

O PAPEL DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA NO ENSINO MÉDIO: Estudo de Caso do Colégio Modelo Luís Eduardo Magalhães em Itabuna

Eixo Temático: GT 6 – Ensino De Economia: Experiências, Metodologias, Avaliações, Educação tutorial e outros.

Maria Michelle dos Santos de Oliveira¹;
Carlos Henrique Leite Borges²;
Omar Santos Costa³
Natânia Silva Ferreira⁴

Resumo

Este artigo explora as experiências e percepções dos estudantes do ensino médio do Colégio Modelo Luís Eduardo Magalhães em Itabuna-BA sobre empreendedorismo, a partir de ação realizada pelos discentes da disciplina Prática Extensionista I do curso de Ciências Econômicas em conjunto ao Projeto de Extensão Economia no Ensino Médio, ambos da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA. A pesquisa, realizada no segundo semestre de 2023, utilizou uma abordagem qualitativa e Análise de Conteúdo, coletando dados por meio de questionários e relatórios de consultoria. Já a metodologia para realização da ação compreendeu o processo de sondagem, palestra, oficina sobre a metodologia Canvas, assessoria e apoio na realização de uma feira de negócios. Os resultados mostram que estudantes com antecedentes familiares empresariais tendem a ter maior interesse em empreendedorismo. No entanto, 38,6% dos alunos demonstraram conhecimento limitado sobre o tema, evidenciando a necessidade de uma educação mais robusta na área. Na feira de negócios, os grupos "Cuscuz da Lu" e "Sabores de Vó" se destacaram ao aplicar conceitos teóricos em um ambiente prático e dinâmico. A feira promoveu a interação com a comunidade, pais e professores, e foi fundamental para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Educação Empreendedora. Ensino Médio.

Introdução

O empreendedorismo é um motor essencial para o crescimento econômico e para a inovação, caracterizado pela identificação e exploração de oportunidades para criar novos produtos, serviços ou soluções. Ele desempenha um importante papel na geração de empregos, ocupação e na promoção da competitividade em um mundo globalizado e tecnologicamente avançado. Com raízes históricas na revolução industrial, o empreendedorismo hoje abrange diversas formas, incluindo o tradicional, social e tecnológico, cada uma contribuindo de maneira única para o progresso econômico e social.

No contexto educacional, a introdução de conceitos empreendedores nas escolas é uma estratégia promissora para fomentar uma mentalidade inovadora entre os jovens, preparando-os para enfrentar os desafios do futuro. A educação empreendedora pode moldar os jovens, capacitando-os com habilidades críticas para navegar no mundo moderno. Contudo, o conhecimento dos jovens sobre empreendedorismo ainda é algo que precisa ser estimulado e desenvolvido.



A literatura sobre educação empreendedora destaca a importância de programas que integram teoria e prática para desenvolver competências como criatividade, pensamento crítico e habilidades de resolução de problemas. De acordo com Gibb, Haskins, Hannon e Robertson (2009), a educação empreendedora deve ir além da teoria, incorporando atividades práticas que desenvolvam competências empreendedoras em todos os níveis educacionais.

Este estudo investiga a percepção e a experiência dos estudantes do ensino médio em relação ao empreendedorismo no Colégio Estadual Luís Eduardo Magalhães, em Itabuna-BA. A investigação tem como foco as atividades da disciplina Prática Extensionista I do curso de Ciências Econômicas da UESB, em associação com o projeto de extensão Economia no Ensino Médio, ação Economia nas Escolas, vinculado ao Departamento de Ciências Econômicas.

A pesquisa busca responder se, apesar do conhecimento limitado dos alunos sobre empreendedorismo, há um potencial para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras por meio de ações extensionistas. Utilizando uma abordagem metodológica prática, a execução envolveu o levantamento de informações socioeconômicas dos estudantes do ensino médio, a realização de oficinas, sessões de consultoria e uma feira de negócios, proporcionando aos estudantes uma experiência direta com conceitos empreendedores.

