.
<b>Quanto vai custar?</b>	Não usaremos muito Capital Inicial o negócio vai aumentar conforme a necessidade. Inicialmente R\$ 40.000,00

Fonte: os autores.

Complementando as respostas do Grupo 2 eles imaginaram que, quando o número de serviços começar a diminuir eles devem investir no *marketing*, focando na automação, pois toda a indústria necessita de automação para concorrer no mercado. E, concluem que:

[...] abriremos então mensalidades para manutenção certa mensalidade garante quantas visitas de técnicos necessitam, assim prendemos parte da clientela expandindo as outras equipes técnicas para serem capazes de solucionar problemas elétricos a níveis industriais, se as vendas baixarem investiremos na energia fotovoltaica atuando como projetistas e construtoras para lidar com as leis das concessionárias aplicando sempre quando houver finanças e mercado (GRUPO 2).

O Quadro 22, apresenta o grupo 03, composto por Ketchup, Mostarda e Ruivinha, que simulou a abertura de uma empresa de móveis e artesanatos em MDF, empresa que já tinha sido idealizada por Ketchup, porém não conseguiu se manter no mercado, mas, como ele disse em aula: “sempre tive vontade de retomar”, e embora não usaram isso nas repostas, se aliariam bem a proposta que Mostrada tem, que é ser decoradora de ambientes.

**Quadro 22** - Aplicação de Matriz 5W2H – Grupo 03.

Questão	Resposta
<b>O que será feito?</b>	Seria uma empresa de móveis e artesanato em MDF, melhoraria o produto, escolhendo melhores fornecedores, melhorando <i>marketing</i> contratando mais funcionários, e achar um lugar para montar a empresa.
<b>Para que?</b>	Os produtos servem para decorar ambientes e utilidades diversas.
<b>Onde?</b>	Inicialmente na avenida Júlio de Castilho perto da Panamá.
<b>Quando?</b>	O projeto deve ser executado daqui uns 4 anos.
<b>Com quem?</b>	A empresa pretende ser familiar.
<b>Como será feito?</b>	Inicialmente melhorando o <i>marketing</i> , em segundo atrás de melhores fornecedores, contratar bons funcionários, depois aumentando o capital para melhorar o ponto, compraria um terreno para montar um barracão para fábrica própria e futuramente um ponto de venda estratégico.
<b>Quanto vai custar?</b>	Como o custo do maquinário é alto em torno de R\$ 250.000,00

Fonte: os autores.

Nesta atividade, realizada em trio, pode-se observar que foi a ideia que alguns deles já tinham foi trabalhada e foi acatada pelo grupo como sugestão.

#### 4.7.2. Atividade aula 03

Durante a aula 03, cujo tema foi “Gestão de Pessoas”, foi realizada a atividade denominada “Você sabe se relacionar com as pessoas?”. Essa atividade foi muito importante neste momento, pois além da participação, enquanto professora junto com eles, foi um compartilhamento de experiências, pois muitas perguntas eram bem interessantes para a faixa etária e puderam gerar questionamentos e discussões com temas como, por exemplo, “prestar atenção quando uma pessoa fala comigo”, “pisar no amor próprio de outra pessoa” e “guardar mágoas”, foram questões discutidas na aula, como por exemplo o comentário de Ketchup, que muitas vezes uma pessoa está falando com ele, mas ele está “viajando na maionese”, ou comentários como da Ruivinha de que muitas vezes por seu jeito durona, pisa nas pessoas sem perceber, ou Babosa e Tomate que por serem mais quietos, e não sabem discutir, preferem guarda mágoas e sofrerem sozinhos.

O material utilizado para essa atividade é o disponibilizado pelo site Administradores (BERG, 2016), em teste de relacionamento com as pessoas, o

material, por sua vez, é baseado no trabalho desenvolvido por Ernesto Berg no livro *O Livro das Relações Humanas – Seu Manual para Obter Sucesso com as Pessoas*, de 2014. De acordo Berg (2016), existe a necessidade de se relacionar com as pessoas, pois é uma arte ou ciência de lidar com os outros de tal forma que a nossa autoestima e a dos outros permaneçam intactas, ao mesmo tempo em que melhoram a qualidade de nossos relacionamentos. O teste utilizado remete a um resultado, após responder questionamentos, buscando um parâmetro de relacionamento e se é estabelecido de boa ou má maneira com as pessoas em termos de empatia, compreensão e até mesmo bom humor.

Dentre as perguntas do teste encontram-se questões sobre facilidade de relacionamento com os outros, interesse pelos problemas dos outros, observação atenta de comportamentos, características e defeitos nos outros, facilidade de comunicação, julgamento dos outros, hábitos na maneira de se relacionar com as pessoas, educação, gentileza, temperamento na lida com outras pessoas, impulsividade, dentre outras perguntas. A Tabela 2, a seguir, mostra o entendimento dos resultados no teste elaborado por Berg (2016):

**Tabela 2 – Entendendo os resultados.**

De 21 a 25 pontos	<b>Ótimo.</b> Você domina os princípios e técnicas das relações humanas e sabe como utilizá-los positivamente. Demonstra interesse e respeito pelas pessoas. Mantenha esse espírito e continue a desenvolver suas capacidades de relacionamento interpessoal, pois colherá ainda maiores frutos no futuro.
De 17 a 20,5 pontos	<b>Você vai bem.</b> Conhece os fundamentos que norteiam o bom relacionamento, dá valor a isso e o demonstra através do seu comportamento. Pode, entretanto, melhorar em alguns pontos. Observe as afirmações onde não pontuou. Elas podem lhe dar indicações do que é necessário para isso.
De 13 a 16,5 pontos	<b>Sua pontuação é média.</b> Em alguns momentos você vai bem, e em outros, nem tanto, o que, esporadicamente, é possível que lhe traga algumas dificuldades de relacionamento. Precisa melhorar alguns itens. Veja as afirmações onde você não pontuou, ou obteve meio ponto; são boas pistas do que necessita melhorar.

Abaixo de 13 pontos	<b>Você precisa melhorar sua habilidade de relacionamento interpessoal.</b> Provavelmente você não se interessa, ou não dá muita abertura para interagir com pessoas, o que pode estar lhe causando grandes problemas. Veja as afirmações onde não pontuou, ou obteve meio ponto, procure analisar suas próprias atitudes, e o que você pode fazer para interagir mais e melhor com as pessoas.
---------------------	---

Fonte: Berg (2016).

A Tabela 3, mostra o resultado dos participantes.

**Tabela 3 – Resultado Tematifanos.**

CLASSIFICAÇÃO	PONTUAÇÃO	AVALIAÇÃO	TEMATIFAMOS
1º	20,5	Você vai bem	Tomate
2º	20	Você vai bem	Laranjinha e Ruivinha
3º	19,5	Você vai bem	Babosa e Salsicha
4º	19	Você vai bem	Ketchup e Uvinha
5º	18,5	Você vai bem	Magali
6º	16,5	média	Mostarda

Fonte: os autores.

Pode-se observar que com exceção da Mostarda, que está com pontuação média, onde aponta que pode haver dificuldades de relacionamento, os demais estão bem e apontam bons relacionamentos por meio do comportamento.

Nesta aula também foi aplicada a dinâmica denominada “Desafio do *Marshmallow*”, onde a ideia principal era a interação e a percepção do estudante de quem, entre os outros participantes, tem a habilidade de liderança, que já foi de imediato definida por cada grupo.

O desafio foi realizado em trio e as regras da dinâmica foram as seguintes:

✓ **A estrutura mais alta ganha:** a equipe vencedora será a que tiver a estrutura mais alta medida da superfície de mesa até o topo do marshmallow. Isso significa que a estrutura não pode ser suspensa a partir de uma estrutura superior, como uma cadeira;

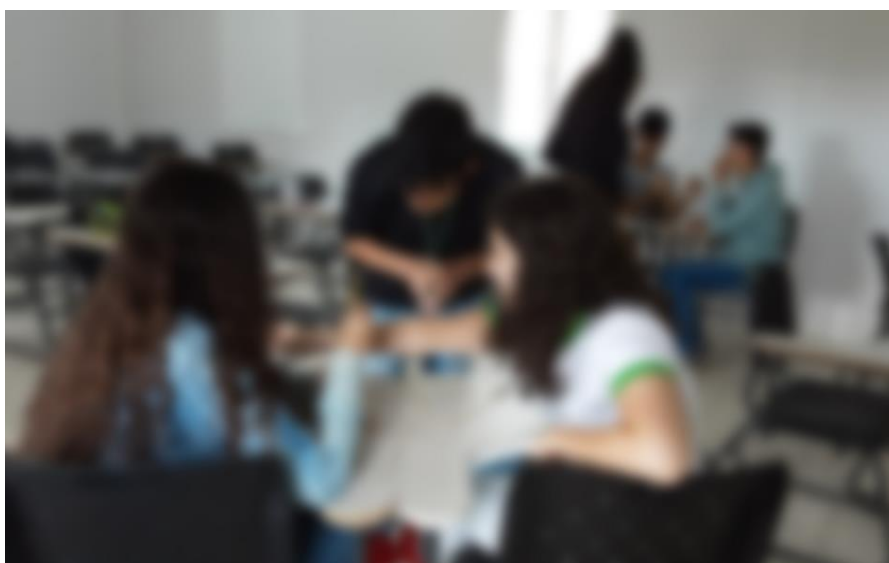
✓ **Todo o Marshmallow deve estar no topo:** o marshmallow inteiro necessita estar na parte superior da estrutura. Cortar ou comer parte do marshmallow desqualifica a equipe;

✓ **Pedaços do espaguete ou fita:** as equipes ficarão livres para quebrar o espaguete, cortar a fita ou o barbante para criar novas estruturas;

✓ **Tempo:** vocês terão 20 minutos para fazerem a estrutura.

O material disponibilizado para a atividade foi: 20 espaguetes, 1m de barbante, 20 pedaços pequenos de fita adesiva e um marshmallow para cada grupo. Conforme Imagem 6:

**Imagem 6** - Execução do desafio.



Fonte: os autores.

Nesta atividade em trio, distribuídos da seguinte maneira: Grupo 01 composto por Babosa, Tomate e Ketchup, definido o líder Ketchup, porém durante a execução observou-se uma nítida evolução no comportamento de liderança do estudante Tomate, propondo mudanças que ao final resultou na vitória da Equipe.

O grupo 02 formado por Salsicha, Laranjinha e Mostarda, tendo como líder Laranjinha. O erro deste grupo foi terem ficado muito preocupados, quando viram sua torre menor que do grupo 01, o que fizeram tomar uma decisão que causou a queda da torre. Uma pequena observação foi feita ao final ao medir as torres, pois a torre do grupo 02 já era a maior, mostrando assim, que nem sempre se pode ficar voltado ao que nosso concorrente está realizando, mas focar no nosso melhor.

O Grupo 03 formado por Magali, Ruivinha e Uvinha, tendo como líder Ruivinha, elas não se preocuparam com o tamanho da torre, mas sim, com sua sustentação (base da torre) e isso fez com que a base tivesse muitos palitos de macarrão, não sobrando para subir a torre.

#### 4.7.3. Atividade aula 04

No decorrer da aula 04, cujo tema foi “*Marketing* empresarial e finanças”, foi desenvolvida a atividade denominada “Plano de *Marketing* Pessoal”, onde cada participante foi indicado a observar a si e sua matriz de *SWOT* - *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*, uma ferramenta incorporada para auto avaliação, ou seja, fazer uma análise de suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, respondendo a diversas perguntas que lhes foram propostas.

Dentre as perguntas a respeito da matriz de *SWOT* ainda foram feitas questões para entender quais áreas que cada um quer atuar, então foram elaboradas tabelas com as respostas de cada estudante. O Quadro 23 apresenta as respostas do estudante Salsicha:

**Quadro 23** – Matriz SWOT do estudante Salsicha.

PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - SALSICHA			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Sou calmo, amo ler e também fiel às minhas ideias.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Sou preguiçoso e muito crítico em assuntos polêmicos.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Tenho bom senso sem misturar ao pessoal.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Deixar para última hora coisa importantes.
<b>O que te faz ser único?</b>	Sou pelo certo. Descontraído e fiel.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Às vezes sou inseguro.
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sou paciente, tenho pensamento a longo prazo e sou inteligente.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Negligência pessoal.

OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?	Calma, paciência e estratégia.	Suas principais dificuldades atualmente?	Ter muito sono, e morar muito longe do IF.
Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?	Sim.	Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?	Negligência, preguiça e ansiedade por nada.
Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?	Sou visionário, mas não totalmente focado.	Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?	Ansiedade, preguiça e falta de planejamento (por mais que eu planeje bem as coisas).
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Estudar Engenharia Civil e Mecânica.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Estudar, fazer o ensino superior e o mestrado; investir em fundos para ter liberdade financeira; Dar aula no IFMS; viajar muito para conhecer várias culturas, conhecer o mar, pois não conheço, e estudar várias línguas.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

Com as respostas de Salsicha e ao rever as gravações das aulas é possível notar que o participante foi sempre o primeiro a chegar para as aulas e cujas conversas eram diversas e sobre inúmeros assuntos, visto que um jovem com grandes perspectivas e interesse no crescimento pessoal e profissional. Suas respostas remetem muito às conversas desenvolvidas durante o processo de aplicação do Produto Educacional sobre a vida, sobre o que já tinha feito e o que estava fazendo.

O Quadro 24 apresenta as respostas do estudante Tomate.

**Quadro 24 – Matriz SWOT – Tomate.**

PLANO DE MARKETING PESSOAL - TOMATE			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
Maiores qualidades, dons e talentos?	Adaptação, acredito que sou inteligente, honesto e paciente.	Atitudes que prejudicam seu crescimento?	Quando não tenho interesse eu costumo procrastinar.

<b>PLANO DE MARKETING PESSOAL - TOMATE</b>			
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Persistente, organizado, lógico (tenho um bom pensamento lógico e senso crítico).	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Ser acomodado, tenho dificuldade para iniciar ou querer uma mudança.
<b>O que te faz ser único?</b>	Resistente e coordenado.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	As vezes sou inseguro, porém sou persistente (mesmo dando errado não desisto).
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Aprendo rápido, persistente, sou interessado, compromissado, construo hábitos rapidamente, sou prático.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Possessivo, controlador e não sou comunicativo.
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMEAÇAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Boas condições financeiras, estudar em boa escola, sei desenhar bem, sei tocar alguns instrumentos, entendo um pouco de inglês e tenho conhecimentos em filosofia.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Muitas responsabilidades pessoais.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Sou pouco comunicativo, tendo a desistir caso esteja indo mal no começo.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Tenho a oportunidade de ter uma família que me incentiva muito. Acredito que isso facilita o acesso ao mercado de trabalho e sou atento as oportunidades.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Dou muito valor a opinião externa.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b>			
<p>Resp.: Área profissional estética e pessoal.</p> <p>Pretendo adquirir um bom emprego após a faculdade, enquanto no meio tempo, cuidar da minha saúde, mantendo uma rotina de cuidados e outros objetivos.</p>			

### PLANO DE MARKETING PESSOAL - TOMATE

#### Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?

Resp.: Conseguir um emprego simples na área que gosto e me esforçar, se não alcançar tentar começar meu próprio negócio e expandi-lo. A medida que obtiver maior estabilidade dar passos mais longos. Estudar conteúdo do curso de eletromecânica, preciso me manter atualizado caso trabalhe no ramo. Ler livros que me interessam, para ter conhecimentos literários. Fazer pequenos investimentos, assim obtenho rendas passivas. Acompanhar as evoluções tecnológicas, caso precise, tenho que estar preparado para as oportunidades do mercado digital. Manter uma rotina na academia e alimentação balanceada.

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

Analisando as respostas do estudante Tomate o que mais chama atenção é em suas respostas ele se considerar não-comunicativo, uma vez que este estudante teve uma grande evolução neste sentido durante a aula. Ao realizar uma dinâmica de grupo no final da aula Tomate foi muito participativo e, com sua estratégia, sua equipe foi a vitoriosa. Soma-se a isso a observação que ao final do curso Tomate já era um estudante bem comunicativo com os demais colegas.

Diante das análises realizadas constatou-se que Tomate foi um participante que deixou claro que, inicialmente, o que mais chamou a sua atenção no curso foi a certificação oferecida (horas de atividades complementares), mas foi surpreendente como o estudante evoluiu ao longo do percurso das atividades.

O Quadro 25 apresenta as respostas da estudante Laranjinha.

**Quadro 25 – Matriz SWOT – Laranjinha.**

PLANO DE MARKETING PESSOAL - LARANJINHA			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Beleza, alegria, carisma, dança e companheirismo.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Preguiça e desmotivação.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Liderança e boa comunicação.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Desfocada, reativa, começo uma coisa e não dou continuidade, tenho muita falta de atenção.
<b>O que te faz ser único?</b>	Inteligência e criatividade.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Ligo muito para opinião dos meus pais.

<b>PLANO DE MARKETING PESSOAL - LARANJINHA</b>			
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Prestativo, proativa, esperta e flexível.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Preguiça.
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMEAÇAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Ser comunicativa.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Medo de não agradar meus pais e viver na bolha deles.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Medo de crescer.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Abrir meu próprio negócio, me formar e trabalhar com o que gosto.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Não criar responsabilidades e a insegurança.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Estudar para entrar na Cásper.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Me formar, meu TCC ser aprovado, terminar meu estágio e melhorar meu relacionamento.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

A participante Laranjinha, única maior de idade, apresentou um conhecimento prévio sobre empreendedorismo pois já havia cursado a disciplina e por estar no último semestre do Ensino Médio Integrado.

Apresentou-se muito participativa, proativa e comunicativa, porém, durante o curso, teve dificuldades de seguir sua linha de raciocínio, perdendo o interesse de maneira rápida. Outra característica de destaque é o incômodo de estar em uma posição de receber ordens.

Desde o primeiro momento a estudante já apresentou o interesse de abrir seu estúdio de tranças nagô junto com sua tia, mas ciente de que na cidade de Campo Grande – MS não existe um campo ou clientela já formada.

O Quadro 26 apresenta as respostas da estudante Mostarda.

Quadro 26 – Matriz SWOT – Mostarda.

<b>PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - MOSTARDA</b>			
<b>FORÇAS</b>		<b>FRAQUEZAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Ser comunicativa e determinada.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Sou muito nervosa e respondo às vezes.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Autêntica.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Eu penso que eu nunca vou chegar aonde eu quero alcançar.
<b>O que te faz ser único?</b>	Ser eu mesma.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Eu sou um pouco preguiçosa.
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sou observadora e eu vou até o fim e dou o meu melhor.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Eu acho que eu nunca vou chegar a lugar nenhum.
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMEAÇAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Sendo eu mesma, já sou diferente das outras pessoas. Sou uma pessoa positiva e feliz.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Sobrecarga de atividades.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Eu mesma, pois sempre acho que não vai dar certo.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Sou dedicada, já visionário estou melhorando, começando a prestar atenção no mercado.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	A preguiça e a ansiedade.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Direito ou Design.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Eu tento melhorar cada vez mais. Me organizar para saber como vou fazer e o que tenho que pesquisar.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

A estudante Mostarda demonstrou ser uma pessoa muito descontraída e contente, sempre disposta a fazer as atividades. Porém, ao mesmo tempo, ela se mostrou em alguns momentos com medo de nunca conseguir atingir com perfeição os objetivos, o que, em consequência, diminuiu a motivação dela nas atividades.

O Quadro 27 apresenta as respostas da estudante Magali.

Quadro 27 – Matriz SWOT – Magali.

<b>PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - MAGALI</b>			
<b>FORÇAS</b>		<b>FRAQUEZAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Ser comunicativa.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Procrastinar.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Liderança.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Medo de não dar certo.
<b>O que te faz ser único?</b>	Não sei dizer.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Não sei.
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sou perseverante.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Sentir medo.
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMEAÇAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Determinação, mesmo com medo sempre sigo em frente.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Saber organizar meu tempo.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Eu mesma.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Prestar vestibular e estudar no instituto federal participando de palestras e oficinas.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Minha impaciência.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Engenharia mecânica.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Ser uma das melhores engenheiras mecânicas no Mato Grosso do Sul. Abrir a minha empresa de engenharia para não ter que trabalhar para os outros.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

Magali apresentou-se durante a aplicação do Produto Educacional de uma maneira segura de si, mas impaciente, sendo que a própria estudante se descreve de tal forma. Apresentou também conhecimento prévio sobre empreendedorismo, pois de acordo com ela seus pais falam muito sobre o tema em casa. No entanto, observando a estudante durante as aulas ainda apresentou dificuldades de fruição de ideias, o que se supõe ser devido à falta de conhecimento prático.

O Quadro 28 apresenta as respostas do estudante Ketchup.

**Quadro 28 – Matriz SWOT – Ketchup.**

<b>PLANO DE MARKETING PESSOAL - KETCHUP</b>			
<b>FORÇAS</b>		<b>FRAQUEZAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Caríssima, consigo chamar a atenção das pessoas e tenho voz de comando.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Minha ansiedade, quando não dá certo eu fico nervoso.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Liderança.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Eu penso muito no que as pessoas vão falar ou vão pensar de mim.
<b>O que te faz ser único?</b>	Meu cabelo loiro platinado.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Escuto de menos.
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sou muito prestativo, alegre e sempre tento pensar na frente.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Eu julgo demais as pessoas.
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMEAÇAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Canhoto mas toco violão com a mão esquerda.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Não ter tempo pra mim.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Alguns tipos de amigos e sou muito fofoqueiro.

PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - KETCHUP			
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Penso em ampliar meus horizontes e estudar mais.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Tenho memória curta. Pensar mais nas pessoas do que em mim e fofocar.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Engenharia Civil.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Ser rico e ter uma empresa de sucesso. Não quero ser famoso, só pretendo ser rico, sou muito alegre prestativo e penso na frente. A verdade que eu preciso estudar mais pois, eu não presto atenção nas aulas, eu sou muito desfocado em algumas coisas então, preciso ser mais determinado, para alcançar esses objetivos.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

O participante Ketchup mostrou-se gostar de atenção para si, gostando de ser ouvido e buscando atenção. No entanto, durante o curso, mostrou-se disperso na aula e inquieto, com dificuldades de focar nas discussões, tendo aproveitado melhor as atividades de desafios e o papel de liderança. Apesar de Ketchup não ter apresentado muita experiência com empreendedorismo, seu pai é empreendedor, o que acarretou no interesse de Ketchup por *marketing* e pelas vendas dos produtos que o pai comercializa.

O Quadro 29 apresenta as respostas do estudante Babosa.

**Quadro 29** – Matriz SWOT – Babosa.

PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - BABOSA			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Minhas qualidades são: criatividade, extroversão. Flexibilidade e pro atividade. Meu dom: conhecimento e beleza e meus talentos são: escrita, moda e saber desfilar.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Ser uma pessoa impaciente, se irritar facilmente, além de ser muito estressado e surtado. Procrastinador, impaciente e raivoso.

PLANO DE MARKETING PESSOAL - BABOSA			
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Sempre estar disposto a tentar de novo, ajudar o próximo, a correr atrás dos meus sonhos.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	O fato de ser muito bravo e estressado.
<b>O que te faz ser único?</b>	Ser apenas eu. Creio que você por si já é o único com o seu jeito de ser e qualidades.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Muitas vezes ligar para o que os outros pensam (mas é algo passageiro então, nem ligar).
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sou uma pessoa extrovertida, criativa, flexível, proativa, risonha alegre e dorminhoco.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Às vezes achar que meu jeito desagradou o próximo.
OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Creio que a habilidade de aprender rápido. Desfilas nas passarelas além de saber fazer pesquisas ser organizado e saber administrar.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Um pouco da ansiedade pelas notas, manter a calma e acreditar na minha inteligência.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Eu mesmo. Se caso eu não manter o foco e a cabeça em pé me prejudicarei total.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Creio que <i>marketing</i> digital de roupas, talvez!	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Impaciência, falta de calma, estresse, o fato de ser estressado e surtado.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b>			
Resp.: Área da moda, como modelo de passarela e fotográfico, área de Geografia como meteorologista ou área de arqueologia como arqueólogo.			

### PLANO DE MARKETING PESSOAL - BABOSA

#### Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?

Resp.: Ser alguém influente na minha respectiva área de sonho, ser inspiração para muitos e aproveitar o máximo da vida. Ter foco para obter mais sucesso e evolução. Ser mais paciente para entender que tudo acontece no seu tempo. Parar de procrastinar, pois adiantar as coisas é melhor do que atrasar. Tentar não se irritar facilmente para dar certo, preciso manter a calma.

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

Babosa se mostrou um estudante ativo, criativo e organizado, com muitas ideias ainda sem definição e demonstrando interesse por diversas áreas ao mesmo tempo. Ainda que tenha se mostrado disperso em alguns momentos devido à participação de sua amiga Uvinha, que muitas vezes atrapalhava o seu desempenho, devido as conversas paralelas, além de ter indicado problemas pessoais e familiares, demonstrou durante o curso bastante inteligência e interesse nos temas.

O Quadro 30 apresenta as respostas da estudante Ruivinha.

**Quadro 30 – Matriz SWOT – Ruivinha.**

PLANO DE MARKETING PESSOAL - RUIVINHA			
FORÇAS		FRAQUEZAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Sou boa em esportes, sei desenhar e meu carisma.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Não conseguir dar ouvido aos outros.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Minha altura.	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Me estresse rápido.
<b>O que te faz ser único?</b>	Minha força emocional.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Não tenho calma para fazer as coisas.
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Sempre ajudar as pessoas.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Pensar muito na opinião dos outros se eles vão gostar ou não de mim eu tenho traços do meu pai.
OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Saber dançar, ser empreendedora, ser bem-humorada, sempre ajudar as pessoas.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Não ter dinheiro.

<b>PLANO DE MARKETING PESSOAL - RUIVINHA</b>			
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Eu mesmo.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Ser uma pessoa mais disciplinada.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Minha ansiedade.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Área militar.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Ter dinheiro para ajudar minha mãe, ser empreendedora, ter mais disciplina focar nos meus objetivos e ter mais calma.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

A participante Ruivinha foi uma das estudantes mais dispersas e que demonstrou não prestar atenção nas aulas, embora quando expressava sua opinião falava com determinação e certeza. Não é possível indicar uma justificativa para a dispersão, no entanto Ruivinha foi uma das estudantes mais novas da turma, tinha pouco conhecimento sobre o tema empreendedorismo, mas sempre dava opinião nos temas que eram abordados.

Por fim, o Quadro 31 apresenta as respostas da estudante Uvinha.

**Quadro 31 – Matriz SWOT – Uvinha.**

<b>PLANO DE MARKETING PESSOAL - UVINHA</b>			
<b>FORÇAS</b>		<b>FRAQUEZAS</b>	
<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>	<b>Perguntas</b>	<b>Respostas</b>
<b>Maiores qualidades, dons e talentos?</b>	Organizada, tenho talento para praticar esportes, cordialidade e sinceridade.	<b>Atitudes que prejudicam seu crescimento?</b>	Um pouco de desinteresse.
<b>Maiores diferenciais, aquilo que se destaca em você?</b>	Extrovertida e humildade	<b>Pensamentos e crenças que te sabotam?</b>	Falar demais.
<b>O que te faz ser único?</b>	Consciência e capacidade.	<b>O que te impede de ser feliz?</b>	Não sei.

PLANO DE <i>MARKETING</i> PESSOAL - UVINHA			
<b>Quais seus pontos fortes?</b>	Colaboração, criatividade e boa comunicação.	<b>O que te faz sentir desconfortável?</b>	Quando minto algo para alguém.
OPORTUNIDADES		AMEAÇAS	
Perguntas	Respostas	Perguntas	Respostas
<b>Habilidades que te diferenciam das outras pessoas?</b>	Iniciativa e desempenho.	<b>Suas principais dificuldades atualmente?</b>	Foco.
<b>Tem mente empreendedora e aberta a novas possibilidades?</b>	Sim.	<b>Quem e o que podem te atrapalhar diretamente no seu sucesso?</b>	Eu mesmo, por falta de foco e medo.
<b>Sendo visionário, dedicado e atento ao mercado, quais oportunidades você enxerga ao seu redor?</b>	Montar meu próprio negócio por ser uma pessoa diferenciada.	<b>Quais aspectos da sua personalidade você acha que podem te prejudicar?</b>	Pela falta de foco, falta de paciência e insegurança.
<b>Qual área da sua vida deseja focar?</b> Resp.: Penso em muitas áreas Medicina, Direito, até Medicina Veterinária.			
<b>Qual(ais) seu(s) objetivo(s)?</b> Resp.: Montar meu próprio negócio e ter foco.			

Fonte: Os autores, a partir do registro da aula 04.

Uvinha, apesar do pouco conhecimento prévio sobre o tema e ter receio de se expressar por medo de errar, foi muito comunicativa e era muito animada no curso. Durante o período a estudante comunicou pressão familiar por resultados, sendo uma cobrança paterna de tornar-se uma pessoa bem-sucedida, o que pode ser correlacionado ao seu medo de se expressar errado.

De modo geral observou-se que os estudantes puderam expor todos os pontos que podem ser explorados diante de uma análise de SWOT, evidenciando onde podem melhorar, conseguindo enxergar suas fraquezas e principalmente seus pontos fortes para desenvolver um papel de empreendedor. Percebeu-se que o ponto principal nesta atividade para eles foi o autoconhecimento e para a nossa avaliação foi entender melhor os anseios de cada estudante.

#### 4.8. A atividade “Vendinha” – Após aplicação do Produto Educacional

Conforme já abordado anteriormente a atividade denominada “Vendinha” foi a atividade utilizada para acompanhar o desenvolvimento conceitual dos participantes. Foi oferecida antes das aulas divididas por temas e depois, afim de acompanhar a noção e percepção dos participantes sobre o processo de empreender.

**Imagem 7** - Empresa fictícia Vendinha.

Imagine você com o seguinte empreendimento para ser administrado.



Fonte: Autores

## VENDINHA

- **Loja de artesanato**  
 Vende diversos produtos além do artesanato em uma cidade turística.
- **Possui 2 funcionários**  
 Não há proatividade para vender os produtos e pouca experiência.
- **Marca da empresa**  
 Ainda não definida. Não há divulgação.
- **Controle de caixa e estoque**  
 Não tem computador, faz em caderno de caixa. Seu estoque é variado e sem inventário.
- **Contas pessoais e empresariais**  
 Não existe esta preocupação.
- **Fiscalização**  
 Multas por atraso de declarações e recolhimento de impostos.

Fonte: os autores.

Segundo Zanluca (2022), não basta ter boas ideias, determinação, força de vontade, tempo e dinheiro, mas o empreendedor precisa ter preparo adequado, planejamento e gerir bem as finanças, pois é a partir dos registros contábeis que poderão ser fornecidas informações sobre custos, giro de capital, encargos e tributos. O autor ainda destaca que muitas empresas fecham suas portas e entre as principais razões está a falta de capital de giro pela falta de boa administração dos negócios e um bom plano de marketing.

Para que seja analisado a evolução conceitual dos participantes o caso da vendinha foi respondido novamente pelos estudantes no último encontro (aula 05).

O Quadro 32 apresenta os resultados obtidos:

**Quadro 32** – Respostas para o caso “Vendinha” ao término do curso (aula 05).

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
<b>Salsicha</b>	Primeiro eu criaria o nome próprio para essa vendinha “AHDA”, por exemplo. Criaria contas separadas para pessoa física e pessoa jurídica pois em uma empresa não podemos misturar os patrimônios. Criaria uma forma para ter uma devolutiva dos clientes se eles estão satisfeitos ou não com os produtos. Faria toda a parte regularização fiscal da empresa pagando as multas e declarando os impostos para não ficar inadimplente. Com o comércio no caminho e os 2 funcionários ganhando e ficando mais experientes contrataria novos funcionários e os 2 veteranos iriam treina-los. Depois da lojinha estar bem situada financeiramente e popularmente entre a região do centro iria investir com força em novas áreas e assim ganhando mais conhecimento. De uma pequena lojinha de comércio até uma grande rede de comércios artesanais.
<b>Tomate</b>	Primeiramente pagar as multas e declarar os impostos que tiverem atrasados para evitar mais dívidas em seguida controlar o fluxo de caixa e fazer o inventário do estoque avaliar os lucros e os produtos mais e menos vendidos assim excluindo os menos vendidos e comprar mais produtos seguindo os interesses do cliente. Em segundo lugar trocar o quadro de funcionários para melhor atendimento criar uma “logo” e investir no <i>marketing</i> focando no meio digital também diversificar as vendas como por exemplo venderem lotes e entrega em domicílio para ter mais acesso aos clientes. Assim que apresentar mais lucros líquidos criar uma conta própria da empresa para maior controle dos gastos e investir na vendinha seja para melhores vendas ou abrir outra filial.
<b>Laranjinha</b>	Eu entendi várias coisas que pensavam que eram diferentes, como por exemplo, em relação as contas pessoais e empresariais, sei que para uma boa sobrevivência da empresa não pode misturar esses patrimônios, deve-se separar com pró labore as retiradas dos sócios para pagar os impostos corretamente. Claro que é essencial um programa de computador para fazer o controle de caixa e estoque não apenas no caderninho, pois como há vários itens para venda, é impossível este controle manualmente. Em relação a este estoque não ter uma variedade muito grande de produtos, fazer a seleção do que realmente se vende sozinho. Com relação aos funcionários, uma ideia seria o aumento da comissão, assim poderiam ser mais motivados, além de promover treinamentos. Contratar um publicitário para administrar a marca da empresa.
<b>Mostarda</b>	Acredito que por ser em uma cidade turística, isso já ajuda muito, então seria um treinamento para os funcionários e conforme aumente a demanda de vendas, aumentar o quadro de funcionários, separando as funções. Criaria uma marca para a empresa, como por exemplo: “Feel Slite” e divulgaria em várias mídias sociais. Precisaria de um computador para organizar o estoque e o caixa da empresa e primeiro tentar vender o que já tem, para depois fazer novas compras, comprando apenas o essencial

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
	para revenda. Com essas organizações, acredito que logo regularizaria as multas e impostos que estão pendentes.
<b>Magali</b>	Eu primeiramente iria pesquisar o local onde vou montar minha empresa e ver quem são os meus concorrentes, compraria um computador para fazer o controle de caixa estoque, contrataria mais funcionários com experiência faria uma conta física e uma conta jurídica, separando as contas empresariais das contas pessoais a marca da minha empresa. O <i>marketing</i> seria o combustível para a minha lucratividade e eu colocaria o nome de “Camboriú artesanato e Cia”, agora com a minha marca definida, vou fazer minha logo para divulgação com panfletos, Instagram e outras redes sociais, assim chamaria mais atenção dos clientes para comprar os produtos com isso aumentando os meus lucros. Com mais dinheiro em caixa vou quitar as multas e fazer as declarações que estão em atraso, regularizando minha empresa.
<b>Ketchup</b>	Para começar essa lojinha, colocaria ela em um ponto estratégico em João Pessoa na Paraíba, pagaria um curso para os funcionários para terem mais experiência a marca da empresa seria bem chamativa para os clientes. Para termos o controle de caixa investiríamos em um computador, faríamos um inventário abriríamos uma conta de pessoa jurídica e colocaria o dinheiro que se é gerando na empresa, para pagar os gastos da empresa, sem misturar com o patrimônio dos sócios, com o dinheiro que giraria na empresa usaríamos para pagar as contas que estão em aberto as dívidas e regularizaria a empresa durante o processo que se estivessem na justiça.
<b>Babosa</b>	Primeira atitude era uma marca para empresa, pensei em Mindie, outra coisa que me chamou atenção na vendinha venda somente de artesanato poderia vender também como é numa cidade turística vender camisetas personalizadas. Sobre os funcionários acredito que a partir de que o que os fluxos das vendas melhorassem o incentivo deles também aumentaria principalmente se colocasse em uma comissão de vendas, e Claro fazer cursos profissionalizantes para melhor atender o cliente, para o controle de caixa estoque é muito importante um sistema tecnológico pois não se faz nenhum controle sem planilhas e inventário possuir o inventário frequente para contagem do estoque venda e divulgação, o vínculo da empresa entre o eu - pessoa física e eu - pessoa jurídica, será limitado o lucro da empresa terá a minha parte direcionada ao meu eu físico porém a maior parte ficaria com investimento contínuo da empresa, sobre a fiscalização entendo que essa vendinha é clandestina pois tem muitas declarações sem ser feita e multas a pagar acredito que com a regularização dessas declarações e multas a empresa começaria a caminhar com suas próprias pernas.
<b>Ruivinha</b>	Criaria uma marca inovadora para a empresa, como por exemplo: “Artesanal Sale”, destinaria um funcionário para controlar o estoque e outro para atender os clientes enquanto isso fazendo treinamento com eles até o melhor controle das finanças da empresa. Como

Participante	Como resolver os problemas enfrentados pela empresa?
	fazer aquisição de computadores para melhor controle de caixa e estoque pois um controle eficaz de caixa e estoque faz com que tenhamos melhores resultados no final do mês. As contas teriam que ser destinadas e separadas como os gastos fixos gastos variáveis gastos com funcionários e conseqüentemente teriam lucro para essa empresa que seria relevante para melhor investimento. É muito importante separar o gasto com o pró-labore do proprietário pois não pode se misturar os gastos da pessoa física com a pessoa jurídica.
<b>Uvinha</b>	- sem resposta -

Fonte: os autores.

Aqui uma observação prévia da estudante Uvinha, pois o entendimento veio mais por parte do que ela aprendeu no curso (que será descrito no item 9) e não do que ela poderia fazer para melhorar a empresa em questão, visto que sua opinião inicial era de uma empresa com muitos problemas.

Na observação da atividade “Vendinha” pode-se observar cada participante separadamente para entender como eles resolveriam os problemas desse negócio antes e depois do curso.

#### 1. Salsicha:

- a) Planejamento e estratégia: na primeira proposta, nesse quesito, citou apenas adicionar computadores para controle financeiro e na segunda proposta Salsicha citou buscar aumentar o alcance do *marketing* para além da região (centro) em que a loja foi situada; bem como citou o aumento de conhecimento para então transformar a loja de um comércio para uma rede de comércio artesanal;
- b) Gestão de pessoas: na proposta inicial indicou a motivação dos funcionários sem especificar em como, e na segunda, descreveu que com o ganho estável poderia auxiliar a motivação contratando novos funcionários e deixando os dois mais antigos para treinamento;
- c) *Marketing* empresarial: no primeiro momento propôs o nome Nato-art e no segundo AHDA. Na primeira proposta, o *marketing* foi descrito a partir da criação de um *e-mail* próprio da empresa, para envio de notícias e promoções, além de divulgação por meio de caixas de som e mascote. Na segunda proposta, indicou a criação de um canal de contato para devolutiva dos clientes sobre satisfação;

- d) Finanças: no primeiro momento, sem descrever como faria, indicou apenas melhor controle de caixa e adição de equipamento para controle de contas, além de buscar resolver a questão da fiscalização; no segundo momento sua proposta de organização tornou-se mais complexa e descritiva, perpassando a separação de conta física e jurídica afim de não misturar o patrimônio, bem como descreveu a questão da regularização fiscal da empresa, pagando multas e declarando impostos.

Em suma, por meio dos dados dos questionários anteriormente analisados, o participante Salsicha demonstrou uma evolução conceitual que indica a internalização de conceitos importantes que podem facilitar o sucesso de um empreendimento quanto à organização financeira, *marketing*, gestão de pessoas e planejamento estratégico. Lembrando que o estudante era sempre muito dedicado, organizado e prestativo com o que estava sendo realizado no curso.

## 2. Tomate:

- a) Planejamento e estratégia: nesse aspecto inicialmente sua proposta era arrumar a conta comercial do negócio, além de avaliação dos produtos mais vendidos, otimizando as vendas, buscando expandir os pontos fortes e garantir clientes fiéis. Na segunda resposta também identificou a questão de otimização de vendas, mas o controle de gastos mais detido ficou planejado para depois de gerar lucros;
- b) Gestão de pessoas: na primeira resposta indicou contratação de contador ou gerente para análise de lucros e gastos, bem como adaptação do quadro de funcionários para as novas ferramentas ou troca de funcionários. Na segunda a indicação ficou restrita à troca do quadro de funcionários visando melhoria de atendimento, visto que haviam funcionários não qualificados;
- c) *Marketing* empresarial: o *marketing* ficou designado em um primeiro momento para a criação de mídias sociais para promoção da empresa, criação de logo e definição de público alvo, bem como avaliação dos clientes sobre os pontos fortes e fracos da loja. No segundo, além da criação de logo, foi designado investimento no *marketing* focado no meio digital, diversificação de vendas e outras formas de vendas, como em lotes e entrega à domicilio;

- d) Finanças: em se tratando desse campo, ao passo que no primeiro momento arrumar as finanças foi designada pela criação de caixa e sistema de controle de gastos, pagamento de multas e declarações, na segunda o pagamento de multas e impostos veio em primeiro lugar, buscando evitar gerar mais dívidas, seguido de controle de fluxo de caixa e inventário, além de investimento para ampliação de vendas ou outra filial.

Por meio dos dados dos questionários analisados, o participante Tomate demonstrou ter internalizado a importância de se evitar gerar mais dívidas e a consciência da necessidade de se estabilizar bem financeiramente a empresa antes de se investir em sua expansão, de modo que este processo aconteça com mais segurança.

### 3. Laranjinha:

- a) Planejamento e estratégia: na primeira atividade o planejamento foi indicado pela compra de notebook e organização de estoque, além da contratação de advogado para auxílio em relação à fiscalização. Na segunda a participante destaca sua nova compreensão da questão e, além da necessidade de um computador para controle de caixa e estoque, ainda propôs um controle de produtos, com a possibilidade de diminuir a diversidade para atentar-se aos produtos que vendem;
- b) Gestão de pessoas: no primeiro momento a questão de gestão de pessoas foi relacionada ao diálogo com os funcionários para melhor compreensão de quais deles estariam dispostos a permanecer no comércio, organização de pessoal de acordo com suas qualidades e divisão de tarefas, além da contratação de um profissional para orientação. No segundo a participante já abordou uma questão de melhoria de comissão para motivar os funcionários, além de treinamentos e a contratação de um publicitário;
- c) *Marketing* empresarial: em princípio esse campo ficou restrito ao planejamento da marca e da missão da loja, no segundo o *marketing* foi citado apenas na contratação de um funcionário para o setor;
- d) Finanças: inicialmente a organização ficou relacionada ao controle dos produtos e vendas e à orientação auxiliar de um contador para controle de despesas e investimento. Na atividade seguinte a participante citou

a necessidade da separação de contas pessoais e empresariais (incluindo o pró-labore das retiradas dos sócios) e o pagamento correto de impostos.

Portanto, analisando os dados dos questionários respondidos, é possível afirmar que a estudante Laranjinha demonstrou ter evoluído conceitos como sistema de inventário, pontos que para ela não tinham importância como a necessidade de um controle de estoque, bem como a parte financeira que era de seu maior interesse, pois como ela tem a vontade de criar sua empresa, queria entender como eram feitos os recolhimentos dos impostos, bem como a destinação e distribuição do lucro.

#### 4. Mostarda:

- a) Planejamento e estratégia: acerca do planejamento em um primeiro momento a citação relacionada da estudante foi a estratégia do ponto comercial ser turístico e no segundo, além dessa percepção, também citou melhoria de equipamentos para organização de estoque e caixa, a organização das vendas e posterior investimento no essencial de revenda;
- b) Gestão de pessoas: esse tópico foi citado na primeira atividade ao indicar motivação de funcionários sem maiores detalhes. Na segunda, a gestão de pessoas foi explicitada ao treinamento de funcionários e com o aumento das vendas também aumento do quadro de funcionários;
- c) *Marketing* empresarial: inicialmente a estudante pensou na utilização de um nome suave e divulgação nas mídias sociais, além de amigos e familiares. Na segunda resposta sugeriu a criação de uma marca para a empresa, de nome “*Feel Slite*”, e manteve a proposta de divulgação em mídias sociais;
- d) Finanças: inicialmente sugeriu o controle das contas pessoais e empresariais, a não utilização de dinheiro do comércio e economia para regularizar as multas. Na segunda resposta propôs a questão da regularização das multas e impostos.