Assim, este artigo tem como foco a avaliação das atividades desenvolvidas e análise dos produtos concebidos e produzidos pelos alunos, por meio de aulas teóricas e práticas, e comercializados na feira de negócios do Colégio Modelo. Dessa forma, este trabalho tem como objetivo analisar se a exposição a essas iniciativas pode aumentar o interesse e a compreensão dos estudantes sobre a importância do empreendedorismo na resolução de problemas e na inovação.

Este trabalho se justifica por sua relevância em abordar a integração do empreendedorismo no currículo escolar, considerando a lacuna significativa na efetividade de iniciativas educacionais voltadas para o desenvolvimento de competências empreendedoras entre os jovens, com o objetivo de os capacitar a desenvolver uma mentalidade empreendedora que contribua para seu desenvolvimento pessoal e profissional

2. Metodologia

Delineamento da Pesquisa

Este estudo utilizou uma abordagem qualitativa, a qual foi escolhida por sua capacidade de captar as nuances e a profundidade das experiências pessoais dos participantes, proporcionando uma compreensão detalhada do impacto do empreendedorismo em seu desenvolvimento pessoal e



acadêmico. Bryman, A. (2012). "A pesquisa qualitativa é especialmente eficaz para obter uma compreensão aprofundada de contextos sociais complexos e para explorar os significados e interpretações que as pessoas atribuem a suas ações e interações."

Quanto aos objetivos, a pesquisa é do tipo descritiva e exploratória, buscando entender as percepções dos estudantes do ensino médio sobre empreendedorismo e as habilidades necessárias para empreender. Visa identificar, analisar e categorizar essas percepções, características típicas de pesquisas exploratórias que se dedicam a investigar e descrever fenômenos em profundidade. Quanto aos procedimentos, o estudo utiliza a metodologia de estudo de caso. Apesar de suas limitações, o estudo de caso é o método mais adequado para conhecer em profundidade todas as nuances de um determinado fenômeno (FREITA; JABBOUR, 2010).

Metodologia das etapas da iniciativa extensionista: Sondagem, Consultorias e Feira de Negócios:

A iniciativa envolveu, na sua primeira etapa (Sondagem), 156 estudantes do ensino médio do Colégio Estadual Luís Eduardo Magalhães (Colégio Modelo) na cidade de Itabuna (BA), por meio de uma visita à escola, previamente agendada com a direção e acompanhada por professores da turma. A partir de então, de forma alinhada com os professores das turmas, foram selecionados os estudantes que manifestaram interesse e disponibilidade para seguir para as próximas fases da ação. A segunda etapa reuniu 20 estudantes selecionados, os quais foram divididos em dois grupos e, assim, passaram a ter o acompanhamento dos alunos da disciplina Prática Extensionista I, do curso de Ciências Econômicas, visando a idealização do empreendimento para a Feira Negócios. A terceira etapa consistiu na realização da Feira de Negócios. O Quadro 1, a seguir, detalha cada uma das etapas que fizeram parte da ação extensionista.

Quadro 1: Etapas da Metodologia da iniciativa aplicada ao Empreendedorismo na escola

Etapa	Característica
Sondagem	A coleta de dados, denominada aqui de sondagem, utilizou um questionário com perguntas abertas e fechadas. O levantamento abordou diversas variáveis, incluindo idade, identificação de equipamentos tecnológicos (como celular, computador e notebook), acesso à internet, se alguém na família possui um negócio, interesse em abrir um negócio, o curso que estão frequentando, suas compreensões sobre empreendedorismo e as habilidades necessárias para empreender.
Consultoria	Nesta etapa da ação, os discentes do curso de Ciências Econômicas da UESB atuaram como consultores. A consultoria consistiu em sessões práticas para apoiar os projetos empreendedores dos alunos do colégio Modelo, com o

	objetivo de oferecer orientação especializada e resolver problemas específicos.
Feira de Negócios	A feira de negócios foi a etapa em que os alunos exibiram seus projetos, comercializaram seus produtos e interagiram com o público, que incluiu membros da comunidade, pais e professores.