Analisando os dados dos questionários respondidos por Mostarda verificou-se que a estudante, inicialmente, já possuía certos conceitos presentes em seu NDR, como por exemplo que a empresa era em uma cidade turística, que estrategicamente bem organizada, pode gerar grande rentabilidade. A estudante demonstrou também

uma evolução conceitual ao longo do curso, já que no questionário final sugeriu a implantação de sistemas para controle.

5. Magali:

- a) Planejamento e estratégia: a primeira resposta foi o tópico mais extenso, indicando a necessidade de uma reorganização administrativa e na contratação de um contador e gestor administrativo. Na segunda a participante explicita melhor as ações de planejamento e estratégia, indicando uma pesquisa de local, de concorrentes, de aquisição de equipamento para controle de caixa, além de regularização da empresa;
- b) Gestão de pessoas: no primeiro momento sugeriu o treinamento de funcionários e contratação de gestor e contador. Posteriormente propôs a contratação de mais funcionários;
- c) *Marketing* empresarial: foi uma preocupação apenas na segunda resposta, pensando o nome da venda “Camboriú artesanato e Cia” e em prol de tornar o *marketing* o combustível de lucratividade, definindo a marca e a logo, além da divulgação, tanto física quanto por meio de mídias sociais;
- d) Finanças: as finanças no primeiro momento foram uma preocupação a partir da contratação de um contador. No segundo momento o pensamento foi ampliado para a organização das contas física e jurídica, aumento dos lucros e a partir daí a regularização da empresa, pagando as multas e declarações.

A análise dos dados obtidos pelos questionários respondidos por Magali nos dão indícios de que a estudante, inicialmente, já possuía certos conceitos presentes em seu NDR, como por exemplo na área de planejamento e estratégia, entende a necessidade de que cada empresa tem que ter pessoas responsáveis pelos departamentos em questão. Magali demonstrou também a internalização de conceitos ao longo do curso ao propor no questionário final ideias como pesquisa de mercado e sistemas de informação.

6. Ketchup:

- a) Planejamento e estratégia: no primeiro momento a estratégia foi direcionada para a questão de produtos, identificando os itens mais vendidos para então uma pesquisa de melhores fornecedores e organização financeira para regularização da empresa. Na segunda

resposta o participante já pensou voltado para o ponto estratégico, o controle de caixa e inventário além da aquisição de equipamento e, com o capital de giro, regularização das contas;

- b) Gestão de pessoas: na primeira resposta a gestão seria organizada a partir de reunião e treinamento para vendas. Consistentemente na segunda resposta a gestão também ficou a cargo de treinamento para garantir aos funcionários experiência;
- c) *Marketing* empresarial: inicialmente a proposta foi descrita a partir de uma fachada chamativa, definição de nome e indicação de pesquisa para chamar a atenção do público. Nesse tópico, igualmente consistente, a resposta foi menos descritiva, mas também voltada para chamar a atenção do público;
- d) Finanças: a questão financeira não foi uma preocupação destaque na primeira resposta para além da regularização após o lucro. No segundo momento a sugestão já foi para a organização da conta jurídica, investimento do dinheiro gerado e pagamento dos gastos e dívidas, sem misturar os patrimônios dos sócios.

A análise dos dados obtidos pelos questionários respondidos por Ketchup nos dão indícios de que a estudante, inicialmente, já possuía certos conceitos presentes em seu NDR, como por exemplo, saber lidar com sua equipe e o entendimento sobre divulgação da sua marca. Ketchup demonstrou também a internalização de conceitos ao propor no questionário final ideias como: reorganização do quadro societário e melhorias no *marketing*.

#### 7. Babosa:

- a) Planejamento e estratégia: na primeira resposta sugeriu estratégias de organização de inventário atualizado, administração tecnológica e de bens para expansão. Na segunda resposta a estratégia foi direcionada a expansão de produtos, regularização da empresa quitando multas e declarações atrasadas;
- b) Gestão de pessoas: aqui, em princípio, a indicação foi pela busca de funcionários experientes e qualificados, e no segundo momento o incentivo aos funcionários ficou relacionado ao aumento das vendas e consequente aumento das comissões de vendas, além de cursos profissionalizantes para atendimento ao cliente;

- c) *Marketing* empresarial: em ambas as respostas a descrição de *marketing* ficou restrito ao desenvolvimento da marca. Na segunda resposta sugeriu o nome “Mindie”;
- d) Finanças: no primeiro momento a organização financeira ficou especificada apenas como administração dos bens. No segundo, mais expandido, as finanças foram designadas a partir do controle de caixa e estoque, inventário frequente, separação das contas de pessoa física e jurídica e investimento contínuo na loja.

Analisando os dados dos questionários respondidos por Babosa verificou-se que o estudante, inicialmente, já possuía certos conceitos presentes em seu NDR, como por exemplo na gestão de pessoas ele tem a noção de que funcionários necessitam de treinamento para executar uma tarefa. O estudante demonstrou também uma evolução conceitual ao longo do curso, já que no questionário final sugeriu que funcionário bem treinado, vende mais e conseqüentemente a empresa pode aderir a comissões sobre vendas.

#### 8. Ruivinha:

- a) Planejamento e estratégia: na primeira resposta esse tópico foi relacionado com a organização de lucros e regularização da empresa. Na segunda resposta, além da aquisição de computadores, a estudante sugeriu também controle de caixa e estoque, bem como a organização de pró-labore do proprietário;
- b) Gestão de pessoas: em princípio Ruivinha sugeriu a divisão de tarefas, entre caixa e atendimento, além de repensar a distribuição financeira, como salários a partir dos resultados da empresa. Na segunda resposta, além da divisão de tarefas, a gestão seria feita também com o treinamento dos funcionários para o funcionamento da empresa;
- c) *Marketing* empresarial: na primeira resposta o setor foi descrito a partir da criação da marca, como “Vendinha Búzios” e chamamento de público para compra. Na segunda a marca vem com a proposta uma inovadora, como “Artesanal Sale”, sem maior descrição de ação;
- d) Finanças: esse foi particularmente o tópico mais discutido pela participante. No primeiro momento, além do controle de caixa, estoque e organização de pagamentos, a estudante também pensou em uma distribuição financeira com base nos lucros (20% de salário, 40% de

despesas e 40% para melhoria da empresa), além de regularização de multas e atrasos. No segundo momento, além da aquisição de material, também o controle de caixa e estoque, separação de contas e organização de gastos fixos e variáveis, de funcionários e investimento com o lucro.

Ao analisar os dados dos questionários respondidos por Ruivinha verificou-se que a estudante, inicialmente, já possuía certos conceitos presentes em seu NDR, como por exemplo que a empresa tem que ter departamentos bem definidos, mesmo que a forma não sendo muito certa, mas com o conceito correto, como a forma de distribuição de lucro. A estudante demonstrou também uma evolução conceitual ao longo do curso, já que no questionário final sugeriu que funcionários devem ter treinamentos bem como o sócio deve ter pró-labore e não apenas fazer as retiradas de caixa sem controle.

#### 9. Uvinha:

A participante não realizou a segunda atividade de acordo com o solicitado, o que torna a comparação de percepções não realizável. A estudante relatou mais o que ela aprendeu no decorrer do curso do que propriamente com a proposta de regularização da empresa “vendinha”. Durante todo o curso Uvinha se mostrou muito dispersa nas atividades em que ela era colocada para responder algo importante. Isso foi percebido quando ela relatou que sentia medo e, após uma fala em sala, acredita-se que seus familiares colocam uma expectativa muito grande em seu futuro e ela sente esta preocupação em não atender.

O comentário da estudante a respeito do curso foi:

Tinha medo, insegurança, parecia que algo me prendia, me desanimava, fazia com que eu ficasse para baixo. Hoje depois dessas aulas, meu pensamento mudou bastante aprendi que temos que ser fortes, persistentes, corajosos, ter força de vontade, ter objetivos, metas, pensamentos positivos, pois sempre vai ter algo no nosso caminho com o objetivo de fazer com que nossos sentimentos desconfortáveis, desanimados, incapacitados, fazendo com que não acreditássemos em nós mesmos, mas temos que ser fortes e confiantes, para acreditar no nosso potencial e que todos esses sentimentos negativos sejam ignorados, isso também pode servir como combustível para nós.

Continua dizendo o que entendeu para que sua empresa sempre cresça:

Entendi que para que minha empresa cresça, eu tenho que estar decidido com o que quero, ter objetivos e metas, não desfocar do meu pensamento,

ter certeza daquilo que estou fazendo, tenho que ser organizado, ter responsabilidade e se fazer o que gosto fica muito mais fácil, além de ser forte e persistente, tenho que divulgar minha marca, ter criatividade sair da minha zona de conforto e trabalhar com confiança e ser alguém responsável.

Aqui pode-se concluir que Uvinha tem uma ideia muito clara de como é a gestão de uma empresa, porém ela não conseguiu atender aos questionamentos do estudo de caso, que nos mostra que ela ainda por aquele medo que inicialmente dizia sentir, reflete inclusive na hora que ela é colocada sob pressão de alguma atividade, isso foi percebido em outras situações dentro do curso.

#### 4.9. Perfil empreendedor dos estudantes posterior à aplicação do Produto Educacional

O questionário de perfil empreendedor foi aplicado novamente ao final do curso para acompanhar as percepções dos participantes acerca do desenvolvimento do conceito de empreendedorismo. Assim, se no questionário prévio os estudantes basearam as respostas em conhecimento prévio e senso comum, no questionário posterior (**Apêndice F**) os estudantes puderem rever as questões e desenvolver suas respostas. Para melhorar a apresentação das respostas foi feito um recorte no questionário posterior, focando a discussão a partir da questão “O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado? ”, sendo as respostas apresentadas no Quadro 33:

**Quadro 33** – Questionário 2: O que você vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?

Participante	Resposta pré-aplicação do PE	Resposta pós-aplicação do PE
<b>Salsicha</b>	Fazer uma faculdade de engenharia mecânica e civil.	Engenharia Civil e Mecânica quando estiver com a base financeira estável irei empreender.
<b>Tomate</b>	Faculdade.	Tentar entrar na faculdade ou me especializar para começar um negócio.
<b>Laranjinha</b>	Pretendo fazer mais dinheiro no ano de 2023 abrindo meu estúdio, investindo na bolsa, fazer intercâmbio e estudar para entrar na Cásper.	Descansar, trabalhar <i>online</i> e estudar para entrar na faculdade.
<b>Mostarda</b>	Não sei ainda.	Não sei ainda.
<b>Magali</b>	Faculdade ainda não resolvi.	Faculdade de Engenharia Mecânica.

Participante	Resposta pré-aplicação do PE	Resposta pós-aplicação do PE
<b>Ketchup</b>	Faculdade de engenharia civil e trabalhar para o governo nas obras estaduais, municipais e federais.	Faculdade de Engenharia Civil e ter a minha empresa.
<b>Babosa</b>	Pretendo me graduar o máximo possível nas áreas de meu interesse, além de investir em alguns sonhos.	Fazer faculdade.
<b>Ruivinha</b>	Curso de arquitetura e trabalhar na aeronáutica.	Faculdade de Arquitetura ou artes para ir para aeronáutica.
<b>Uvinha</b>	Faculdade de medicina ou direito e montar minha empresa.	Fazer minha faculdade de medicina ou direito, e começar a montar minha empresa.

Fonte: os autores.

Salsicha, que no primeiro questionário indicou apenas o interesse em fazer faculdade de Engenharia Civil e Mecânica, na resposta posterior já indicou o interesse em estabelecer-se financeiramente para empreender.

De modo similar, Tomate, que inicialmente indicou o interesse por faculdade, embora ainda não tenha decidido o curso a fazer, também demonstrou interesse em abrir o próprio negócio.

Também mantendo seus planos iniciais, mas possibilitando a montagem de sua própria empresa, Ketchup, inicialmente, respondeu desejar trabalhar para o governo.

Laranjinha - que no primeiro questionário tinha sido a participante com maior perspectiva de planos, desde ganho financeiro, abrir seu estúdio de tranças, investir na bolsa, fazer intercâmbio e entrar na faculdade - no segundo questionário restringiu sua resposta a descanso, trabalho *online* e estudar para ingressar na faculdade.

Magali, que não havia respondido por opção de faculdade, no segundo questionário indicou o interesse no campo da Engenharia Mecânica.

Babosa manteve sua intenção inicial de graduar-se.

Ruivinha manteve sua resposta, acrescentando apenas a possibilidade, de além de arquitetura, a intenção de um curso de artes, ambos para ingresso na aeronáutica. Igualmente, Uvinha manteve seu pensamento anterior ao indicar interesse em faculdade de Medicina ou Direito e depois montar a própria empresa.

No âmbito da mesma resposta do questionário inicial, Mostarda indicou ainda não saber o que deseja fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado.

A questão seguinte, para formação do perfil empreendedor, foi “Em sua visão, o que é ser empreendedor? ”, cujas respostas estão no Quadro 34:

**Quadro 34 – Questionário 2: Em sua visão, o que é ser empreendedor?**

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	É saber investir e ter a capacidade de empreender da melhor forma possível.	É ter ideias que podem beneficiar as pessoas, logo interessando-se pelo seu produto. Ter foco e tomar as melhores estratégias para si e para seu grupo.
<b>Tomate</b>	Viver vendendo seu serviço ou produto tentando se destacar no mercado.	Ter coragem e determinação para começar uma empresa só sua, desenvolver ela e conseguir mantê-la apesar das dificuldades.
<b>Laranjinha</b>	Corajoso, dono de si, criativo, bem humorado, focado e paciente.	Criativo, organizado, olhar de água, pensar no futuro, paciente, provedor.
<b>Mostarda</b>	Eu não sei.	É ser um líder responsável, observador pensa mais pra frente.
<b>Magali</b>	Ser empreendedor é ser uma pessoa que tem a capacidade de dialogar, saber como lidar com problemas, ter mente aberta e saber liderar.	Ser empreendedor em minha opinião é a capacidade de liderar e saber lidar com as adversidades.
<b>Ketchup</b>	É você ter um negócio e saber vender ou melhor empreender, mas para você ser um empreendedor precisar saber negociar, saber fazer <i>marketing</i> .	Você ter uma empresa/negócio e saber vender certo produto saber administrar bem e ser responsável.
<b>Babosa</b>	É correr atrás de sua aquisição de bens, na qual uma pessoa cria suas próprias empresas e a partir disso passa a administrá-las de forma que avance e tenha sucesso para obtenção de lucro ou seja, ser empreendedor é administrar sua empresa fazendo com que ela cresça e ganhe reconhecimento.	Quer saber englobar vários conceitos. A pessoa empreendedora deve ter noção de liderança, organização e trabalho em grupo. Procurar estar aberto para adquirir novos conhecimentos e aprender novas coisas
<b>Ruivinha</b>	Alguém que quer ter o próprio negócio ou a própria sucessão familiar você será o dono de si mesmo.	Ter uma visão futurística inovadora, ter uma boa relação com as pessoas.
<b>Uvinha</b>	É ser responsável e ter uma empresa.	É ser responsável, saber liderar, saber lidar com compromissos.

Fonte: os autores.

Nessa etapa, Salsicha conseguiu ampliar sua perspectiva de empreendedor de uma pessoa que sabe investir e empreender para um conceito melhor desenvolvido das ações do empreender, agora uma pessoa focada, de posse de estratégias e cujas ideias beneficiam as pessoas e as tornam interessadas e seus produtos.

Tomate, ao passo que na primeira resposta indicou empreendedor como aquele que vende seu serviço ou produto e se destaca no mercado, nesse segundo momento apontou para a característica do empreendedor de coragem e determinação, desenvolver e mantê-la.

A participante Laranjinha elencou nos dois questionários características que acredita serem importantes para um empreendedor, mantendo uma opinião consistente em criatividade, organização e paciência. Porém, no primeiro, elencou mais qualidades pessoais, como coragem, ser dono de si e bem-humorado. No segundo, indicou ser minucioso, pensar no futuro e ser capaz de prover.

Mostarda, que no primeiro momento respondeu não saber, elencou no segundo questionário as características de um empreendedor como ser líder, responsável, observador e com visão de futuro.

Magali apontou no questionário prévio para as características do empreendedor, tais como: comunicação, mente aberta, adaptabilidade de resolução de problemas e liderança. Já no segundo questionário, após a aplicação do produto educacional, sua resposta foi menos descritiva, restringindo-se à capacidade de liderança e saber lidar com adversidades.

Ketchup destacou, no primeiro momento, a questão da venda e do *marketing* como pontos principais daquele que empreende, ao passo que, no término do curso, sua concepção passou também a apontar, além da venda, a necessidade de saber administrar e ser responsável.

Babosa passou de uma posição restrita à administração voltada para a aquisição de dinheiro e lucro para uma percepção mais ampla do empreendedor, em seu novo entendimento, passa a ser uma pessoa com habilidades em liderança, organização, trabalho em grupo e disposto a aprender, não apenas focado em lucro, o que, em nosso entendimento, são indícios de que durante o curso foi possível atuar na ZDP do estudante, proporcionando a internalização de conceitos científicos importantes do tema empreendedorismo.

Ruivinha, por sua vez, no segundo questionário apontou o empreendedor como uma pessoa inovadora e que saiba se relacionar com as pessoas. No primeiro momento, apenas restringiu a resposta ao fato do empreendedor ser dono de empresa ou sucessor de uma empresa familiar.

Uvinha permaneceu com sua resposta acerca da responsabilidade, mas ampliou para também descrever o empreendedor como uma pessoa que saiba liderar e respeitar compromissos.

A questão seguinte partiu de um cenário imaginário, proposto para entender qual comportamento os participantes tomariam diante de uma situação problemática, sendo a questão “Imagine que você tenha iniciado um projeto/negócio, logo se depara com uma série de obstáculos, como você se comportaria?”. As respostas são apresentadas no Quadro 35.

**Quadro 35 – Questionário 2: Comportamento diante de desafios.**

<b>Participante</b>	<b>Resposta antes</b>	<b>Resposta depois</b>
<b>Salsicha</b>	Estudaria o mesmo e buscaria alguma outra forma de saída do problema, com dedicação no assunto.	Mantendo a calma e sempre racional observando as melhores possibilidades para solucionar o problema.
<b>Tomate</b>	Buscaria maneiras de resolver ou tentaria evita-los, pois sou determinado e odeio desistir.	Tento desenvolver uma solução própria, caso não consigo, busco na internet ou com outras pessoas que passaram pelo mesmo para tentar me ajudar e então após ter uma noção de como agir ponho em prática para superar o obstáculo.
<b>Laranjinha</b>	Pensaria isso vai me fortalecer, tentaria resolver sozinha primeiro se não conseguia pedir ajuda, isso iria me fortalecer e conseqüentemente vou aprender mais.	la ficar calmo, pois sei resolver e aprendi bastante coisa no curso e se eu não souber vou pesquisar mais sobre o assunto.
<b>Mostarda</b>	Eu iria procurar uma solução e estudar bastante para passar esse obstáculo.	Eu pensaria em como resolver e pediria orientação para quem sabe.
<b>Magali</b>	Procurar pensar na melhor maneira de resolver esses problemas.	Pensaria na melhor forma de resolver esses problemas.
<b>Ketchup</b>	Eu ficaria meio nervoso, mas eu tentava resolver os problemas e os obstáculos, tentando resolver do meu jeito.	Depois desse curso a ajuda que eu tive foi imensa, e eu já sei como comportar sobre isso. Eu comportaria com calma e veria os obstáculos e resolveria com calma e paciência.

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Babosa</b>	Procuraria um meio de vencer esses obstáculos. Para isso, primeiramente me acalmaria e organizaria esses obstáculos para que em cada um eu tente de forma precisa e cautelosa ultrapassá-los.	Primeiramente organizar essa série de obstáculos, entender cada um deles, o ponto fraco. A partir disso, começarei a trabalhar para vencer cada um, no seu tempo, o principal é manter a calma.
<b>Ruivinha</b>	Tentaria pensar com racionalidade e calma ver os obstáculos um por um e resolvendo-os.	Veria o que eu posso fazer ao meu alcance primeiramente, depois veria como resolver os outros.
<b>Uvinha</b>	Não sei.	Enfrentaria, seguir em frente independente de qualquer coisa isso serve como fortalecimento e amadurecimento.

Fonte: os autores.

No início do curso, Salsicha indicou que estudaria o problema para resolvê-lo, dedicando-se ao assunto. Já no segundo questionário, destacou manter a calma e a racionalidade na observação e resolução do problema.

Inicialmente, o participante Tomate respondeu que buscaria ou evitaria o problema sem desistir do projeto. Já no segundo momento, ampliou sua proposta de ação, focada principalmente na busca de solução, inicialmente própria e depois aberta ao conhecimento de outras pessoas e com noção do que deve fazer, agir para superação.

Laranjinha foi consistente em suas respostas, tanto no primeiro quanto no segundo questionário. Ela indicou que buscaria resolver o problema por si e, se não conseguisse, procuraria ajuda. Cabe destacar que na segunda resposta ela demonstrou mais segurança por ter realizado o curso.

Mostarda, também consistente em suas respostas, manteve em foco a resolução de problemas e, caso necessário, buscaria auxílio para o mesmo.

Magali também foi consistente e manteve a mesma postura no primeiro e segundo questionários, pensando na melhor forma de resolver os problemas.

O participante Ketchup surpreendeu ao citar diretamente o curso em sua resposta, indicando que se organizaria e trabalharia para resolver cada obstáculo com calma, sendo que, em sua primeira resposta, destacou sua tendência ao nervosismo e a busca por resolução do “próprio jeito”.

Babosa, consistente em sua resposta do primeiro questionário, identificou manter a calma, organizar os obstáculos e entendê-los para resolver.

Ruivinha identificou a tentativa de resolução do problema. Se no primeiro questionário ela indicou pensar racionalmente e com calma, nesse segundo destacou a auto-observação em relação às próprias capacidades.

Uvinha, em sua primeira resposta, disse não saber como agir. Já nesse segundo momento, demonstrou confiança ao responder que enfrentaria o problema, e independente de sua resolução, utilizaria o processo como fortalecimento e amadurecimento.

Ainda no aspecto de comportamento diante de desafios apresenta-se a seguinte questão: “Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?”. As respostas são apresentadas no Quadro 36.

**Quadro 36** – Questionário 2: Comportamento quando desafiado.

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Comportamento sério e dedicação nesse mesmo assunto.	De maneira clara aos meus objetivos sempre com fé e confiança em minhas capacidades.
<b>Tomate</b>	Sou determinado, odeio desistir.	Se tenho confiança na minha posição eu me mantenho firme e busco não me abalar. Se estou inseguro eu tento não desanimar e desistir ou mudar minha posição.
<b>Laranjinha</b>	Isso vai me fortalecer e vou aprender mais.	Fico entusiasmada pois gosto de desafio e sei que vou aprender muito com eles.
<b>Mostarda</b>	Eu penso que talvez, eu não consiga, mas continuo com a decisão até o fim e com o tempo me convenço a melhorar meu desempenho cada vez mais para concluir essa decisão.	Eu vou até o fim e tento fazer o meu melhor.
<b>Magali</b>	Normalmente quando eu tomo uma decisão não costumo me arrepender mesmo que tenha sido uma decisão ruim, procuro aprender e retirar o melhor disso.	Eu vou até o fim.
<b>Ketchup</b>	No começo eu vou ficar meio como eu vou ter que fazer,	Quando eu sou desafiado eu tento dar o meu melhor até onde der, e se

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	mas eu vou tentar do meu jeito.	eu pego para fazer alguns tipos de coisas eu faço.
<b>Babosa</b>	Ao ser desafiado, a primeira coisa que eu me colocaria a fazer é beber uma água me acalmar separa um tempo para pensar. Assim, então enfrentaria os desafios, já que os mesmos fazem parte da vida e enfrentá-los nada mais é que um ganho de conhecimento, experiências e novos aprendizados.	Eu procuro estudar esse assunto, me aprofundar e ser conclusivo. Com isso farei de tudo para demonstrar as pessoas que me desafiaram, que qualquer decisão minha é feita a partir de estudos.
<b>Ruivinha</b>	Às vezes eu deixo outro impor a sua ideia como certo ou acaba em uma discussão ou acordo.	Tento mostrar o meu ponto de vista como certo, mas se continuar a discordar ficaria na minha.
<b>Uvinha</b>	Tenho medo.	Enfrento, vou até o fim e fico muito persistente.

Fonte: os autores.

Nesse aspecto de comportamentos diante de desafios, Salsicha, no primeiro questionário, destacou sua seriedade e dedicação e, no segundo momento, posicionou-se sobre tomar decisões baseado nos seus objetivos e confiança em si.

Se no primeiro questionário o participante Tomate respondeu resumidamente sobre não desistir, no segundo sua resposta foi menos direta e explanada, indicando que se está confiante sua postura é mais firme e se encontrasse inseguro sua busca é por não desanimar ou desistir.

Laranjinha manteve-se consistente em sua resposta nos dois questionários e ampliou a questão da aprendizagem relacionando-a com o entusiasmo de ser desafiada. Mostarda foi mais objetiva nesse segundo questionário, resumindo sua resposta a ir até o fim do desafio e fazer o seu melhor, quando no primeiro demonstrou insegurança apesar de continuar e tentar se convencer de que pode melhorar o próprio desempenho. Magali utilizou menos palavras do que em sua primeira resposta, mas foi consistente ao apontar que vai até o fim quando desafiada.

O participante Ketchup demonstrou uma mudança leve de resposta em relação à segurança de realização de ações quando desafiado. Se, no primeiro questionário, demonstrou um pouco de insegurança para tomar uma ação em mãos, na segunda

resposta já é possível observar como ele se colocou como dedicado a dar o seu melhor.

Babosa, em sua resposta ao segundo questionário, demonstrou uma posição mais confiante na busca da resolução de problemas e aprofundamento no conteúdo, garantindo-se a partir daí para defender suas decisões. No primeiro questionário, sua resposta também foi direcionada para a resolução, porém com foco no processo de aprendizagem e experiência.

Ruivinha, que a princípio indicou deixar o outro impor sua ideia ou em discussão ou acordo, no segundo questionário demonstrou mais cuidado consigo ao apontar que tentaria mostrar o seu ponto de vista e, em caso negativo insistente, apenas deixaria a conversa de lado.

Uvinha, que no primeiro momento respondeu que tinha medo de ser desafiada, surpreendeu ao responder que enfrentaria o desafio e se tornaria persistente, demonstrando uma possível mudança de observação de suas próprias capacidades.

O Quadro 37 apresenta a resposta dos participantes quando questionados como é assumir um papel de liderança.

**Quadro 37** – Questionário 2: Como é assumir papel de líder e tomar a liderança?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	É assumir uma grande responsabilidade onde terei de ter o controle emocional da situação.	Uma grande responsabilidade onde sempre sendo justo e visando o convívio e o trabalho em equipe.
<b>Tomate</b>	Quando não tenho total conhecimento da área fico receoso de tomar a frente.	Tenho dificuldade de trabalhar em equipe, já quando me encargo de líder costume ser melhor para coordenar, mas quando meus subordinados não são bons em receber ordens, acabo me estressando e fico sem paciência.
<b>Laranjinha</b>	Eu gosto, desde pequena era eu que organizava as brincadeiras e também não gosto de ser mandada.	Eu gosto, melhor eu liderar do que eu ser liderada, pois confio mais em mim.
<b>Mostarda</b>	Me sinto com muita pressão mas dou o meu melhor e sigo em frente.	Eu fico meio com pressão mas tento fazer o meu melhor.
<b>Magali</b>	Não gosto.	Eu não gostava de assumir liderança, mas eu melhorei bastante nesta questão e ser líder para mim é bem interessante.

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Ketchup</b>	Quando eu pego para fazer eu faço e movimento o negócio/empresa e faria tudo para dar o melhor.	Eu seria o melhor pela minha determinação, e eu tentaria ouvir a opinião de todos do meu trabalho.
<b>Babosa</b>	É ter segurança de que você está apto a administrar e ser a voz do seu grupo ou empresa além de ser consciente de que todas as ações e decisões estarão em suas mãos cabendo ao líder procurar soluções visando o melhor.	É ter a cabeça erguida e postura ereta. Estar apto a ouvir opiniões saber organizar e trabalhar em grupo além de ter uma visão ampla.
<b>Ruivinha</b>	Não acho tão difícil se eu já tiver uma noção do assunto mas se eu não tiver, prefiro estudar um pouco para assumir responsabilidades.	Normal, às vezes eu faço isso, mas se outra pessoa quiser eu não me incomodaria.
<b>Uvinha</b>	Não gosto.	Não sei.

Fonte: os autores.

Salsicha destacou novamente a responsabilidade da posição, que já havia comentado em sua resposta no primeiro questionário. Nesse segundo momento, porém, trouxe também a necessidade do líder de ser justo e conviver em equipe.

O participante Tomate, por exemplo, no primeiro questionário manifestou receio de tomar liderança quando não tem conhecimento. No segundo, já demonstrou mais conforto em assumir liderança, embora ciente de sua falta de paciência em relação à dificuldade dos outros.

Consistente foi a resposta de Laranjinha, que reforçou gostar do papel de líder. Igualmente consistente em suas respostas foi a participante Mostarda que, ao contrário de Laranjinha, reforçou não gostar muito da posição, pois se sente pressionada, embora tente o melhor.

A participante Magali trouxe novamente sua primeira resposta, na qual afirmou não gostar da posição, mas que aprendera e melhorou a relação com o lugar de liderança.

Ketchup se mostrou igualmente firme em sua autoconfiança, apontando determinação em agir, mas destacou-se na segunda resposta a questão de abrir-se para ouvir o outro em ambiente de trabalho.

Babosa, por sua vez, apesar de ter se expressado mais detidamente no primeiro questionário, trazendo indicadores como segurança, capacidade de administração, representação de grupo e consciência de liderança, não se mostrou muito distante, mas utilizou outras palavras indicando, principalmente, a capacidade de ouvir os outros e ver amplamente as questões.

Ruivinha manteve-se consistente em sua resposta sobre assumir a liderança, tendo, nesse segundo momento, o comentário sobre a aceitação de ser liderada se necessário. Uvinha, que no primeiro questionário respondeu não gostar da posição, nesse segundo momento respondeu não saber.

Até o momento, pode-se ter uma percepção de que os participantes de alguma maneira já conseguem ter uma visão melhor do que é aplicar empreendedorismo de maneira mais prática, lidando com pessoas e administrando os recursos disponíveis na empresa.

A pergunta seguinte questionou “Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?”. As respostas são apresentadas no Quadro 38.

**Quadro 38** – Questionário 2: Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	De uma forma benéfica para ela onde a mesma possa achar uma boa ideia.	Me modo benéfico e perspicaz ao ponto dela se interessar pelo meu projeto onde nós podemos abraçar essa oportunidade.
<b>Tomate</b>	Explicações ou analogias simples.	Sou claro quanto suas fraquezas, mas apresento suas soluções e os lados fortes do projeto, foco em garantir que todos entendam os motivos e os funcionamentos dele.
<b>Laranjinha</b>	“Você vai ficar mais bonita” “Vai valorizar mais o seu rosto” “É mais prático” “Dura muito tempo”.	Promover mais autoestima para as mulheres e deixar elas mais bonitas e confiantes.
<b>Mostarda</b>	Vendo da melhor forma possível e tento convencer a pessoa de que esse projeto é um negócio confiável e de ótima utilidade.	Como algo que elas vão amar e precisar.
<b>Magali</b>	Eu apresentaria da melhor forma possível, mostrando as qualidades do meu	Na forma de <i>marketing</i> é mostrando as qualidades do meu produto e canva pode ajudar a pessoa.

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	produto e apresentando a eficiência e a qualidade.	
<b>Ketchup</b>	Antes de apresentar o negócio/projeto eu iria pesquisar como que chama atenção das pessoas, e depois de pesquisar faria algo que chama muita atenção, apresentaria os projetos.	Antes de apresentar o negócio/projeto eu iria pesquisar como que chama atenção das pessoas, e depois de pesquisar faria algo que chama muita atenção, apresentaria os projetos. De uma forma chamativa, simples e rápida o que a pessoa entenda o que é produto ou negócio.
<b>Babosa</b>	O objetivo é expandir o projeto o negócio então procuraria formas de apresenta-los ao público com meios de comunicação onde a influência e onde poderia apresentar os objetivos visando influenciá-los (público) que a medida de que se interessem e buscam mais sobre.	Por meios presentes na sociedade principalmente o midiático, no qual a maior fluxo de telespectadores dentes eles aplicativo muito famoso dos comunicadores o Instagram.
<b>Ruivinha</b>	Apresento os pontos positivos e eficazes do meu projeto depois como eles iriam funcionar para melhorar a empresa.	Apresento os pontos positivos e eficazes do meu projeto depois como eles iriam funcionar para melhorar a empresa. Mostraria os pontos positivos do projeto e como ele iria melhorar a visão para o futuro.
<b>Uvinha</b>	Não sei.	Não sei. Eu apresentaria para mídias por exemplo: Instagram, Facebook, WhatsApp, link.

Fonte: os autores.

O participante Salsicha foi consistente em suas duas respostas, buscando apresentar seu projeto de forma benéfica para chamar a atenção da outra pessoa.

Já Tomate, de uma explicação direcionada como analogias simples, descreveu sua apresentação como clara em relação às fraquezas, também apresentando soluções e pontos fortes do projeto, com foco em garantir que entendam tanto os motivos como o funcionamento do mesmo.

Laranjinha também foi consistente em suas respostas, apresentando seu projeto e buscando garantir que as clientes entendam os benefícios que poderiam alcançar com seus serviços.

Mostarda apresentou respostas simples à questão, em princípio preocupada em vender da melhor forma possível convencendo as pessoas do projeto ser confiável e de ótima utilidade e, no segundo momento, como um projeto que as pessoas podem amar e precisar.

No primeiro questionário, Magali preocupou-se com a apresentação das qualidades e eficiência do produto. E no segundo, focou no *marketing* voltado à qualidade do produto, pensando até em qual programa utilizar para a construção de apresentação.

Ketchup, no primeiro questionário, propôs uma apresentação chamativa, com o cuidado de pesquisa de mercado. No segundo questionário, mencionou uma apresentação chamativa, porém simples e rápida, para o entendimento do cliente.

Babosa, consistente com seu pensamento nos dois questionários, indicou em ambos a questão do uso de mídias para influenciar a visão dos clientes sobre seu projeto.

Ruivinha também foi consistente com seu pensamento nos dois questionários e indicou uma apresentação voltada para os pontos positivos do projeto.

Uvinha, que no primeiro questionário expressou não saber como apresentar seu projeto, no segundo indicou o uso de mídias sociais para apresentação.

Ainda no âmbito da apresentação da empresa foi questionado: “Nesta apresentação que você faz sobre seu projeto/negócio, você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios, ou a conversa se torna rápida e nada construtiva?”. As respostas são apresentadas no Quadro 39.

**Quadro 39** – Questionário 2: Você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Me sinto motivado e tento ao máximo deixa-la também.	Sempre motivado e tentando motivar as pessoas com o objetivo de abraçarmos essa ideia/projeto.
<b>Tomate</b>	Rápida mas tento fazer a pessoa entender os motivos principais.	Procuro motivar os outros, porém em uma conversa mais rápida.
<b>Laranjinha</b>	Acho que eu só vendo a minha mão de obra, não entendi “mais sobre negócios” e se a pessoa não tiver um?	Motivar elas pois falo mais sobre a confiança que elas têm que ter nelas.

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Mostarda</b>	Tento convencer eles e motivar eles a conversar e se interessar pelo projeto ou negócio.	Eu tento motivar as pessoas e tento mostrar o meu projeto do melhor jeito possível.
<b>Magali</b>	Eu tentaria fazer as pessoas se interessar mais sobre o assunto e com isso elas procurariam saber mais.	Sim, procure incentivar as pessoas assim elas ficam curiosas e logo vai atrás do produto.
<b>Ketchup</b>	Eu fico motivado para conversar sobre, mas tento esclarecer tudo bem rápido.	Tento ser rápido mas construtivo e fico animado.
<b>Babosa</b>	Absolutamente motivado pois o intuito é que a conversa seja construtiva e de fácil entendimento para o interesse das pessoas.	Para apresentar o meu projeto/produto vejo-me motivado, pretendendo proporcionar uma conversa rápida e com muitos conhecimentos, pois o meu o objetivo é fazer com o público se interesse sobre o assunto.
<b>Ruivinha</b>	Eu tentaria motivar as pessoas sobre o meu projeto.	Eu tentaria ao máximo ter uma conversa bem motivada e animada sobre o projeto.
<b>Uvinha</b>	Não sei.	Não sei.

Fonte: os autores.

No primeiro questionário, Salsicha mostrou-se motivado e esforçado a conversar sobre negócios. No segundo, apontou que, além da motivação, busca fazer com que as pessoas possam abraçar sua ideia ou projeto.

Consistente em suas respostas nos questionários prévio e posterior, Tomate tratou a questão a partir da motivação, ao mesmo tempo em que inspira outros de forma que a motivação possa ser rapidamente compartilhada em uma conversa.

Laranjinha, que no primeiro questionário não entendeu a questão sobre conversar sobre o projeto proposto, respondeu, no segundo momento, que a motivação que passa às clientes é em relação a autoconfiança que as clientes podem desenvolver.

Mostarda também foi consistente em suas respostas nos questionários prévio e posterior. Apontou que tenta motivar as pessoas mostrando da melhor maneira seu projeto, embora não tenha descrito o que seria considerado como o melhor.

Magali, que a princípio destacou motivar as pessoas em prol de se interessarem pelo seu projeto, no questionário posterior voltou sua ação de conversa para despertar a curiosidade de modo que o outro possa procurar o seu produto.

Assim como Tomate, Ketchup também demonstrou a relação da conversa e motivação com a rapidez do momento, buscando torná-lo construtivo.

Babosa, nos questionários prévio e posterior, respondeu à questão relacionando sua motivação a tornar a conversa construtiva e interessante, voltado para o objetivo de fazer o outro se interessar sobre o assunto.

Ruivinha ampliou a sua resposta no questionário posterior direcionando sua motivação a tornar a conversa animada sobre o projeto.

Uvinha respondeu não saber tanto no questionário prévio quanto no posterior.

Também foi questionado aos participantes se eles se sentiam preparados para iniciar um projeto ou negócio, como pode-se observar no Quadro 40.

**Quadro 40** – Questionário 2: Você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Mais ou menos, preciso de muito mais experiência e amadurecimento.	Não. Não tenho apoio financeiro capaz de me auxiliar a longo prazo. Depois da estabilidade financeira abrirei meu próprio negócio.
<b>Tomate</b>	Não muito, não tenho tanto conhecimento nas áreas que pensar em abrir algo.	Tenho vontade, mas não sei se tenho motivação o bastante ou conhecimento para começar algo na minha área de estudo. Também não tenho certeza se terei tempo livre para dedicar ao meu negócio.
<b>Laranjinha</b>	Sim estudei bastante sobre o mercado e aqui na cidade poucas são focadas em tranças, o espaço eu tenho, falta os materiais e as modelos para treinar.	Sim, pois aprendi cada passo de um negócio.
<b>Mostarda</b>	Não, por não saber nada.	Eu acho que não, que eu podia melhorar e eu não me aprofundarei ainda sobre isso, que eu preciso pesquisar e estudar mais sobre isso.
<b>Magali</b>	Não.	Pois acho que tenho que aprender mais e no momento sou estudante.
<b>Ketchup</b>	Ainda não, por causa da escola que toma muito tempo, mas se não fosse retomaria o funcionamento do meu negócio de MDF.	Ainda não, por conta da escola, mas se não fosse isso eu estaria sim.
<b>Babosa</b>	Não pois ainda não vejo totalmente mentalmente	Por mais que atualmente eu disponho de maior conhecimento e sabedoria

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	estruturado para administração a apresenta da escola que irá interferir.	de como tocar um negócio ainda não me vejo preparado mentalmente e fisicamente.
<b>Ruivinha</b>	Acho que não no estado em que estou agora mas mais para frente eu acho que conseguiria.	Acho que não no estado em que estou agora mas mais para frente eu acho que conseguiria. Sim, se eu tivesse uma base concreta do meu projeto sem falhas.
<b>Uvinha</b>	Não.	Não. Não me sinto preparada 100%, ainda sinto um pouco de medo, insegurança e falta de coragem.

Fonte: os autores.

Analisando os dados do Quadro 40 a maioria dos estudantes expressou ainda não se sentir preparada para iniciar um projeto/negócio.

No primeiro questionário, Salsicha apontou para sua necessidade de adquirir experiência e maturidade. No posterior, mais consciente de sua realidade, respondeu que não se sente preparado, pois precisa de estabilidade financeira para poder abrir seu próprio negócio.

Tomate, que no primeiro momento demonstrou não se sentir preparado por falta de conhecimento, no segundo respondeu que tem vontade, mas não tem certeza sobre motivação ou conhecimento, além da incerteza sobre o tempo para se dedicar a empreender.

Laranjinha, também consistente em suas respostas, nos dois questionários demonstrou que sim, se sente preparada, a princípio por já ter feito pesquisas iniciais para iniciar seu projeto, e, em segundo momento, apontando para o conhecimento adquirido.

Igualmente consciente, tal qual Salsicha e Tomate, foi a resposta da participante Mostarda, que a princípio demonstrou não estar preparada por falta de conhecimento "por não saber nada" e, no segundo momento, por tomar consciência de que pode melhorar e necessita de aprofundamento e estudos sobre empreendedorismo.

Também direcionada à necessidade de aprendizagem, Magali respondeu que não se sente preparada, pois ainda é uma estudante.

Ketchup respondeu nos dois questionários não se sentir preparado por ainda estar na escola, mas em ambos demonstrou interesse em empreender.

Babosa, que a princípio respondeu não estar preparada por não se ver estruturada para administrar um negócio, respondeu no segundo questionário que, embora dispondo de mais conhecimento, justamente por ter melhor conhecimento que ainda não se vê preparada mental e fisicamente para empreender.

Ruivinha, de modo similar aos outros participantes, respondeu, em um primeiro momento, que não se sentia preparada. Já no segundo questionário, disse que empreenderia, porém precisaria de uma base mais concreta para iniciar.

Uvinha, por sua vez, ainda indicou nesse segundo momento não estar preparada por razões de insegurança, medo e falta de coragem.

Buscando captar o conhecimento mais específico dos participantes, foram dedicadas questões como “Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, DRE, fluxo de caixa, etc)? Nos conte o que aprendeu sobre”. As respostas dos participantes são apresentadas no Quadro 41.