Fonte: Elaborado

A abordagem qualitativa adotou como principal método analítico a Análise de Conteúdo (AC), utilizando como fonte de dados o material textual obtido nas questões abertas do questionário da etapa de sondagem e dos relatórios produzidos na etapa de consultoria. As respostas foram cuidadosamente codificadas e organizadas em categorias temáticas, permitindo uma análise interpretativa dos temas em relação aos objetivos do estudo. Paralelamente, foram realizadas análises descritivas com base nas questões fechadas, que incluíram a exposição de estatísticas, frequências e a análise de associações entre variáveis. Para o tratamento dos dados, foi utilizado o software R, que possibilitou a visualização dos resultados por meio de gráficos de barras e outros diagramas, facilitando a compreensão das categorias e frequências identificadas.

Adicionalmente, a metodologia *Business Model Canvas* (Canvas) foi empregada para a elaboração da ideia de negócios, garantindo uma apresentação visualmente atraente e eficaz dos resultados. Segundo Steve Blank (2014), o quadro do modelo de negócios, ou Canvas, é um esquema simples que permite registrar, em uma única folha de papel dividida em nove módulos, todos os aspectos mais importantes que você deve conhecer para criar uma empresa.

3. Educação Empreendedora: Empreendedorismo nas Escolas

Educação empreendedora é o processo de capacitar indivíduos com as habilidades, conhecimentos e atitudes necessárias para iniciar e gerir negócios próprios ou inovar dentro de organizações existentes. Essa educação busca fomentar o pensamento crítico, a resolução de problemas e a capacidade de identificar oportunidades de mercado, além de promover uma mentalidade proativa e resiliente frente aos desafios.

Segundo Dolabela (2008), o empreendedor é influenciado pelo contexto social em que está inserido, o que inclui a época e o local. Dessa forma, o empreendedorismo é um fenômeno que pode variar entre diferentes cidades, regiões e países, havendo locais mais ou menos empreendedores. Assim, a educação empreendedora precoce desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de empreendedores ao criar um ambiente social mais favorável.

Segundo Rito e Melo Chaves (2009), a escola desempenha um papel crucial no desenvolvimento de habilidades empreendedoras ao combinar conhecimentos acadêmicos com a

prática de criação e gestão de miniempresas. Esse processo permite que os jovens integrem teorias e práticas, favorecendo a aquisição de competências sociais, operacionais e técnicas indispensáveis para resolver problemas e tomar decisões. Desta forma, a escola se transforma em um ambiente onde os alunos têm a oportunidade de aplicar seus conhecimentos em situações reais, preparando-os efetivamente para o mercado de trabalho. No entanto, conforme destacado pelo SEBRAE (2024), existem três abordagens principais para implementar a educação empreendedora. Estas abordagens são detalhadas no Quadro 2, onde é possível identificar e compreender as três maneiras distintas de promover o ensino empreendedor.

Quadro 2: Abordagens para a Implementação da Educação Empreendedora

Tipos	Características
Educar sobre Empreendedorismo	Fazer o estudante professor/ gestor entrar em contato com o campo de conhecimento do empreendedorismo, entendendo do que trata e como ele se desenvolve.
Educar para o Empreendedorismo	Sensibilizar estudantes/ professores gestores para atividades empreendedoras, preparando-os para identificar oportunidades, planejar ações e empreender.
Educar por meio do Empreendedorismo	Levar o estudante/professor/ gestor a adotar uma abordagem empreendedora e encarar sua aprendizagem como "empreendizagem", considerando-a como um empreendimento a ser desenvolvido de maneira proativa e autônoma.

Fonte: SEBRAE (2024).