**Quadro 41** – Questionário 2: Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Não	Sim. Em um negócio, como por exemplo um comércio, terá: nome criativo, publicidade, parte pessoal e do empresário, líderes e funcionários bem capacitados.
<b>Tomate</b>	Não muito, com jogos sobre administração e filmes sobre grandes empresas.	Primeiramente é necessário ter controle dos gastos e lucros para ter noção se a empresa não está passando por prejuízo. Assim que os lucros estiverem cobrindo os gastos e sobra um valor substancial, reinvestir no <i>marketing</i> , para aumentar as vendas, e fazer mudanças nos produtos ou nas estruturas para garantir a sobrevivência do negócio
<b>Laranjinha</b>	Sei que tenho que separar o estúdio da minha pessoa física e colocar já uma meta de quantos eu tenho que separar para cada, não abri a conta no branco ainda mas isso é rápido, por hora a captação de clientes que estou com um pouco de receio mas pretendo	Separar o salário, criar um CNPJ, ficar com pessoas foguetes que te apoiam

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	começar a fazer nas minhas amigas.	
<b>Mostarda</b>	Não.	Eu aprendi que não é certo pegar o dinheiro da sua própria empresa, que o controle certo é separar do pessoal do profissional.
<b>Magali</b>	Não sei.	Não sei. Eu aprendi que para uma empresa dar certo precisa ter controle de caixa entrada e saída, controle de estoque.
<b>Ketchup</b>	Tudo não, mas eu tenho uma ideia de como funciona.	Tudo não, mas eu tenho uma ideia de como funciona. Hoje eu já conheço mais. A gente aprendeu bastante coisa, mas muita coisa entrou e saiu pelo ouvido, mas quando colocar na prática a gente vai lembrar
<b>Babosa</b>	Não.	Controle um exemplo é o controle de estoque que é a quantidade de produto presente para a venda controle de vendas é a quantidade a ser vendida ou a meta.
<b>Ruivinha</b>	Sinceramente não sei.	Não.
<b>Uvinha</b>	Não.	Não sei.

Fonte: os autores.

Essa questão no primeiro questionário foi respondida positivamente apenas pela participante Laranjinha, com alguns conhecimentos técnicos, como separação de contas física e jurídica, além de meta e captação de clientes. No segundo questionário, todos os participantes responderam que sim, descrevendo os principais tópicos que aprenderam.

Assim, no questionário posterior, Salsicha elencou algumas noções de planejamento como nome, publicidade e gestão pessoal.

Tomate, por sua vez, apontou para questões como controle de gastos e lucros, investimento de *marketing*, aumento de vendas e mudanças de produtos e estrutura para o projeto.

Laranjinha trouxe a questão de salário e regulamentação de CNPJ e incentivo para gerir o negócio.

Mostarda destacou a questão da organização financeira em relação ao pessoal e ao comercial.

A participante Magali indicou questões sobre controle de caixa e estoque.

Ketchup, em especial, apesar de indicar ter aprendido muita coisa, foi sincero em relação a sua distração durante o curso, mas que, mesmo assim, o conhecimento ainda pode ser utilizado.

Babosa, por sua vez, também destacou a questão de controle de estoque e de vendas.

Ruivinha e Uvinha mantiveram suas respostas do questionário prévio, em que afirmaram não terem conhecimento da mecânica de gestão de uma empresa. As duas estudantes sempre demonstraram não ter o conhecimento de empreendedorismo, gestão de empresa e finanças, além do que não tinham muito interesse em saber além do que lhes eram propostas nas atividades.

Os participantes foram questionados também quanto aos seus conhecimentos de *marketing* ou finanças. Os resultados são apresentados no Quadro 42.

**Quadro 42** – Questionário 2: Qual seu conhecimento de *marketing* ou finanças?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Que eles visam lucro acima de tudo usando terceiros para os mesmos.	<i>Marketing</i> existem várias variáveis dentro do seu ideal, porém todas têm em vista um único objetivo, divulgar e empreender como também atrair clientes.
<b>Tomate</b>	Mediano, tenho controle de Finanças mas não tenho tanta força em <i>marketing</i> .	O <i>marketing</i> básico é fundado em atrair atenção para um produto ou serviço, incentivando sua venda ou compra nesse sentido pode ser aplicado em vários meios ou ser feito de diversas formas. As finanças são os lucros e gastos nas indústrias, e devem ser bem administrados para garantir o funcionamento da empresa
<b>Laranjinha</b>	De 0 a 10 creio que 6	Comprei um curso de <i>marketing</i> digital e falo que os seres humanos são emocionais e tem crenças que fazem eles comprar para repor o vazio que tem existe neles finanças eu sei mais ou menos
<b>Mostarda</b>	Não sei muito.	É mostrar o que elas precisam e que é um bom projeto de um jeito divertido ( <i>marketing</i> ). Finanças eu só tenho ideia de que eu preciso saber um certo preço
<b>Magali</b>	Não.	Meu conhecimento de <i>marketing</i> é que através dele que você consegue seus

Participante	Resposta antes	Resposta depois
		clientes através do Instagram e outras redes sociais
<b>Ketchup</b>	<i>Marketing</i> eu acho que é aquilo que chama atenção das pessoas por mais inútil que seja o produto.	Eu aprendi que existem vários tipos de <i>marketing</i> 5 tipos. E que nas finanças temos que separar a sua conta pessoal da empresarial
<b>Babosa</b>	<i>Marketing</i> é a forma tecnológica de expansão e venda de um produto ou até mesmo evidenciando a empresa com o intuito de girar entre o público o conhecimento sobre tal.	<i>Marketing</i> é a forma que uma empresa utiliza para visibilidade e venda ao seu produto o que induz ao público a querer adquirir o produto.
<b>Ruivinha</b>	<i>Marketing</i> é a forma de você vender um produto fazer as pessoas comprarem o produto, finanças é como você organiza seu dinheiro em despesas investimentos e lazer.	Existem vários tipos de <i>marketing</i> , e <i>marketing</i> é com deixa sua marca no mundo, e como você vende a imagem do produto.
<b>Uvinha</b>	Não.	Não sei.

Fonte: os autores.

Ainda em relação ao conhecimento específico, na questão sobre marketing e finanças, Salsicha, que inicialmente falou apenas sobre a questão do lucro, descreveu na segunda resposta sobre *marketing*, objetivos do empreendimento e atração de clientes.

Tomate, que no início do curso alegou não ter muito conhecimento de marketing, na segunda resposta demonstrou um alargamento de sua Zona de Desenvolvimento Proximal, uma vez que se dedicou a explicar sua compreensão do tema em relação à atração de clientes, incentivo de venda e compra e sobre finanças elencou questões de lucros e gastos e da necessidade de administração.

Laranjinha, que passou de um conhecimento mediano, dando inclusive uma nota 6 para o que conhecia, no segundo questionário explicou ter adquirido um curso de *marketing* digital que lhe deu uma nova perspectiva sobre compras. No entanto, sobre finanças respondeu que ainda sabe "mais ou menos".

Mostarda, que no questionário prévio indicou não saber muito, no segundo momento descreveu o marketing em relação à sua ação junto ao cliente e sobre finanças apenas em relação à necessidade de conhecer sobre preços.

Magali, que no primeiro questionário disse não saber responder à questão, no segundo descreveu marketing como ação voltada para conseguir clientes e os meios que isso pode se dar.

Sobre marketing, Ketchup ampliou seu conceito, respondendo que compreende o tópico em sua variedade, e sobre finanças destacou a questão da separação de contas pessoal e empresarial.

Babosa, que entendia *marketing* como uma forma de expansão e venda, passou a entender o campo como meio de visibilidade e venda.

Inicialmente, Ruivinha entendia marketing a partir da forma de venda de um produto, passou a ver a questão pela perspectiva da variedade de ações do marketing e da questão da marca e venda.

Uvinha em ambos os questionários respondeu não saber sobre os temas, nem demonstrando interesse em entender.

Buscando identificar ainda mais o conhecimento dos participantes, a questão seguinte ocupou-se de saber “Hoje, caso tenha possibilidade de abrir um negócio, me conte se já fez análise de outras empresas para comparar os segmentos, local para isso e qual seria o produto ou serviço? ”. Os resultados são apresentados no Quadro 43.

**Quadro 43** – Questionário 2: Já fez análise de outras empresas para comparação?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Não.	Sim. Abrirei uma loja de comércio ou um lan house/games no centro.
<b>Tomate</b>	Imagino na criação de uma empreiteira, usaria empréstimos para comprar terrenos e construir casas, depois as venderia.	De certa forma conheço alguns pontos do mercado, mas não tenho experiência nele. Penso em algo na área de elétrica como: projetos, sistemas fotovoltaicos, instalações industriais ou processos de automação. Dessa maneira, todas as áreas têm grande necessidade em cidades em desenvolvimento como por exemplo: Campo Grande
<b>Laranjinha</b>	Sim, pesquisei alguns preços das concorrentes e varia demais, como não preciso de muito espaço vou fazer no escritório do meu pai, e deixar fixo alguns modelos de tranças com os preços.	Shopee, pois é mais barato e já testei o produto e aprovei local seria a minha casa e não tenho concorrência no bairro fazer tranças e mega e ir nas festas de criança para fazer

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Mostarda</b>	Não sei.	Já fiz a análise de outras empresas e tem que ser em um lugar sem concorrência e o serviço seria de design de quartos e salas
<b>Magali</b>	Não.	Não.
<b>Ketchup</b>	Não.	Eu já fiz essa análise local seria pelo centro, eu abriria uma empresa de MDF, que venderia Placas de MDF e artefatos como por exemplo: porta celular, barril de cerveja, porta copos, entre outros
<b>Babosa</b>	Não sei sobre empresa, mas vem muito em anúncios o local, onde abriria onde seria um fluxo de pessoas grande, o produto seria parte de vestimentas roupas ou xícaras.	Não sei sobre empresa, mas vem muito em anúncios o local, onde abriria onde seria um fluxo de pessoas grande, o produto seria parte de vestimentas roupas ou xícaras. Ainda não fiz análise, porém já tenho noção dos segmentos a partir do que vejo na internet. Local: centro São Paulo Produto: roupas
<b>Ruivinha</b>	Não fiz análise de empresa nem de local.	Não.
<b>Uvinha</b>	Não.	Sim, já fiz. A empresa teria de ser em algum local bem movimentado com bastante fluxo de pessoas os produtos seriam: da Eudora, Elseve, <i>Salonline</i> , seria uma loja de Cosméticos, minha meta é ser no centro de São Paulo capital.

Fonte: os autores.

Nesse quesito, com exceção de Magali e Ruivinha, que mantiveram a resposta negativa do primeiro questionário, os participantes demonstraram maior conhecimento de análise de empresas. Já os demais participantes responderam “não” no primeiro questionário, mas apresentaram outra resposta no questionário posterior.

Salsicha, que fez pesquisa em relação a um comércio de jogos no centro da cidade, desde o início falava desta empresa de jogos e que isso seria um sonho para ele; Mostarda, com uma pesquisa de design de quartos e salas, vale ressaltar que inicialmente a estudante não sabia o que era ser empreendedor, mas que, com o passar das aulas, pode falar de um desejo que tem em relação à decoração.

Ketchup, com sua experiência em MDF, pois conforme relatado já teve uma empresa neste segmento, então relatou sobre seu plano focado na empresa de MDF,

localizando-a no centro da cidade e identificando quais tipos de produtos poderia vender.

Uvinha, visando uma empresa de cosméticos em São Paulo, inicialmente já dava sinais de abertura de um negócio, mas não consolidado ainda e, após as aulas, já conseguiu pensar em algo mais concreto. Conforme já mencionado, em abril de 2023, foi restabelecido o contato com a estudante Uvinha, via WhatsApp, e ficou claro que ela tinha o interesse da abertura de um negócio, porém ela não sabia definir que tipo de empresa seria.

Tomate ampliou sua resposta do primeiro questionário, oferecendo uma perspectiva de empreender em projetos elétricos, como sistemas e instalações industriais, serviço que ele indicou estar em desenvolvimento e necessário nas cidades;

Laranjinha também ampliou sua resposta anterior sobre pesquisa de empresas e fornecedores, indicando até o local de compra em que poderia garantir um preço mais acessível e locais onde realizar o início de seu negócio;

Babosa, que em sua primeira resposta não sabia ainda que tipo de empresa gostaria de abrir para fazer a pesquisa, no segundo questionário já pensou no segmento e cidade, embora na época do preenchimento ainda não tivesse realizado a pesquisa em si.

Em diálogo com a questão anterior foi feita a seguinte pergunta: “Nessas análises que você fez, nos conte se já pensou quais seriam seus fornecedores e potenciais clientes? Nos conte um pouco sobre esse projeto/negócio”.

As respostas obtidas encontram-se no Quadro 44.

**Quadro 44** – Questionário 2: Já fez análise de fornecedores e clientes?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Tenho ideia de compras e vendas.	Meus fornecedores da games opem seriam seus próprios fornecedores de todos os tipos de games, para adolescentes e adultos. Ex: Fliperama, PS e Xbox.
<b>Tomate</b>	Potenciais clientes seriam pessoas que buscassem lugares acessíveis financeiramente.	Compraria os materiais em lotes de grandes fornecedores e venderia os serviços mais para indústrias e grandes instalações o problema seria mão de obra para contratar,

Participante	Resposta antes	Resposta depois
		mas com muitas entrevistas talvez encontre trabalhadores qualificados
<b>Laranjinha</b>	Mulheres, mais na faixa etária dos 15 aos 22.	Shopee, meninas do IFMS, Faculdade, mulheres de CG
<b>Mostarda</b>	Não sei.	Meus clientes seriam qualquer tipo, de criança ao idoso, seria mais para dar vida ao lugar
<b>Magali</b>	Não.	Pretendo comprar meus produtos direto da fábrica e meu público alvo são as adultas
<b>Ketchup</b>	Não.	Seria pra começar a Madewahl e os clientes seria microempresas de artesanato e de papelaria e o público no geral
<b>Babosa</b>	A sociedade precisaria de fornecedores dignos novos com o descobrimento de talentos onde os produtos sejam de qualidade para o público.	Fornecedor seria a minha própria empresa. Montaria uma fábrica de roupas no qual eu seria o estilista. As roupas serão produzidas nessa indústria e direcionadas as lojas. Os clientes serão todas as pessoas de todas as idades e corpos.
<b>Ruivinha</b>	Não.	Não pensei em um.
<b>Uvinha</b>	Não.	Clientes acreditam que seriam meus familiares, amigos, ou até mesmo pessoas que nunca nem vi. Fornecedores: Eudora, Elseve, <i>Salonline</i>

Fonte: os autores.

Em relação à pesquisa de fornecedores, Salsicha, que no primeiro questionário não indicou uma proposta de empresa para a resposta, embora tenha indicado ter noção de compra e venda, nesse segundo momento já apresentou uma proposta de empresa e onde poderia buscar fornecedor, uma vez que a proposta é uma loja de games.

Tomate, com uma ideia já estabelecida de projeto, também abordou a maneira como buscaria fornecedores e mão de obra, visando clientes industriais e grandes instalações.

Laranjinha, também com seu empreendimento já em mente, apresentou fornecedor e público-alvo.

Babosa, que apontou no primeiro questionário para a necessidade de fornecedores novos e talentosos, em um segundo momento sugeriu que ela mesma

seria a fornecedora, montando seu empreendimento de fábrica de roupas, sendo a estilista, tendo lojas especializadas e os clientes.

Os participantes Mostarda, Magali, Ketchup e Uvinha, que no primeiro questionário não souberam responder, deram repostas de maneira mais específica no segundo questionário.

Mostarda buscando clientes amplamente, Magali indicando fornecedores com produtos de fábrica e público-alvo adulto, Ketchup também indicou um fornecedor, voltando-se para clientes de microempresas de artesanato, papelaria e público em geral e Uvinha, que a princípio buscava no apoio familiar e de amigos os primeiros clientes, com fornecedores já bem estabelecidos. Ruivinha manteve sua resposta similar ao primeiro questionário, indicando não ter pensado sobre o tema.

Foi feita a seguinte pergunta em seguida: “Você conhece indivíduos com talento? Nos conte o que isso desperta em você”.

Os resultados são apresentados no Quadro 45.

**Quadro 45 – Questionário 2: Conhece indivíduos com talento?**

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Não.	Sim. Não sou talentoso ou criativo com minhas ideias, mas que em prática com alguns ajustes certeza que daria certo
<b>Tomate</b>	Nenhum.	Pessoalmente não sei mas já vi sobre grandes personalidades busco fortalecer traços que tenha em comum com eles
<b>Laranjinha</b>	Minha mãe ela é mil e um ela faz muitas coisas.	Nat Acuri, Empresária, maior canal do Youtube, finanças
<b>Mostarda</b>	Conheço, algumas vezes minha amiga fala que sonha em começar um negócio e meus tios, dá até vontade mas nunca parei para pensar ou estudar sobre.	Sim minha tia tem uma certa ideia e a minha melhor amiga também o que me motivou
<b>Magali</b>	Sim, a minha amiga Karol, toca piano é muito linda.	Sim, tem a Karol ela toca piano e o Juan violão e eu estou aprendendo violão
<b>Ketchup</b>	Sim, meu pai, me desperta isso porque ele sabe vender e tem bastante cliente através do <i>marketing</i> .	Sim, meu pai porque ele sempre pensa na frente ele sabe vender e a paciência que ele tem com os clientes
<b>Babosa</b>	Meus amigos e eu pois cada um de nós possui conhecimentos	A começar por mim creio que eu possuo o talento para produção,

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	ou talentos que de fato deve ser valorizados por nós mesmos.	Mas me desperta motivação interesse para tocar uma empresa forma em mim um espírito incisivo com ânimo e vontade de criar.
<b>Ruivinha</b>	Não sei.	Sim, fico feliz
<b>Uvinha</b>	Meu pai.	A amiga da minha mãe que vende perfumes em geral e hidratantes percebo que ela tem muito talento facilidade e força de vontade

Fonte: os autores.

Um ponto interessante nesse quesito em relação ao primeiro questionário é que alguns participantes passaram a se ver como indivíduos com talento. Salsicha e Babosa, em especial, comentaram sobre suas qualidades e esforços para tanto.

Outro ponto interessante é perceber que os participantes ampliaram seus horizontes em relação a quais pessoas poderiam ser inspiradoras para elas, pensando no contexto do curso, como Laranjinha citando Nat Arcuri (influenciadora) e Uvinha, que citou a amiga da mãe que empreende no ramo que ela deseja continuar.

Também com o intuito de identificar o nível de consciência dos participantes foi elaborada a seguinte questão: “Você consegue identificar os conhecimentos que lhe faltam? Nos conte um pouco sobre o que acha que falta e o que acredita ser o seu diferencial”.

Os resultados obtidos no questionário posterior são apresentados no Quadro 46.

**Quadro 46** – Questionário 2: Quais conhecimentos lhe faltam?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Me falta conhecimento aprofundado do mercado <i>online</i> e como também investimentos em dividendos. Meu diferencial é a vontade de buscar mais e mais.	Sim, eu não tenho experiência, mas com o convívio de amigos com seus próprios negócios. Meu diferencial é sempre pensar a longo prazo e não a curto.
<b>Tomate</b>	Iniciativa e mais estratégia, são responsáveis por fazer a pessoa buscar o sucesso e garantir os caminhos certos a seguir.	Não muito, mas tenho certeza que muitos estão na área de como fazer. Acredito que não sei por onde começaria nem como conseguir uma clientela fiel ou o que recomende os serviços. Seria uma empresa que

Participante	Resposta antes	Resposta depois
		vende, instala e faz projetos elétricos, industriais ou elétricos, sendo possível apenas confecção ou só instalação de projetos já existentes. Além de consultorias pagas ou gratuitas a possíveis clientes. Como boa parte dos serviços são fora da empresa não seria necessária uma grande sede, assim utilizando muitos os meios digitais para contato e tira dúvidas
<b>Laranjinha</b>	Educação financeira e como captar mais clientes e gestão de tempo.	Sobre finanças. controle de caixa meu diferencial seria comunicação Muito legal, pois quem estar começando e ótima área de beleza porque é a que mais cresce no Brasil
<b>Mostarda</b>	Já que eu não sei nada sobre, preciso saber tudo.	Já que eu não sei nada sobre, preciso saber tudo. Sim eu preciso aprender mais sobre o financeiro e sobre o caixa, como colocado da parte financeira. Eu quero abrir uma loja de design de quartos e salas mais para decorações
<b>Magali</b>	Sobre empreendedorismo me falta muito conhecimento.	Na minha opinião me falta experiência e meu diferencial é determinação eu vou em busca do que eu quero. Meu projeto é uma loja de perfumaria no centro da cidade
<b>Ketchup</b>	Não.	Sim, como eu disse eu só vou aprender na hora que eu for fazer na prática Eu penso em fazer a faculdade e abrir a empresa ao mesmo tempo Venderia MDF e artesanato de MDF pelo melhor preço que a concorrência e faria artesanatos personalizados
<b>Babosa</b>	Sim e não. Há muitos tópicos de empreendedorismo que não é do meu conhecimento, creio que saberei mais profundamente quais de fato se estudar mais.	Sim e não. Há muitos tópicos de empreendedorismo que não é do meu conhecimento, creio que saberei mais profundamente quais de fato se estudar mais. São muitos. Porém creio que não consigo identificar precisamente um no momento, mas creio que o meu diferencial é ser eu, cada um é único e por si só diferencial. Nome: Miadie Local: São Paulo Produto: Roupas Divulgação: Instagram e anúncios

Participante	Resposta antes	Resposta depois
		publicitários Sobre: Loja de roupas que atende todos os corpos e idades Produção na indústria própria da loja
<b>Ruivinha</b>	Me falta conhecimento empresarial como ter um bom discurso e melhorar comunicação, meu diferencial é ter a mente aberta para novas ideias e ter criatividade.	Me falta conhecimento empresarial como ter um bom discurso e melhorar comunicação, meu diferencial é ter a mente aberta para novas ideias e ter criatividade. Sim, faltam melhor entendimento pessoal, convívio social e o que me difere e meu humor. Não tenho.
<b>Uvinha</b>	Não.	Não. O que falta em mim é coragem, iniciativa, força de vontade e mais interesse. Uma loja de Cosméticos localizada no centro de São Paulo com vários produtos de Cosméticos e maquiagens.

Fonte: os autores.

Ter acesso aos conteúdos do curso mostrou aos participantes uma vasta gama de conhecimento que eles puderam conhecer, rever ou até mesmo ter contato mais próximo da aplicação real. Isso refletiu nesse quesito de falhas e auto percepções.

Salsicha, por exemplo, que indicou primeiro faltar conhecimento aprofundado de mercado online, no segundo momento apresentou em especial sua falta de experiência.

De modo similar, Magali também indicou lhe faltar experiência.

Tomate, por sua vez, indicou a princípio falta de conhecimento em iniciativa e estratégia e, no segundo questionário, falou mais detidamente sobre a insegurança sobre por onde começar e atingir os clientes pretendidos, mas já pensando em estratégias de funcionamento de seu empreendimento.

Laranjinha foi consistente nos dois questionários ao apontar que lhe falta conhecimento de educação financeira.

A participante Mostarda, que veio de uma resposta de não saber sobre nada, apontou a necessidade de aprender mais sobre finanças, já dirigindo o pensamento para seu projeto de empreendimento.

Ketchup apontou no segundo questionário para a necessidade de aplicar na prática para aprender o que tomou conhecimento sobre, embora seu projeto de empreendimento apresente-se nesse sentido melhor pensado e estruturado.

Também ciente de que lhe falta conhecimento, Babosa não conseguiu elencar faltas, mas já apresentou um projeto de empreendimento melhor estruturado.

Ruivinha, que no primeiro momento apresentou falta de conhecimento empresarial e de comunicação, no segundo trouxe uma questão sobre relacionamentos interpessoais.

Uvinha, por fim, apontou a falta de coragem e iniciativa como uma problemática, apesar de também trazer um projeto de empreendimento melhor pensado.

A última questão dessa etapa foi “Para finalizar, nos conte o que mais lhe motivou a continuar os estudos de empreendedorismo após os conhecimentos adquiridos?”. As respostas constam no Quadro 47.

**Quadro 47** – Quais os motivos de continuar estudos sobre o empreendedorismo após o curso?

Participante	Resposta antes	Resposta depois
<b>Salsicha</b>	Investir em cotas e dividendos do mercado <i>online</i> .	Sempre me interessei, porém sempre faltou conhecimentos. Com os estudos adquiridos tenho uma base de conceitos e por onde começar, sempre pensando a longo prazo.
<b>Tomate</b>	Não tenho certeza se consigo um emprego de funcionário e se ficaria feliz com ele, por isso me asseguro de ser capaz de viver por mim mesmo caso necessite.	A ideia de abrir algo próprio no futuro por isso preciso ter noção do que fazer
<b>Laranjinha</b>	Acho incrível ser dona do próprio negócio, você é a sua maior inspiração e coloca todo o seu potencial para fora.	Conhecimento é Poder, gostei muito da turma e achei muito didático também
<b>Mostarda</b>	Eu não sei ainda em que área vou entrar, mas me interessei bastante.	Foi esse projeto que me fez sem interessar mais sobre isso e me fez descobrir sobre esse projeto
<b>Magali</b>	O motivo do meu interesse sobre empreendedorismo é que eu já tive um pequeno negócio e pretendo voltar com ele futuramente.	O motivo do meu interesse sobre empreendedorismo é que eu já tive um pequeno negócio e pretendo voltar com ele futuramente. A professora é uma fofa
<b>Ketchup</b>	Eu tenho interesse em saber para ajudar meu pai nas vendas e se caso um dia	Vi técnicas que o empreendedorismo nos ensina, o que em si a matéria e que nos ajuda a manter a empresa

Participante	Resposta antes	Resposta depois
	precise abrir meu negócio de MDF novamente.	
<b>Babosa</b>	Apesar de achar diversos interessantes não é do meu interesse, as partes que mais me interesse é do ramo de geografia meteorologia e moda.	O quão é interessante ou “empreender” e a forma digamos fácil e interessante de montar um negócio próprio seu. Adquirir sabedoria e conhecimentos nunca é demais, e creio que isso mais me motivou.
<b>Ruivinha</b>	Não tenho estudo mas quero ter maior reconhecimento na área.	Não tenho estudo mas quero ter maior reconhecimento na área. Conhecimento que eu queria entender sobre empreendedorismo.
<b>Uvinha</b>	- sem resposta -	A vida financeira e a pessoa que esteja crescendo cada vez mais.

Fonte: os autores.

As respostas para essa questão também nos permitem antever como os participantes demonstram suas percepções pessoais sobre seus conhecimentos. Destaca-se Salsicha, que demonstrou interesse sobre empreender e, partir do curso, que tem uma base de conceitos e consegue pensar por onde começar.

Tomate veio de uma resposta em busca de segurança financeira, inseguro sobre conseguir um emprego, para uma perspectiva de empreender por si e, portanto, continuar a estudar.

Laranjinha destacou a questão do conhecimento e didática do curso para incentivo de continuar os estudos.

Também em destaque ao curso, Mostarda indicou que foi através dele que se interessou sobre empreendedorismo.

Magali respondeu elogiando a professora. E Ketchup, que veio de uma resposta de aprender para ajudar o pai em vendas e pensando em seu negócio de MDF, destacou no segundo momento o contato com técnicas de empreendedorismo para continuidade de estudos.

Sobre a aquisição de conhecimento, Babosa também destaca em sua resposta a questão de que conhecimento nunca é demais e que sua motivação veio desse processo.

Ruivinha apresentou em um primeiro momento a questão de estudar para reconhecer a área, respondeu que conseguiu atingir seu objetivo.

E Uvinha, que a princípio não respondeu, nesse segundo questionário indicou que sua motivação vem a partir do crescimento e da vida financeira.

#### 4.10. Síntese das análises por estudante

Depois de aplicado o último questionário e analisar todas as respostas dos estudantes foi possível notar que, de alguma forma, o curso foi impactante para alguns participantes. A partir dos dados analisados, pode-se afirmar que eles conseguiram ter uma visão de como melhorar estratégias dentro da empresa, comportamentos que tinham e notaram que podem impactar dentro da gestão. Um ponto importante e que gerou mais impacto quando explicado foi a distinção entre pessoa física e jurídica e como realizar a locação do patrimônio sem misturar os dois.

Para facilitar o entendimento o Quadro 48 apresenta uma análise sintética do desenvolvimento de cada participante durante o curso:

**Quadro 48 – Síntese das análises por participante.**

Participante	Análise
<b>Salsicha</b>	Foi o estudante mais dedicado durante o curso. Chegava antes de todos e sempre queria saber algo a mais, como por exemplo sugestões de cursos que ele poderia fazer para ampliar seus conhecimentos, dicas de livros que poderia ler, principalmente sobre temas relacionados à gestão de projetos e era o mais rápido para executar uma atividade. Ele sempre vinha com a ideia pronta.
<b>Tomate</b>	Este estudante, inicialmente, havia deixado claro que precisava muito das horas atividades. Foi um estudante muito quieto e pouco participativo, porém com o decorrer do curso demonstrou interesse e começou a participar mais. Observou-se que este estudante é muito inteligente, mas prefere não participar ativamente, como ele mesmo expôs em conversa em sala e que foi possível ver posteriormente nas gravações. Foi levantado o assunto desse comportamento e ele disse que ficou surpreso com o comportamento que teve, pois em uma aula normal nunca colocaria sua opinião como havia feito no curso, ou pela timidez ou por não querer expor suas ideias.
<b>Laranjinha</b>	A estudante Laranjinha foi a mais divertida do curso, com ideias e pensamentos ágeis e como ela mesma descreve: “que a mão dela não acompanhava o seu raciocínio para escrever tudo que queria”. Laranjinha era a única que já havia cursado a disciplina de Empreendedorismo e Inovação e isso lhe deu conhecimentos sobre o assunto, mas observou-se que ela ainda não apresentou alguns conceitos bem estabelecidos na hora de expor, como por exemplo

Participante	Análise
	nos conhecimentos financeiros, onde ela não conhecia conceitos técnicos e importantes para a gestão.
<b>Mostarda</b>	A estudante iniciou o curso falando que não tinha nenhum conhecimento sobre empreendedorismo, mas com o decorrer do curso se mostrou com alguns conhecimentos, mas que já estavam bem definidos e que lhes davam suporte na hora de pensar sobre o tema e mesmo discutir sobre a empresa fictícia que lhe foi aplicada com diversos problemas.
<b>Magali</b>	Esta estudante se mostrou inicialmente bem dedicada, mas não teve um aproveitamento muito satisfatório. Durante o curso ela apresentou queda de rendimento e não demonstrou muito interesse, mas respondia aos questionamentos, mesmo que posteriormente e com alguns conhecimentos sobre o tema. Em uma conversa final após aplicação do produto alegou problemas pessoais.
<b>Ketchup</b>	No decorrer do curso Ketchup se mostrou muito interessado em <i>marketing</i> . Ele relatou que o pai (a pessoa que ele tem muito orgulho) tem uma empresa que vende produtos na <i>internet</i> (não quis falar muito sobre esta empresa) e que o ponto principal de seu interesse era fazer a divulgação dos produtos e a melhor forma para isso. Também indicou que o curso o ajudou a pensar em melhores recursos de divulgação e que ainda tem vontade de retomar a empresa de MDF.
<b>Babosa</b>	Este estudante se mostrou muito interessado em diversas áreas, não sabendo ainda o que quer de fato. Ele se definiu como uma pessoa com muitas qualidades e sonhos, mas observou-se que sua insegurança ainda é uma barreira, ficando muitas vezes tímido e preferindo não expor suas ideias por insegurança. Tem muitos projetos na cabeça e isso o deixou muito indeciso. Ele foi prejudicado em alguns momentos pela colega Uvinha que conversava demais com ele e tirava o seu foco, mas ele sempre tentava retomar para que não deixasse de atender ao que era proposto.
<b>Ruivinha</b>	A estudante Ruivinha, a mais nova da turma, apresentou ideias boas voltadas ao empreendedorismo. Às vezes o que impedia de desenvolver melhor uma questão era sua impaciência, mas nunca deixou de atender ao solicitado.
<b>Uvinha</b>	A participante que mais observou-se problemas, a mesma desde o início e como ela disse: “estava lá para acompanhar o colega Babosa”, mas no decorrer do curso interpretamos que ela também queria o certificado, pois com isso obteria as horas de atividades complementares. Ela sempre foi muito dispersa e conversava muito, relatava o medo e a insegurança, conforme abordamos no decorrer das análises que isso acontece pela pressão familiar que sofre. O ponto positivo, ao final, foi que a mesma conseguiu entender alguns conceitos que não sabia e pode expressar melhor suas ideias sobre o tema.

Fonte: os autores.

Observou-se que todos os estudantes já tinham alguma percepção do que é ser empreendedor, mesmo que de maneira muito vaga e espontânea, o que, de acordo Vygotsky (2007), são conhecimentos adquiridos a partir da experiência pessoal de forma não sistematizada. Porém, por meio de informações externas ou mesmo discutidas no próprio âmbito do IFMS, tiveram acesso às maneiras de se formar um empreendedor, o que se pode considerar como conhecimentos que o sujeito aprende na sala de aula, chamados de conceitos científicos (COELHO; PISONI, 2012).

No entanto, ao término do curso, deixou-se claro que os estudantes ainda precisam de ajuda para que estes conceitos científicos sejam plenamente internalizados por eles, pois sozinhos ainda não são capazes de realizar a gestão de um projeto.

Como sugestão para propostas futuras há a possibilidade de atividades ainda mais aplicadas, como visitas técnicas, pois a visão mais prática ainda necessita ser incorporada ao produto educacional para que dê mais sustentabilidade a todos os conceitos trabalhados e, assim, possibilitar aos participantes sucesso em sua carreira profissional.

Vale ressaltar que se optou por não fazer uma visita técnica pois o curso já estava estruturado em sua versão final em cinco encontros e não poderia estender mais o curso que já ocupava um período crítico entre as provas dos estudantes e isso prejudicaria a vida acadêmica. Porém, ao replicar este produto educacional, o professor pode fazer a visita e recomenda-se que o faça, assim o estudante terá a visão prática dos conceitos abordados (Planejamento Estratégico, Gestão de Pessoas, Marketing e Finanças).

Outro ponto analisado e que é de extrema importância para atender os objetivos desta pesquisa foi a ementa do curso, que hoje é aplicada no sexto semestre e, conforme levantado no questionário com os docentes, sugere-se que seja apresentada já no início do curso em que o estudante optar, pois, assim, consolidaria e despertaria o interesse pelas práticas já aplicadas no IFMS.

Cabe também a observação que, após a aplicação do produto educacional, foi feito um recorte na proposta da aula 4, que trataria de conceitos financeiros, uma vez que devido à falta de conhecimento prévio por parte dos estudantes, além de ter que apresentar muitos conceitos técnicos, teria dificultado o entendimento. No entanto, a retirada desta parte do conteúdo não afetou no contexto geral do tópico financeiro,

pois o mesmo foi abordado de uma maneira mais simples, onde pode ser aprendido pelos estudantes, como por exemplo quanto à questão do fluxo de caixa e a explicação acerca da problemática em misturar as contas pessoais com as contas da empresa.

Outro ponto importante que se destaca foi quanto à aula 3, sobre gestão de pessoas, a aula que mais despertou o interesse da turma. Credita-se o interesse ao formato da aula, contendo muitos vídeos e uma dinâmica final na qual puderam interagir e mostrar suas habilidades e criatividade.

Para reaplicações futuras do produto educacional podem ser feitas adaptações dos materiais disponibilizados, que se encontram em formato de texto e *slides* editáveis.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se inicia o processo de prospecção de um empreendimento é necessário adquirir diversos conhecimentos a respeito do negócio que se pretende iniciar e/ou investir, criando assim, uma tendência ao que se deseja desenvolver. Afinal, este é o ponto chave que determinará o nascimento, desenvolvimento e execução do empreendimento. A empresa é uma atividade baseada no esforço organizado e coletivo de determinadas pessoas, tendo o objetivo de produzir bens e ou uma prestação de serviços, obtendo o desfecho de oferecê-los a um determinado mercado ou cliente, a fim de alcançar a remuneração financeira pelo seu atendimento.

A realização pessoal pode estar, principalmente, nos bastidores. Assim, produtos, serviços, clientela, mercado, concorrência, entrega de valor, satisfação de necessidades, precificação, custos, orçamento, capital de giro, produção, venda, intermediários como atacadistas e varejistas, plataformas virtuais, bem como sócios, planos, criatividade e inovação, costumam ser atualmente os pontos focais de preocupação de novos empreendedores. Um negócio é, em seu âmago, uma conjugada e flexível reunião feliz desses aspectos básicos desenvolvidos em seu máximo prospecto.

O processo de ensino e aprendizagem desses princípios empreendedores pode ser ofertado de diversas maneiras, como, por exemplo, por meio de parte das disciplinas do Ensino Médio Integrado, que se volta à realidade social para oferecer ao estudante o conhecimento necessário para empreender e conhecer os meandros técnicos e práticos dessa atividade laboral. No entanto, diante da experiência da pesquisadora e também da leitura dos planos de ensino da disciplina de Empreendedorismo de diferentes instituições de ensino, percebeu-se a necessidade de adaptar as atividades para tornar o conhecimento mais próximo da realidade, e também o tornar melhor aplicável e replicável na prática.

Retomando o objetivo dessa pesquisa, buscou-se investigar o grau de percepção dos alunos do Ensino Médio Integrado do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS) sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos. Diante disso, foi pensado como Produto Educacional um curso, dividido por temas, adaptável à realidade dos participantes para ampliar o conhecimento dos estudantes. Partindo dos pressupostos de Vygotsky, verificou-se, na aplicação do curso, que os conceitos espontâneos e científicos se entrelaçaram durante as aulas, especialmente nas

questões norteadoras do produto educacional sobre o ensino de empreendedorismo voltado para a sua aplicação prática (análise de uma empresa fictícia), partindo do entendimento de como este ensino já estava sendo executado no contexto do IFMS. Verificou-se que a mediação do professor na ZDP, a partir da compreensão inicial dos alunos (NDR), foi fundamental para as necessárias correções e esclarecimentos dos conceitos sistematizados.

Durante o processo foram realizados os acompanhamentos e avaliação contínua dos resultados alcançados. Após a avaliação inicial do Nível de Desenvolvimento Real dos estudantes, isto é, da identificação de seus conceitos espontâneos prévios, buscou-se, a todo tempo, atuar em suas Zonas de Desenvolvimento Proximal. Trabalhou-se, portanto, na resolução de problemas que, sozinho, o educando não conseguiria solucionar, mas que, com auxílio do educador ou de um colega mais experiente, pudesse resolver.

Assim, buscou-se atuar na ZDP dos estudantes por meio dos conteúdos e discussões realizados durante o curso, com foco nos exemplos, dúvidas e diálogos com os participantes. A atividade prática denominada “Vendinha” foi aplicada para trabalhar a evolução conceitual dos estudantes. A estratégia utilizada foi aplicar esta atividade antes e após as aulas do curso, de modo que fosse possível inicialmente “mapear” o NDR dos estudantes para então a atuação em sua ZDP e, ao final do processo, identificar o novo NDR dos mesmos. Assim, tanto a atividade Vendinha quanto os Questionários aplicados nos apresentam indícios de desenvolvimento conceitual dos estudantes acerca de empreendedorismo.

Para fins de análise, os discursos dos participantes foram organizados e separados em anterior e posterior ao curso e agrupados em quatro categoriais de análise conforme os temas propostos: planejamento e estratégia, gestão de pessoas, *marketing* empresarial e finanças. Em todos os registros de dados, como nos questionários e na atividade “Vendinha”, cada fala e diálogo foi identificado em um dos quatro temas e assim buscou-se identificar os conceitos anteriores e posteriores ao curso.

Uma observação interessante a partir dos dados é perceber como o desenvolvimento de conceitos permitiu novas perspectivas em relação ao campo empreendedor, fazendo-os notar, também, suas falhas e fraquezas, tais como a falta de manejo técnico e conhecimento aprofundado. Por exemplo, em diversas questões os participantes conseguiram evoluir de uma resposta simples de não ter o

conhecimento, portanto, saber que precisa aprender, para quais são os pontos específicos que devem aprofundar. Em outras palavras, não apenas uma noção comum da falta, mas uma observação baseada em autoconhecimento, permitindo-lhes mais confiança e até mesmo o entendimento de seus próprios objetivos e interesses.

O curso permitiu também o desenvolvimento conceitual dos estudantes como o autoconhecimento e a comunicação. Foi notável a mudança da percepção de si de alguns estudantes, em especial por tê-los colocado em contato direto com situações em que eles podem e devem assumir com o tempo, como o papel de liderança. O curso também serviu para observar como esses estudantes percebem o mundo ao redor, o que absorvem de suas relações interpessoais e como eles podem ter uma outra percepção de si quando colocados em situações diferentes.

Por fim, para estudos futuros voltados para o empreendedorismo e até mesmo a aplicação deste produto educacional em outras turmas e contextos educativos, recomenda-se olhar para a formação financeira anterior dos participantes, pois assim é possível proporcionar melhores resultados aos estudantes com um percurso educativo semelhante. Acredita-se que uma base financeira mais consolidada pode dar um melhor entendimento do que se propõe neste produto educacional, mas não descartando aplicação do mesmo com os demais temas sugeridos.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Mapeamento mostra que Brasil tem 363 incubadoras e 57 aceleradoras**: Estudo mapeia o ecossistema do empreendedorismo inovador no Brasil. Florianópolis, 12 ago. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-08/mapeamento-mostra-que-brasil-tem-363-incubadoras-e-57-aceleradoras>. Acesso em 19 jul. 2023.

AGUIAR, H. Márcio de. **Mulheres negras empreendedoras no Brasil**: suas barreiras e comportamento de superação para empreender. Dissertação. (Mestrado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração. Universidade Nove de Julho: São Paulo, 2022. Disponível em: <http://bibliotecatede.uninove.br/bitstream/tede/2903/2/Heraldo%20Aguiar%20.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

ALMEIDA, F. C. **Aprendizagem baseada em empreendedorismo**: uma proposta para melhoria do ensino profissional técnico de nível médio o IFPA. 215 páginas. Dissertação (Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica). Centro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas. Manaus: Centro do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ifam.edu.br/jspui/bitstream/4321/303/1/Aprendizagem%20baseada%20em%20empreendedorismo-uma%20proposta%20para%20melhoria%20do%20ensino%20profissional%20t%C3%A9cnico%20de%20n%C3%ADvel%20m%C3%A9dio%20no%20IFPA.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

ALMEIDA, L. R. S.; CORDEIRO, E. de P. B.; SILVA, J. A. G. da S. Proposições acerca do ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino Superior brasileiras: uma revisão bibliográfica. **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 109-122, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2018V20n52p109/pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

ANTONELLO, C. S. **Os novos horizontes da gestão**: Aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 12-33.

ABREU, T. L. **Economia solidária**: contribuições para a formação omnilateral de caráter emancipatório dos empreendimentos econômicos solidários. Recife: Dialética, 2021.

ANA, G. J. **Planejamento, gestão e legislação escolar**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K., Empreendedorismo: conceitos e definições. In. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n. 1, p.25-38, 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistasi/article/view/612>. Acesso em 19 jul. 2023.

BARBOSA, J. P. V., VAZ, A. M. Análise microgenética de processos de aprendizagem na pesquisa em educação em ciências. **Revista Eletrônica de Enseñanza de las Ciencias**, v. 18, n. 3, 2019. Disponível em:

[http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen18/REEC\\_18\\_3\\_1\\_ex1256.pdf](http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen18/REEC_18_3_1_ex1256.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

BARBOSA, R.E. Empreendedorismo: seu desenvolvimento, como é seu ensino e sua importância. Caderno de Administração. **Revista do Departamento de Administração da FEA**. CAD Vol. 7, n.1. Jan - Dez. 2012.

BERG, E. Descubra se você sabe relacionar-se com pessoas. Faça o teste. In. **Administradores**, 2016. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/descubra-se-voce-sabe-relacionar-se-com-pessoas-faca-o-teste>. Acesso em 19 jul. 2023..

BOAS, M. B. F. **Portfólio, avaliação e trabalho pedagógico**. Porto Alegre: Papyrus, 2004.

BRANDÃO, M. M. **A influência das competências empreendedoras e dos sistemas de relações sociais na decisão de empreender na área de serviços de fisioterapia**. Dissertação (Mestrado). Universidade FUMEC: Belo Horizonte, MG. 2007.