De acordo com Moura et al. (2021), os benefícios do empreendedorismo escolar vão além dos aspectos econômicos. Os alunos adquirem habilidades sociais e emocionais cruciais, como trabalho em equipe, resiliência e autoconfiança, que são fundamentais para o sucesso pessoal e profissional. Essas competências contribuem para a formação de indivíduos mais completos e preparados para enfrentar desafios. Assim, a implementação de programas de empreendedorismo nas escolas deve ser considerada uma prioridade educacional, devido ao seu potencial para gerar impactos positivos e duradouros tanto para os alunos quanto para a sociedade em geral.

Castro et al. (2022) abordam como a Reforma do Ensino Médio no Brasil integrou o empreendedorismo como um componente central dos Itinerários Formativos, refletindo uma resposta ideológica à crise do capitalismo. Os Itinerários Formativos oferecem aos estudantes a oportunidade de aprofundar seus estudos em áreas de interesse, incluindo disciplinas que incentivam atitudes empreendedoras. Em escolas de tempo integral, por exemplo, o Ensino Médio Empreendedor apresenta uma trilha dedicada ao empreendedorismo, sublinhando a relevância dessa abordagem pedagógica.

Apesar dos benefícios do empreendedorismo nas escolas, existem críticas e desafios, como a superficialidade de alguns programas que podem não abordar de forma adequada a complexidade do fenômeno empreendedor. Além disso, a falta de recursos e formação adequada para os educadores pode limitar a eficácia dessas iniciativas. Por fim, a pressão por resultados imediatos pode desviar o foco do desenvolvimento de habilidades a longo prazo, comprometendo a verdadeira formação empreendedora dos alunos.

4. Resultados e Discussão

Esta seção apresenta a análise dos dados coletados com os estudantes do ensino médio do Colégio Modelo Luís Eduardo Magalhães, em Itabuna-BA, ao longo do segundo semestre de 2023. Os resultados são discutidos em termos das vivências e impressões dos estudantes do ensino médio sobre empreendedorismo, destacando o entendimento do conceito de empreendedorismo e os tipos de negócios que pretendem abrir. Além disso, será abordada a trajetória dos estudantes no desenvolvimento dos produtos, com base nos relatos dos relatórios das consultorias. Por fim, serão apresentados os resultados da feira de negócios.

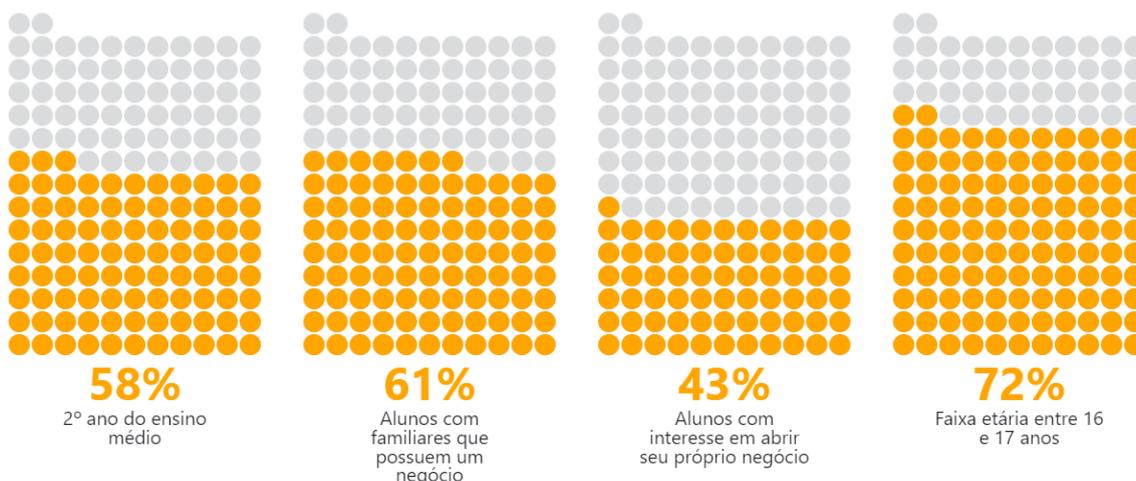
4.1 Vivências e impressões dos estudantes do ensino médio sobre empreendedorismo

Para iniciar a seção de resultados do artigo sobre a disciplina Prática Extensionista, exploraremos as vivências e impressões dos estudantes por meio das respostas ao questionário de sondagem. Inicialmente, foi perguntado aos estudantes se eles tinham interesse em abrir algum negócio em alguma fase da vida e se já tiveram contato com o empreendedorismo, seja através de trabalho ou de familiares que possuem negócios.