BRASIL. **Constituição dos Estados Unidos do Brasil, de 10 de novembro de 1937**. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília: 1937. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao37.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao37.htm). Acesso em 19 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Casa Civil. Brasília: 1996. Disponível em: [https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2009/04/lei\\_diretrizes.pdf](https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2009/04/lei_diretrizes.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

BRASIL. **Parâmetros Curriculares Nacionais. Ensino Médio**. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: 2000. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/blegais.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular – BNCC**. Ministério da Educação. Brasília: 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/historico/>. Acesso em 19 jul. 2023.

BRASIL. **Lei nº 11.892, de 29 de dezembro de 2008**. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília: 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11892.htm). Acesso em 19 jul. 2023.

BRASIL. **Carta Brasileira Cidades Inteligentes**. Brasília: Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mdr/pt-br/assuntos/desenvolvimento-urbano/carta-brasileira-para-cidades-inteligentes/CartaBrasileiraparaCidadesInteligentes2.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

CAMARGO, S. H. C. R. V.; VEIGA NETO, A. R. (org.). **Gestão Empreendedora: Parceiros Estratégicos**. São Paulo: Paco, 2014.

CAZEIRO, A. P. M.; LOMÔNACO, J. F. B. Vygotsky e sua interface com as teorias de conceitos: aproximações e distanciamentos. **Psicol. Esc. Edu.** v.20, n.2, 2016.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Editora *Campus*. 1999.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CHURCHILL JUNIOR, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para clientes**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

CIAVATTA, M. A formação integrada a escola e o trabalho como lugares de memória e de identidade. **Revista Trabalho Necessário**, v. 3, n. 3, 2005. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/trabalhonecessario/article/view/6122>. Acesso em 19 jul. 2023.

CIAVATTA, M. O ensino integrado, a politecnicidade e a educação omnilateral. Por que lutamos? In. **Trabalho & Educação**, v. 23, n. 1, p. 187-205, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/trabedu/article/view/9303>. Acesso em 19 jul. 2023.

COELHO, L.; PISONI, S. Vygotsky: sua teoria e a influência na educação. **Revista e-Ped**, v. 2, n. 1, p. 144-152, 2012. Disponível em: [http://facos.edu.br/publicacoes/revistas/e-ped/agosto\\_2012/pdf/vygotsky\\_-\\_sua\\_teorica\\_e\\_a\\_influencia\\_na\\_educacao.pdf](http://facos.edu.br/publicacoes/revistas/e-ped/agosto_2012/pdf/vygotsky_-_sua_teorica_e_a_influencia_na_educacao.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

COLE, M.; SCRIBNER, S. Introdução. In. VIGOTSKI, L. S. **A Formação Social da Mente**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

CUNHA, T. **O que é empreendedorismo, qual a sua função e como funciona na prática**. 2022. Disponível em: <https://www.idinheiro.com.br/negocios/empreendedorismo/>. Acesso em: 02 jan.2023.

DAVID, C. M. **Desafios contemporâneos da educação**. São Paulo: UNESP, 2015.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 7. ed São Paulo: Empreende, 2008.

DUBAR, C. **A socialização: construção das identidades sociais e profissionais**. São Paulo: Saraiva, 2020.

DUCCI, M. A. El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional. **Oficina Internacional Del Trabajo. Formación basada in competencia laboral: situación actual y perspectivas**. Ginebra, OIT, 1996.

FAZENDA, I. C. A. Interdisciplinaridade e transdisciplinaridade na formação de professores. **Revista Ideação**, v. 10, n. 1. Dossiê especial: Interdisciplinaridade. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/ideacao/article/view/4146>. Acesso em 19 jul. 2023.

FEDERAL, Receita. **Referencial NAF**. 19 abr. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/manuais/referencial-naf>. Acesso em: 27 ago. 2023.

FITTIPALDI, C. B. A influência que as ideias marxistas exerceram sobre Vygotsky. **Revista da Educação**, v. I, n. 1, p. 74-78, 2006. Disponível em: <http://revistas.ung.br/index.php/educacao/article/view/20/9>. Acesso em 19 jul. 2023.

FLEURY, M.T.L.; FLEURY A. Construindo o conceito de competência. **Revista de Administração Contemporânea**. v.5. p.183-196. Edição Especial. Curitiba, 2001.

FONTE, S. S. **Formação omnilateral e a dimensão estética em Marx**. Porto Alegre: Appris, 2020.

FORMIGA, G.C.B; SANTOS, O.F.C. Perfil do aluno do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia: *Campus* Tobias Barreto-SE. **Revista Expressão Científica** - ISSN 2447-9209 | Volume II, Ano 02, Nº2 – 2017.

GALLO, S. **Metodologia do ensino de filosofia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

GERALDINO, F. H., **O Ensino de empreendedorismo nas escolas públicas do município de Cacoal/RO**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração). Fundação Universidade Federal de Rondônia. Cacoal: Fundação Universidade Federal de Rondônia, 2015. Disponível em: <https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/885>. Acesso em 19 jul. 2023.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Curso de Graduação Tecnológica, EAD/UFRGS. **Métodos de pesquisa**, Porto Alegre, 1. ed, 2009.

GUIMARÃES, G. **Educação omnilateral: entre o ser, o estar e o devir**. São Paulo: Saraiva, 2019.

GÓES, M. C. R. de. A abordagem microgenética na matriz histórico-cultural: uma perspectiva para o estudo da construção da subjetividade. **Cadernos Cedes**, ano XX, n. 50, 2000.

GOMES, L. C.G. As Escolas de Aprendizes Artífices e o Ensino Profissional na Velha República. In: **Vértices**, ano 5, n.3, 2003.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Projeto Pedagógico de Curso – Técnico em Eletrotécnica. **IFMS**, 2019a. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/centrais-de-conteudo/documentos-institucionais/projetos-pedagogicos/projetos-pedagogicos-dos-cursos-tecnicos/projeto-pedagogico-do-curso-tecnico-em-eletrotecnica-campo-grande.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Projeto Pedagógico de Curso – Técnico em Mecânica. **IFMS**, 2019b. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/centrais-de-conteudo/documentos-institucionais/projetos-pedagogicos/projetos-pedagogicos-dos-cursos-tecnicos/projeto-pedagogico-do-curso-tecnico-em-mecanica-campo-grande.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Projeto Pedagógico de Curso – Técnico em Informática. **IFMS**, 2019c. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/centrais-de-conteudo/documentos-institucionais/projetos-pedagogicos/projetos-pedagogicos-dos-cursos-tecnicos/projeto-pedagogico-do-curso-tecnico-em-informatica-campo-grande.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. TecnoIF. **IFMS**, 2022a. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/assuntos/pesquisa/empreendedorismo-inovacao/tecnoif-1>. Acesso em 19 jul. 2023.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Pesquisa. **IFMS**, 2022b. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/assuntos/pesquisa>. Acesso em 19 jul. 2023.

IFMS. Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Política de Extensão. **IFMS**, 2022c. Disponível em: <https://www.ifms.edu.br/assuntos/extensao/politica>. Acesso em 19 jul. 2023.

INFOMONEY. Classes D e E continuarão a ser mais da metade da população até 2024, projeta consultoria. In. **InfoMoney**, 2022. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/classes-d-e-e-continuarao-a-ser-mais-da-metade-da-populacao-ate-2024-projeta-consultoria/>. Acesso em 19 jul. 2023.

JÚNIOR, J. B C. et al. Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e a prática. In. **Revista de Ciências da Administração**. V. 8, n.15, p.1-22, 2006. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/1003/768>. Acesso em 19 jul. 2023.

KRAWCZYK, N. **Sociologia do ensino médio**: crítica ao economicismo na política educacional. São Paulo: Cortez, 2014.

KUENZER, A. **Ensino médio – construindo uma proposta para os que vivem do trabalho**. A Formação de Professores para educação profissional e tecnológica. São Paulo- SP: Editora CORTEZ, 2011.

LACOMBE, F. J. M.; HEILBORN, G. L. J. **Administração: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2009.

LAVELLI, M. et al. Using microgenetic designs to study change processes. In. **Handbook of research methods in developmental science**. Oxford: Blackwell, 2005.

LIBÂNEO, J.C. **Temas de pedagogia**: diálogos entre didática e currículo. São Paulo, Cortez, 2018.

LIBERATO, A. C. T. Empreendedorismo na escola pública: despertando competências, promovendo a esperança!. **Biblioteca Sebrae**, 2007. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/3CBF34B0D06A6941832572B1006F3722/\\$File/NT00035112.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3CBF34B0D06A6941832572B1006F3722/$File/NT00035112.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S., **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 3 ed. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2010.

LOPES, R. M. (org.). **Educação empreendedora**: Conceitos, modelos e prática. São Paulo: Elsevier, 2010.

LUCENA, J. D. M. de. **O processo de ensino-aprendizagem na perspectiva de Vygotsky**. Monografia (Licenciatura em Pedagogia). Universidade Federal de Campina Grande. Campina Grande: UFCG, 2010. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/13390>. Acesso em 19 jul. 2023.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho Científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MARQUES, R. A pedagogia construtivista de Lev Vygotsky (1896-1934). **ESE-Escola Superior de Educação**, Politécnico de Santarém, 2007. Disponível em: [http://www.eses.pt/usr/ramiro/docs/etica\\_pedagogia/a%20pedagogia%20construtivista%20de%20lev%20vygotsky.pdf](http://www.eses.pt/usr/ramiro/docs/etica_pedagogia/a%20pedagogia%20construtivista%20de%20lev%20vygotsky.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

MARTINS, Z. **Projeto ajuda empreendedor a se preparar para abrir negócio**, 2016. Sebrae. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Empreendedorismo/noticia/2016/01/projeto-ajuda-empendedor-se-preparar-para-abrir-negocio.html>. Acesso em 19 jul. 2023.

MENESES, P. R. A. de. **Propostas para a educação empreendedora em escolas públicas de ensino de ensino fundamental**. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração). Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia. João Pessoa: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/1078>. Acesso em 19 jul. 2023.

MESSA, W.C. **Empreendedorismo**: curso técnico de manutenção e suporte em informática. 2011. Disponível em: [http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/691/Empreendedorismo\\_COR\\_CA\\_PA\\_ficha\\_ISBN\\_20120808.pdf?sequen](http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/691/Empreendedorismo_COR_CA_PA_ficha_ISBN_20120808.pdf?sequen). Acesso em 19 jul. 2023.

MIRANDA, M. I. Conceitos centrais da teoria de Vygotsky e a prática pedagógica. **Ensino em Revista**, n. 13, v. 1, p. 7-28, 2004.

MOLON, S. I. Notas sobre constituição do sujeito, subjetividade e linguagem. **Psicologia em Estudo**, v. 16, n. 4, p. 613-622, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pe/a/CTvCMKmmrhks6GkZmdRM5tm/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 19 jul. 2023.

MOLON, S. I. **Subjetividade e construção do sujeito**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

NEVES; R. de A.; DAMIANI, M. F. Vygotsky e as teorias da aprendizagem. **UNirevista**, v. 1, n. 2, p.1-10, 2006. Disponível em: <http://repositorio.furg.br/bitstream/handle/1/3453/Vygotsky%20e%20as%20teorias%20da%20aprendizagem.pdf?sequence=1>. Acesso em 19 jul. 2023.

NÓBREGA, G. C. da. **Dispositivos pedagógicos do empreendedorismo: a construção de uma experiência de si empreendedora em escolas do ensino médio em Pernambuco**. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal de Pernambuco. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/38442>. Acesso em 19 jul. 2023.

NOGARO, A. GRANELLA, E. O erro no processo de ensino e aprendizagem. **Revista de Ciências Humanas**, v. 5, n. 5, 2004. Disponível em <http://revistas.fw.uri.br/index.php/revistadech/article/view/244>. Acesso em 19 jul. 2023.

OPAS. Organização Pan-Americana de Saúde. Histórico da pandemia de COVID-19. In. **OPAS**, *online*. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de,identificada%20antes%20em%20seres%20humanos>. Acesso em 19 jul. 2023.

PACTO GLOBAL REDE BRASIL. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). **Pacto Global Rede Brasil**, [s.d.]. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br/ods>. Acesso em 19 jul. 2023.

PALANGANA, I. C. **Desenvolvimento e aprendizagem em Piaget e Vigotski**. São Paulo: Revista, 2014.

PAULILLO, J. **Técnicas para apresentar sua empresa e conquistar clientes**. 2018. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/como-apresentar-uma-empresa/>. Acesso em 19 jul. 2023.

PERONI, A. P.; JUNIOR, O. C., Educação empreendedora: formação de cidadãos na Educação Profissional e Tecnológica. **Revista Principia**, n. 47, p10-81, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/principia/article/view/3123>. Acesso em 19 jul. 2023.

PORTAL SEBRAE. **Comportamento empreendedor**. 2019. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/comportamento-empendedor,5181948d5dce8610VgnVCM100000>. Acesso em 19 jul. 2023.

RABELLO; E.; PASSOS, J. S. Vygotsky e o desenvolvimento humano. **Portal Brasileiro de Análise Transacional**, p. 1-11, 2010.

RAMOS, M. **Concepção do ensino médio integrado**. 2008. Disponível em: [http://forumeja.org.br/go/sites/forumeja.org.br/go/files/concepcao\\_do\\_ensino\\_medio\\_integrado5.pdf](http://forumeja.org.br/go/sites/forumeja.org.br/go/files/concepcao_do_ensino_medio_integrado5.pdf). Acesso em 19 jul. 2023.

REGO, C. T. **Vygotsky**. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

REY, F. **O pensamento de Vygotsky**. São Paulo: Saraiva, 2010.

RODRIGUES, F. C. C. **Empreendedorismo Feminino: um mecanismo em busca da igualdade de gênero e autonomia econômica da mulher**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito). Centro de Ciências Jurídicas. Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/233262/TCC%20Fernanda%20Rodrigues.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 19 jul. 2023.

RODRIGUES, Renato. **Gerenciamento de projetos no dia a dia além do escritório**. 3. ed., 2017.

ROCHA, M. **Marketing estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2015.

ROMANELLI, O. O. **História da educação no Brasil**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

RUAS, R. Desenvolvimento de Competências Gerenciais e Contribuição da Aprendizagem Organizacional. FLEURY, M.T.L.; OLIVEIRA JR., M.M. (org.). **Gestão estratégica do Conhecimento: integrando Aprendizagem, Conhecimento e Competências**. São Paulo: Atlas, 2001, p.189-211.

SANTOS, A. Complexidade e transdisciplinaridade em educação: cinco princípios para resgatar o elo perdido. **Rev. Bras. Educ.**, v. 13, n. 37, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/5qbJPVmkqkbqNMj8hGTXVBN/?lang=pt>. Acesso em 19 jul. 2023.

SANTOS, G. M. dos. **O potencial do ensino do empreendedorismo na formação do bibliotecário inovador: uma análise da experiência brasileira**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal da Bahia. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/18669?mode=full>. Acesso em 19 jul. 2023.

SANTOS, A. L. J. **Educação na era do conhecimento em rede e transdisciplinaridade**. São Paulo: Alínea, 2019.

SCHAEFER, R.; MINELLO, I. F. Educação empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. **RPCA**, v. 10, n.3, p.60-81, 2016. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/pca/article/view/11270>. Acesso em 19 jul. 2023.

SCHUMPETER; J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. [Trad. Maria Sílvia Possas]. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SEBRAE. O que é uma *startup*? **Sebrae**, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 19 jul. 2023.

SEBRAE. **Síntese de Indicadores Sociais** – Uma análise das condições de vida da população brasileira 2022. IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais. - Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.observatoriodasmetroplites.net.br/wp-content/uploads/2022/12/sintese-indicadores-sociais-ibge-2022.pdf>. Acesso em 19 jul. 2023.

SEBRAE. O papel das universidades na cultura empreendedora. **INOVA Sebrae**, [s.d.a], online. Disponível em: <https://inovacaosebraeminas.com.br/o-papel-das-universidades-na-cultura-empreendedora/>. Acesso em 19 jul. 2023.

SEBRAE. O que é o Sebrae Delas? **Sebrae**, [s.d.b], online. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino>. Acesso em 19 jul. 2023.

SENTANIN, L. H. V.; BARBOZA, R. J. Conceitos de empreendedorismo. **Revista Científica Eletrônica em Administração**, ano V, n. 9, p1-9, 2005. Disponível em <https://docero.com.br/doc/18cs05x>. Acesso em 19 jul. 2023.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez Editora, 2007.

SILVA, J.J.; SIGNORIN, D.M. O papel da liderança no empreendedorismo. **Colloquium Socialis**, Presidente Prudente, v. 02, n. Especial 2, Jul/Dez, 2018.

SILVA, L. B. O. **A educação na perspectiva do marxismo e da escola de Frankfurt**. São Paulo: LF, 2015.

SILVA, J. F. da; PENA, R. P. M., O “bê-á-bá” do ensino do empreendedorismo: uma revisão de literatura sobre os métodos e práticas da educação empreendedora. In. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, Portugal, v. 6, n. 2, p. 372-401, 2017.

SIRGADO, A. P. O social e o cultural na obra de Vygotsky. **Educ. Soc.** v.21, n.71. 2000.

SOUZA, S. A. de. A introdução do empreendedorismo na educação brasileira: primeiras considerações. **Educação e Linguagem**, v. 15, n. 26, p.77-94, 2012. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/EL/article/view/3291/3149>. Acesso em 19 jul. 2023.

STRAPASSON, B. A. A caracterização de John B. Watson como behaviorista metodológico na literatura brasileira: possíveis fontes de controle. In. **Estud. psicol.**, v. 17, n. 1, 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/epsic/a/TCSHg6p4Lyct85fqdkZQr3k/?lang=pt>. Acesso em 19 jul. 2023.

STRICKLAND, F; GONÇALVES, G. **Empreendedorismo feminino cresceu 41% no Brasil, aponta estudo.** 2022. Correio Brasiliense. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2022/07/5024236-empresendedorismo-feminino-cresceu-41-no-brasil-aponta-estudo.html>. Acesso em 19 jul. 2023.

TATAGIBA, Lucilene de Souza. **Empreendedorismo juvenil e educação financeira:** um trabalho colaborativo entre estudantes ao elaborar um plano de negócios, 2022. Disponível em: [https://sca.profmat-sbm.org.br/profmat\\_tcc.php?id1=6733&id2=171054334](https://sca.profmat-sbm.org.br/profmat_tcc.php?id1=6733&id2=171054334). Acesso em 19 jul. 2023.

TEODORO, E. de C. S.; NEVES, R. F. C.; MARCUSSO, M. F. Empreendedorismo na educação profissional e tecnológica: a construção de um material educativo. **SciELO Preprints**, São Paulo, p. 1-20, 2021. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/2779/4890>. Acesso em 19 jul. 2023.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo.** Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987. p. 31-79.

VIGOTSKI, L. S; LURIA, A. R.; LEONTIEV, A. N. **Linguagem, desenvolvimento e aprendizagem.** São Paulo: Cone Editora, 2006.

VIGOTSKI, L. S. **A Formação Social da Mente.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

VYGOTSKY, L. S. **Psicologia pedagógica.** São Paulo: Martins, 2010.

VYGOTSKY, L. S. **História do desenvolvimento das funções mentais superiores.** São Paulo: Saraiva, 2021.

VILELA, P. R. Pandemia faz Brasil ter recorde de novos empreendedores. In. **Agência Brasil.** Brasília: Graça Adjuto, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-10/pandemia-faz-brasil-ter-recorde-de-novos-empresendedores>. Acesso em 19 jul. 2023.

XAVIER, Bruno Delmondes. **Imersão ao Contexto do Empreendedorismo Subsidiado por um Jogo de Negócios Mediado em um Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia.** 2021. Dissertação (Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica) - PPG em Educação Profissional e Tecnológica, Instituto Federal de Mato Grosso do Sul - IFMS, Campo Grande, 2021.

ZABALA, A. **A Prática Educativa. Como ensinar.** Porto Alegre: ARTMED, 1998.

ZANLUCA, J.C. **Empreendedorismo e contabilidade**. 2022. Disponível em: <https://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/empreendedorismo.htm>. Acesso em 19 jul. 2023.

ZITZKE, V. A. PINTO, E. O. de T. A BNCC e os impactos no currículo do Ensino Médio Integrado. **Revista Thema**, v. 17, n. 2, 2020. Disponível em <https://periodicos.ifsul.edu.br/index.php/thema/article/view/1469>. Acesso em 19 jul. 2023.

**APÊNDICE A**  
**Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE – Docentes**

Prezado(a) docente do *Campus* Campo Grande do IFMS, você está sendo convidado(a) como voluntário(a) para participar do Projeto de pesquisa do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica – ProfEPT, intitulado “**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**” de responsabilidade da pesquisadora Lizandra Almeida de Menezes, sob orientação do professor Dr. Dante Alighieri Alves de Mello, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul, localizado na Rua Taquari, 831, Bairro Santo Antônio. CEP 79100-510. Campo Grande, MS - Telefone: (67) 3357-8500.

Por favor, pedimos que leia atentamente o que se segue e sinta-se à vontade para perguntar sobre qualquer dúvida que você tiver. Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão neste Termo e aceite fazer parte do estudo, pedimos que responda o questionário *online* que será enviado no seu *e-mail* após os esclarecimentos a seguir.

A pesquisa tem por objetivo investigar o grau de percepção dos alunos do Ensino Médio Integrado sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos. Investigaremos também quais são as principais dificuldades que os alunos do ensino médio integrado identificam como fatores impeditivos para que se tornem empreendedores, além de buscarmos despertar habilidades gerenciais que deem sustentabilidade às organizações.

Para realizar o levantamento dos requisitos que deverão ser utilizados para a elaboração das Salas Temáticas e do material didático é fundamental consultar os docentes que já ministraram esta disciplina. Para isso será realizada a aplicação de um questionário aos docentes para sugestões e apoio na aplicação do Produto Educacional. Desta forma, o presente termo autoriza o envio do questionário no *e-mail* indicado para este fim, que passará por subsequente análise e identificação dos indicativos a serem contemplados no material desenvolvido para práticas de empreendedorismo.