Figura 1: Distribuição percentual do interesse dos estudantes em abrir um negócio em alguma fase da vida e do contato prévio com o empreendedorismo



Perfil dos estudantes do ensino médio



Fonte: Elaborada

Os resultados indicaram que 61% dos estudantes têm algum membro da família com um negócio ativo. Destes, 19% trabalham diretamente no negócio, enquanto 42% não se envolvem. Em relação ao interesse em abrir seu próprio empreendimento, 43% dos estudantes responderam afirmativamente, enquanto 57% indicaram não ter interesse.

Ademais, foi possível identificar uma associação entre "Negócio na Família" e "Interesse em Abrir Negócio". Com base nesses resultados, podemos sugerir que estudantes com antecedentes familiares empresariais são mais propensos a se interessar por empreendedorismo.

Ao serem questionados sobre o tipo de negócio que desejam abrir, diversas opções surgiram. Dos 47 estudantes que responderam a essa pergunta, 17% mostraram interesse em áreas dispersas como empresas veterinárias, advocacia, administração, finanças, clínicas, design de interiores, arquitetura e até mesmo em se tornar jogador de futebol. Depois foram identificados agrupamentos de respostas mais homogêneos como "roupas e acessórios" (14,9%), "tecnologia digital" (14,9%) e "estética" (14,9%).

Já no setor de Alimentação e Gastronomia, com 12,8% dos alunos, observa-se não apenas uma paixão pela arte culinária, mas também um olhar aguçado para as tendências de mercado e oportunidades de negócio. Da mesma forma, o interesse paralelo em "Serviços Automotivos", também com 12,8%, reflete uma compreensão da demanda local e uma afinidade com o mundo automobilístico. Esses dados revelam um espírito empreendedor diversificado e adaptável entre os



estudantes, pronto para explorar diferentes setores da economia.

Por fim, seis estudantes (12,8%) ainda estavam indecisos sobre qual setor da economia escolher para empreender. Além disso, 109 estudantes optaram por deixar essa parte do questionário em branco. A indecisão dos estudantes quanto ao setor em que desejam empreender reflete a complexidade das escolhas de carreira na sociedade contemporânea. A omissão dessa informação no questionário pode indicar a necessidade de mais informações ou orientação sobre as oportunidades disponíveis. É essencial que os estudantes tenham acesso a recursos que os ajudem a compreender melhor as tendências do mercado e a identificar seus interesses e habilidades, facilitando assim uma decisão mais informada sobre seu futuro profissional.

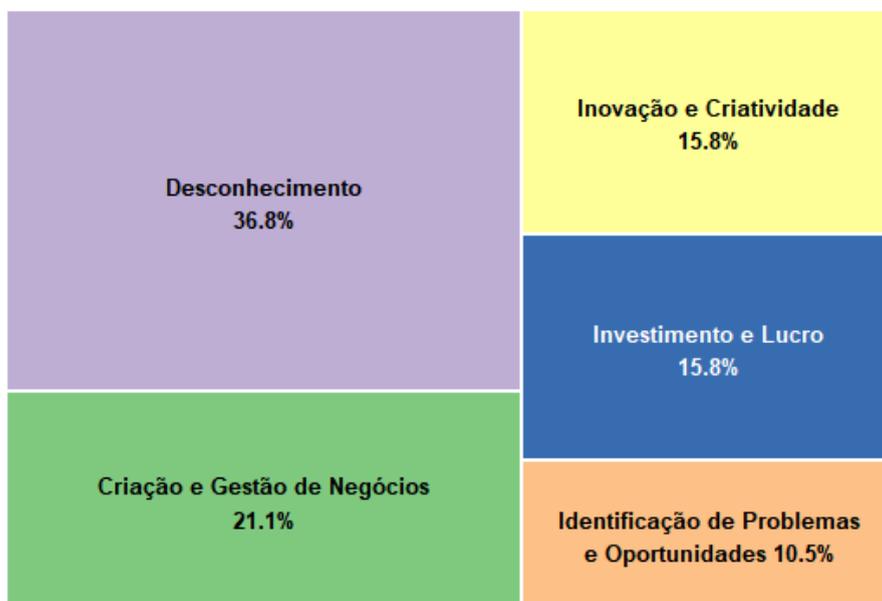
Por outro lado, ao serem questionados sobre o entendimento do conceito de empreendedorismo, 95 estudantes apresentaram uma ampla gama de respostas, refletindo diversos níveis de conhecimento sobre o tema, variando desde a falta total de conhecimento até definições mais detalhadas e sofisticadas. As respostas foram sistematizadas e agrupadas em cinco categorias temáticas, conforme discutidas a seguir.

Como pode ser visto na Figura 2, a maior proporção das respostas (36,8%) indicou desconhecimento dos estudantes sobre o empreendedorismo. Por outro lado, alguns estudantes associaram o conceito de empreendedorismo a “criação e gestão de negócios” (21,1%), outros destacaram aspectos como “inovação e criatividade” (15,8%), “investimento e lucro” (15,8%), e, por fim, ressaltaram a importância de “identificar problemas e oportunidades” (10,5%).

Figura 2: Distribuição das respostas dos estudantes por categorias sobre o conceito de empreendedorismo



Distribuição das Respostas por Categoria



Fonte: Elaborada

Essas descobertas evidenciam uma variabilidade significativa no entendimento do conceito de empreendedorismo entre os estudantes, com muitos ainda carecendo de conhecimento ou formação adequada sobre o tema.

4.2 Desenvolvimento e Aprendizado ao Longo da Trajetória dos Estudantes

Esta seção aborda o processo de desenvolvimento e aprendizado que os estudantes experimentaram, indo além do simples desenvolvimento de produtos. Durante essa etapa, a consultoria foi estruturada de maneira específica.

As consultorias foram realizadas por 12 alunos do curso de Ciências Econômicas da UESB, como parte integrante da disciplina de Prática Extensionista. Esses alunos universitários atuaram como mentores e orientadores, oferecendo suporte aos alunos do ensino médio em diversas atividades, com auxílio dos professores. O objetivo era desenvolver habilidades práticas e proporcionar uma experiência enriquecedora para ambos os grupos. Durante o processo de consultoria, os alunos do curso de Ciências Econômicas se dedicaram a compartilhar seus conhecimentos teóricos e práticos.



promovendo discussões, aulas e sessões de acompanhamento individualizado.

Para facilitar o aprendizado e a aplicação prática, os alunos do ensino médio foram divididos em dois grupos, cada um encarregado de desenvolver e apresentar um projeto empreendedor de forma independente. Essa divisão em grupos tinha como objetivo estimular a colaboração, o pensamento crítico e a criatividade entre os alunos, além de proporcionar uma experiência prática de trabalho em equipe e gestão de projetos. No entanto, apesar do esforço e da dedicação dos mentores, foi observado que, inicialmente, uma parte significativa dos alunos do ensino médio não demonstrou o nível esperado de compromisso e interesse nas atividades propostas.