Fica acordado que o recebimento do *e-mail* não torna obrigatória sua resposta. Todas as informações serão mantidas em sigilo pela pesquisadora responsável,

sendo que os dados coletados serão utilizados única e exclusivamente para fins desta pesquisa. Esclarecemos que o presente termo não será tornado público. As respostas são confidenciais e serão utilizadas conjuntamente com dados dos demais questionários. A identificação do respondente será apenas para os pesquisadores tratarem os dados, mas a sua identidade não será publicada em hipótese alguma. Não existem respostas certas ou erradas ao questionário. Necessitamos apenas que a sua opinião seja sincera para a fidedignidade do estudo.

Você tem toda a liberdade para participar ou não da pesquisa. Em caso de recusa você não será penalizado (a) de forma alguma e poderá desistir a qualquer momento. Deixamos claro que a participação na pesquisa é voluntária e não há nenhum valor econômico a receber ou a pagar aos voluntários pela participação. A pesquisa foi planejada visando que sua participação não acarrete prejuízos a você e não lhe cause nenhum risco, desconforto ou constrangimento, em qualquer uma das etapas, seja ela respondendo os questionários ou mesmo em aula, durante as filmagens que poderão ocorrer, mas sempre lembrando que seus dados serão mantidos em absoluto sigilo e somente a pesquisadora terá acesso a questionários e imagens. Sendo assim, a qualquer momento, se ao responder a pesquisa o participante se sentir desconfortável, ele terá toda a liberdade de desistir de participar da pesquisa, sem que isso possa gerar penalidades de qualquer natureza a ele. Este risco é garantido pelo Conselho Nacional de Saúde – CNS. Resoluções 466/12 (saúde) e 510/16 (humanas e sociais).

Serão feitas perguntas a você sobre aspectos voltados à elaboração de material didático para o desenvolvimento do senso empreendedor nos alunos do IFMS. Caso fique alguma dúvida em relação ao questionário, entraremos em contato para uma entrevista, para esclarecermos essas dúvidas e criamos o melhor material possível para os alunos.

Esperamos que a participação na pesquisa lhe traga benefícios indiretos, uma vez que contribuirá para o levantamento de requisitos para a elaboração das Salas Temáticas e a produção de material didático para o estudante do Ensino Médio Integrado do IFMS, que estejam ou já cursaram a disciplina de Empreendedorismo e Inovação. O produto educacional e subprodutos desenvolvidos poderão ser utilizados também por outras instituições de ensino. Em caso de dúvidas sobre a pesquisa você poderá entrar em contato com a pesquisadora Lizandra Almeida de Menezes pelo telefone (67)99688-7099 ou *e-mail* [lizandra.menezes@estudante.ifms.edu.br](mailto:lizandra.menezes@estudante.ifms.edu.br),

podendo solicitar esclarecimento por telefone, *e-mail* ou presencialmente. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS podendo obter contato pelo telefone (67) 3902-2699 ou *e-mail* cesh@uems.br. CAAE 55123322.2.0000.8030.

**Declaração do(a) participante:**

Eu

\_\_\_\_\_,  
CPF \_\_\_\_\_, fui informado(a) dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Concordo em receber o questionário e posterior entrevista, se necessário, voltado aos aspectos da elaboração das Salas Temáticas e a produção de material didático para o estudante do Ensino Médio Integrado do IFMS, com fins a contribuir no desenvolvimento desta pesquisa no *e-mail* \_\_\_\_\_.

Nome do Participante

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Assinatura do Participante

Deseja receber o resultado da presente pesquisa por *e-mail*?  
( ) Não ( ) Sim.

*e-mail*: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Lizandra Almeida de Menezes  
Responsável pela pesquisa

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## APÊNDICE B

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE – Estudante

Prezado(a), estudante do IFMS pelo(a) qual você é responsável legal está sendo convidado(a) como voluntário(a) para participar do projeto de pesquisa do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica do IFMS – ProfEPT/IFMS intitulado “**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**” de responsabilidade da pesquisadora Lizandra Almeida de Menezes, sob orientação do professor Dr. Dante Alighieri Alves de Mello, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul, localizado na Rua Taquari, 831, Bairro Santo Antônio. CEP 79100-510. Campo Grande, MS - Telefone: (67) 3357-8500.

Por favor, pedimos que leia com atenção o que se segue e sinta-se à vontade para perguntar sobre qualquer dúvida que você tiver. Caso se sinta esclarecido(a) sobre as informações que estão neste Termo e aceite fazer parte do estudo pedimos que responda o questionário *on-line* que será enviado no seu *e-mail* após os esclarecimentos a seguir.

A pesquisa tem por objetivo investigar o grau de percepção dos alunos do Ensino Médio Integrado sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos; quais são as principais dificuldades que os alunos do ensino médio identificam como fatores impeditivos para que se tornem empreendedores; e, despertar habilidades gerenciais que deem sustentabilidade às organizações.

Para realizar o levantamento dos requisitos que deverão ser utilizados para a elaboração das Salas Temáticas bem como material didático é fundamental consultar os docentes que já ministraram esta disciplina. Para isso será realizada a aplicação de um questionário aos docentes para sugestões e apoio na aplicação do Produto Educacional. Desta forma, o presente termo autoriza o envio do questionário no *e-mail* indicado para este fim, que passará por subsequente análise e identificação dos indicativos a serem contemplados no material desenvolvido para práticas de empreendedorismo.

Fica acordado que o recebimento do *e-mail* não torna obrigatória sua resposta. Todas as informações serão mantidas em sigilo pela pesquisadora responsável, sendo os dados coletados serão utilizados única e exclusivamente para fins desta

pesquisa. Esclarece-se que o presente termo não será tornado público. As respostas são confidenciais e serão utilizadas conjuntamente com dados dos demais questionários. A identificação do respondente será apenas para os pesquisadores tratarem os dados, mas a sua identidade não será publicada em hipótese alguma. Não existem respostas certas ou erradas ao questionário, apenas, para a fidedignidade do estudo, necessito que sua opinião seja sincera

Você tem toda a liberdade para participar ou não da pesquisa, em caso de recusa, você não será penalizado (a) de forma alguma, e poderá desistir a qualquer momento. Deixamos claro, ainda, que a participação na pesquisa é voluntária e não há nenhum valor econômico a receber ou a pagar aos voluntários pela participação. A pesquisa foi planejada visando que sua participação não acarrete prejuízos ao estudante nem ao seu responsável legal e não lhes causem nenhum risco, desconforto ou constrangimento, em qualquer uma das etapas, seja ela respondendo os questionários ou mesmo em aula, durante as filmagens que poderão ocorrer, mas sempre lembrando que seus dados serão mantidos em absoluto sigilo e somente a pesquisadora terá acesso a questionários e imagens. O responsável legal poderá retirar o consentimento ou interromper a participação do estudante a qualquer momento, se sentir desconfortável, terá toda a liberdade de desistir de participar da pesquisa, sem que isso possa gerar penalidades de qualquer natureza. Este risco é garantido pelo Conselho Nacional de Saúde – CNS. Resoluções 466/12 (saúde) e 510/16 (humanas e sociais).

A participação na pesquisa também não trará benefícios diretos a você, ou seja, espera-se que este trabalho traga benefícios indiretos, uma vez que contribuindo para o levantamento de requisitos para a elaboração das Salas Temáticas e a produção de material didático para o estudante do Ensino Médio Integrado do IFMS, que estejam ou já cursaram a disciplina de Empreendedorismo e Inovação. Ainda, ser estendido a outras instituições de ensino. Em caso de dúvidas sobre a pesquisa poderá entrar em contato com a pesquisadora Lizandra Almeida de Menezes, pelo telefone (67) 99688-7099 ou *e-mail* [lizandra.menezes@estudante.ifms.edu.br](mailto:lizandra.menezes@estudante.ifms.edu.br), podendo solicitar esclarecimento por telefone, *e-mail* ou presencialmente. O projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul - UEMS podendo obter contato pelo telefone (67) 3902-2699 ou *e-mail* [cesh@uems.br](mailto:cesh@uems.br). CAAE 55123322.2.0000.8030.

**Declaração do(a) participante:**

Eu \_\_\_\_\_,  
CPF \_\_\_\_\_, fui informado (a) dos objetivos da pesquisa acima  
de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Concordo em receber o  
questionário voltado aos aspectos da elaboração das Salas Temáticas e a produção  
de material didático para o estudante do Ensino Médio Integrado do IFMS, com fins a  
contribuir no desenvolvimento desta pesquisa no *e-mail*  
\_\_\_\_\_.

Nome do Participante

---

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Assinatura do Participante

---

Deseja receber o resultado da presente pesquisa por *e-mail*?  
( ) Não ( ) Sim.

*e-mail*: \_\_\_\_\_

---

Lizandra Almeida de Menezes  
Responsável pela pesquisa

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## APÊNDICE C

### Termo de Assentimento Livre e Esclarecido – TALE - Estudante

Você está recebendo este questionário porque seu representante legal indicou esse *e-mail* no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Relembro que o objetivo da pesquisa é investigar a evolução conceitual dos estudantes do Ensino Médio Integrado do IFMS sobre empreendedorismo e inovação e seus desdobramentos a partir da vivência das Salas Temáticas; quais são as principais dificuldades que os alunos do ensino médio identificam como fatores impeditivos para que se tornem empreendedores; e despertar habilidades gerenciais que deem sustentabilidade às organizações.

Suas respostas são confidenciais e serão utilizadas de modo conjunto com os demais questionários. A identificação do respondente será apenas para os pesquisadores tratarem os dados, mas a sua identidade não será publicada em hipótese alguma. A pesquisa foi planejada visando que a participação não acarrete prejuízos ao estudante nem ao seu responsável legal e não lhes causem nenhum risco, desconforto ou constrangimento, em qualquer uma das etapas, seja ela respondendo os questionários ou mesmo em aula, durante as filmagens que poderão ocorrer, mas sempre lembrando que seus dados serão mantidos em absoluto sigilo e somente a pesquisadora terá acesso a questionários e imagens. Caso o estudante se sinta prejudicado poderá sair a qualquer momento sem qualquer prejuízo. Não existem respostas certas ou erradas ao questionário, necessitamos apenas que sua opinião seja sincera para a fidedignidade do estudo.

A sua participação é voluntária e não implica quaisquer tipos de despesa e/ou pagamento por sua participação. Fica garantida sua plena liberdade de recusar-se a participar ou a retirada, pelo seu representante legal, do consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo.

- Eu aceito responder ao questionário.
- Eu não aceito responder ao questionário.

Caso o(a) estudante aceite participar, receberá as questões conforme **Apêndice E**.

**Declaração do(a) participante:**

Eu \_\_\_\_\_,  
CPF \_\_\_\_\_, fui informado (a) dos objetivos da pesquisa acima  
de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Concordo em receber o  
questionário voltado aos aspectos da elaboração das Salas Temáticas e a produção  
de material didático para o estudante do Ensino Médio Integrado do IFMS, com fins a  
contribuir no desenvolvimento desta pesquisa no *e-mail*  
\_\_\_\_\_.

Nome do Participante

---

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Assinatura do Participante

---

Deseja receber o resultado da presente pesquisa por *e-mail*?

( ) Não ( ) Sim.

*e-mail*: \_\_\_\_\_

---

Lizandra Almeida de Menezes  
Responsável pela pesquisa

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## APÊNDICE D

### Questionário para Docentes

Prezado(a) Docente,

Estamos propondo a elaboração e aplicação de um curso de Salas Temáticas com uma apostila didática sobre a vivência do Empreendedorismo na prática. Para o levantamento de requisitos que vai subsidiar esta elaboração encaminhamos este questionário para que você, docente do *Campus* Campo Grande - MS, que já ministrou aula na disciplina de Empreendedorismo e Inovação, possa contribuir nessa elaboração.

Este material será o produto educacional da pesquisa intitulada “**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**” que está sendo realizada no Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Mato Grosso do Sul, em que sou mestranda.

Não existe resposta certa ou errada. Sempre escolha a alternativa mais apropriada para você.

Agradecemos pelo apoio!

1) Qual o seu nível e área de formação acadêmica?

- ( ) graduação. Área: \_\_\_\_\_
- ( ) especialização. Área: \_\_\_\_\_
- ( ) mestrado. Área: \_\_\_\_\_
- ( ) doutorado. Área: \_\_\_\_\_
- ( ) pós-doutorado. Área: \_\_\_\_\_

2) Qual a sua idade?

3) Quando lhe foi designada a disciplina de “Empreendedorismo e Inovação” o que **não teve** nesta disciplina que lhe chamou a atenção? *Marque quantas opções desejar.*

- ( ) Tipo de material didático para estudo (vídeo aula, textos, dentre outros);

- Quantidade de material de estudo x carga horária;
  - Tipo de atividade: objetiva ou discursiva;
  - Adaptação das atividades;
  - Contato com o estudante;
  - Prazos para realização e devolutiva das atividades;
  - Não sente falta de nenhuma orientação;
- Outras: \_\_\_\_\_

4) Quais dos conteúdos abaixo costuma aplicar? *Marque todas que se aplicam.*

- Conceito de empreendedorismo;
- Características do perfil empreendedor;
- Tipos de Empreendedorismo;
- Plano de Negócios;
- Empreendedorismo Feminino
- Empreendedorismo, sustentabilidade e responsabilidade social

Ou adicione o que se aplica: \_\_\_\_\_

5) Quais métodos e práticas utiliza para abordar o empreendedorismo em suas aulas? *Marque todas que se aplicam.*

- Aulas Expositivas.
- Casos reais de empresas para que o aluno solucione problemas.
- Seminários e palestras com empreendedores.
- Visita a empresas.
- Desenvolvimento do Plano de Negócios.
- Incubadora de empresas
- Jogos empresariais e simulações
- Projetos de Pesquisa e extensão
- Outros. Quais? \_\_\_\_\_

6) Qual o contexto que inclui o empreendedorismo em suas aulas? *Marcar apenas uma.*

- Como forma de inserção ao mercado de trabalho.
- Como mais uma opção de inserção econômica, pois o empreendedorismo contribui para a diminuição das desigualdades sociais no mundo do trabalho.

( ) Como uma oportunidade para realização de sonho e melhoria de vida familiar.

( ) Outra. Especificar \_\_\_\_\_

7) Qual(is) a(s) dificuldade(s) que você enfrenta na sala de aula para que o estudante tenha interesse no estudo do empreendedorismo?

8) O que você faz para possibilitar a vivência empreendedora aos alunos?

9) Na sua opinião o que o IFMS precisa fazer para tornar o ensino do empreendedorismo uma realidade na vida dos alunos?

10) O que você gostaria de encontrar durante as discussões ou mesmo no material didático?

11) Deixamos este espaço para que possa contribuir ainda mais para os levantamentos de requisitos para a elaboração da nossa pesquisa:

## APÊNDICE E

### Questionário Prévio ao Estudante

Prezado(a) Estudante,

Estamos propondo a elaboração de Salas Temáticas juntamente com uma apostila didática sobre a vivência do Empreendedorismo na prática. Então, para o levantamento de requisitos que vai subsidiar esta elaboração, encaminhamos este questionário para que você, estudante do *Campus* Campo Grande - MS, que cursa ou já cursou a disciplina de Empreendedorismo e Inovação possa contribuir nessa elaboração.

Este material será o produto educacional da pesquisa intitulada intitulado “**O EMPREENDEDORISMO COM BASE NA TEORIA DE VYGOTSKY: UMA PROPOSTA PARA ESTUDANTES DO ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO ENSINO MÉDIO**” que está sendo realizada no Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Mato Grosso do Sul, em que sou mestranda.

Não existe resposta certa ou errada. Sempre escolha a alternativa mais apropriada para você.

Agradecemos pelo apoio!

#### **1 - Identificação**

1.1 – Nome: \_\_\_\_\_

1.2 – Idade: \_\_\_\_\_

1.3 – Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino

1.4 – Qual semestre está matriculado no Ensino Médio Integrado? \_\_\_\_\_

#### **2 - Perfil sócio econômico**

2.1 – O imóvel onde você mora é:

( ) Próprio ( ) Alugado

2.2 – Quantas pessoas moram na sua casa, incluindo você: \_\_\_\_\_

2.3 – Renda familiar (soma de todas as rendas que contribuem para o sustento da família):

- ( ) menos de R\$ 1.100,00.
- ( ) de R\$ 1.101,00 a R\$ 2.000,00.
- ( ) de R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00.
- ( ) de R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00.
- ( ) Acima de R\$ 4.001,00.

2.4 – Qual o seu principal meio de transporte? \_\_\_\_\_

2.5 – Você desenvolve alguma atividade remunerada: ( ) Sim ( ) Não

Qual vínculo?

- ( ) Estágio
- ( ) Emprego fixo
- ( ) Emprego Autônomo

### **3 – Influência**

3.1 - Qual a profissão do seu pai? \_\_\_\_\_

3.2 - Qual a profissão da sua mãe? \_\_\_\_\_

3.3 - Qual a profissão do(s) seu(s) responsável(eis) legal(is)? \_\_\_\_\_

3.4 – Na sua opinião o que é empreendedorismo?

\_\_\_\_\_

3.5 – Como ficou sabendo o que é empreendedorismo?

- ( ) No convívio familiar;
- ( ) Com colegas da escola;
- ( ) Com pessoas públicas e de grande influência na mídia;
- ( ) Na escola;
- ( ) Em revistas, Jornais, periódicos e afins;
- ( ) Nas redes sociais (*Instagram, Facebook, WhatssApp, Twitter* e afins).

Outro(s). Quais? \_\_\_\_\_

#### **4 – Teste do Perfil Empreendedor**

1. Você já pensou o que vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?  
( ) Não  
( ) Sim. O que pretende fazer? \_\_\_\_\_
2. Em sua visão o que é ser empreendedor?
3. Imagine que você tenha iniciado um projeto, logo se depara com uma série de obstáculos, como você se comportaria?
4. Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?
5. Como é para você assumir o papel de líder e tomar para si esta liderança?
6. Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?
7. Nesta apresentação que você faz sobre seu projeto/negócio, você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios, ou a conversa se torna rápida e nada construtiva?
8. Hoje você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? Detalhe sua resposta.
9. Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, DRE, fluxo de caixa etc.)? Nos conte o que aprendeu sobre:
10. Qual seu conhecimento de *marketing* ou finanças?
11. Hoje, caso tenha possibilidade de abrir um negócio, me conte se já fez análise de outras empresas para comparar os segmentos, local para isso e qual seria o produto ou serviço?

12. Nessas análises que você fez, nos conte se já pensou quais seriam seus fornecedores e potenciais clientes? Nos conte um pouco sobre esse projeto/negócio.
13. Você conhece indivíduos com talento? Nos conte isso desperta em você.
14. Você consegue identificar os conhecimentos que lhe faltam? Nos conte um pouco sobre o que acha que falta e o que acredita ser o seu diferencial.
15. Sobre esse projeto/negócios, nos conte um pouco sobre ele.
16. Para finalizar, nos conte os motivos dos seus estudos sobre o empreendedorismo, caso já teve a curiosidade de pesquisar. Caso negativo, tem interesse maior em qual área de conhecimento?

## APÊNDICE F

### Questionário Posterior ao Estudante

Prezado(a) Estudante,

**A partir dos estudos realizados** nas Salas Temáticas juntamente com a apostila didática sobre a vivência do Empreendedorismo na prática pedimos por favor que você preencha o questionário abaixo.

Não existe resposta certa ou errada. Sempre escolha a alternativa mais apropriada para você.

Agradecemos pelo apoio!

#### **1 - Identificação**

1.1 – Nome: \_\_\_\_\_

1.2 – Idade: \_\_\_\_\_

1.3 – Gênero: ( ) Masculino ( ) Feminino

#### **2 – Influência**

2.1 – Na sua opinião, o que é empreendedorismo?

\_\_\_\_\_

2.2 – Como ficou sabendo o que é empreendedorismo?

( ) No convívio familiar;

( ) com colegas da escola;

( ) Com pessoas públicas e de grande influência na mídia;

( ) Na escola;

( ) Em revistas, Jornais, periódicos e afins;

( ) Nas redes sociais (*Instagram, Facebook, WhatssApp, Twitter* e afins).

Outro (s). Quais? \_\_\_\_\_

#### **4 – Teste do Perfil Empreendedor**

2. Você já pensou o que vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?

( ) Não

( ) Sim. O que pretende fazer? \_\_\_\_\_

2. Em sua visão o que é ser empreendedor?
3. Imagine que você tenha iniciado um projeto, logo se depara com uma série de obstáculos, como você se comportaria?
4. Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?
5. Como é para você assumir o papel de líder e tomar para si esta liderança?
6. Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?
7. Nesta apresentação que você faz sobre seu projeto/negócio, você se sente motivado e motiva a pessoa a conversar mais sobre negócios, ou a conversa se torna rápida e nada construtiva?
8. Hoje você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? Detalhe sua resposta.
9. Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, DRE, fluxo de caixa etc.)? Nos conte o que aprendeu sobre:
10. Qual seu conhecimento de *marketing* ou finanças?
11. Hoje, caso tenha possibilidade de abrir um negócio, me conte se já fez análise de outras empresas para comparar os segmentos, local para isso e qual seria o produto ou serviço?
12. Nessas análises que você fez, nos conte se já pensou quais seriam seus fornecedores e potenciais clientes? Nos conte um pouco sobre esse projeto/negócio.
13. Você conhece indivíduos com talento? Nos conte isso desperta em você.

14. Você consegue identificar os conhecimentos que lhe faltam? Nos conte um pouco sobre o que acha que falta e o que acredita ser o seu diferencial.
  
15. Sobre esse projeto/negócios, nos conte um pouco sobre ele.
  
16. Para finalizar, nos conte o que mais lhe motivou a continuar os estudos de empreendedorismo após os conhecimentos adquiridos.

## **APÊNDICE G**

### **Produto Educacional**

Este produto educacional está registrado separadamente da dissertação no repositório da plataforma Educapes, onde você pode acessar gratuitamente mediante o link ou o QR Code abaixo:



<https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/737118>