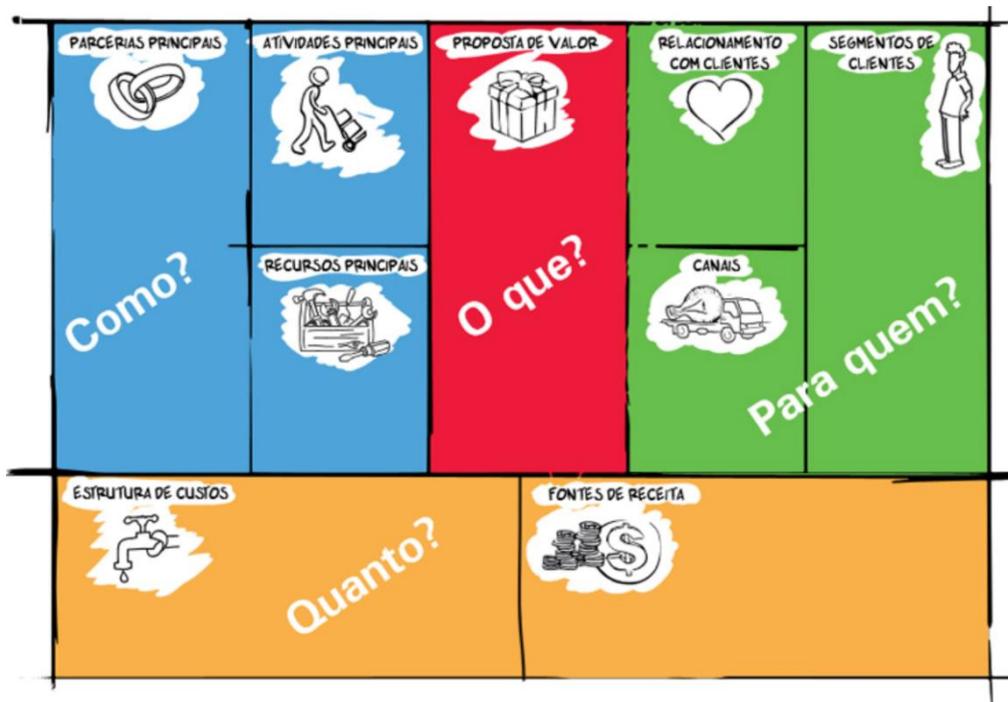
Esse desinteresse inicial pode ter sido resultado de diversos fatores, como a falta de familiaridade com o conceito de empreendedorismo, insegurança quanto às suas próprias habilidades, dificuldade em visualizar a relevância prática dos projetos no contexto acadêmico e pessoal ou mesmo por uma abordagem não adequado por parte dos discentes vinculados à disciplina de prática extensionista. Com o tempo, entretanto, muitos estudantes começaram a perceber o valor das experiências proporcionadas e passaram a participar mais ativamente, mostrando um crescente interesse e comprometimento.

Para melhor compreensão dos alunos sobre como montar um negócio, nesta etapa, foi apresentada a eles a metodologia Canvas. O *Business Model Canvas* é uma ferramenta estratégica que permite visualizar e estruturar as principais áreas de um negócio em um único quadro. Durante a atividade, os alunos tiveram a oportunidade de explorar os nove blocos fundamentais do Canvas, que incluem proposta de valor, segmentos de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades-chave, parcerias e estrutura de custos.

Essa abordagem prática e visual ajuda os alunos a compreenderem melhor como diferentes elementos de um negócio se conectam e interagem, permitindo que eles desenvolvam um modelo de negócios viável e inovador. Para o programa “Inova Jovens” (2019), o uso da metodologia oferece aos jovens uma compreensão clara de como criar, entregar e capturar valor em seus negócios, além de estimular a colaboração em equipe para identificar lacunas e desenvolver soluções conjuntas. A utilização do Canvas também incentiva o pensamento estratégico e a inovação, preparando os alunos para enfrentar desafios reais no mundo dos negócios e contribuindo para o desenvolvimento de competências empreendedoras essenciais. A Figura 3 apresenta a metodologia utilizados pelos estudantes.

Figura 3: Metodologia Canvas utilizada pelos alunos para o desenvolvimento dos projetos

empreendedores.



Fonte: Sebrae.

Seguindo a metodologia Canvas, cada grupo teve a oportunidade de apresentar suas propostas de negócios aos universitários e professores. O primeiro grupo, que nomeou seu empreendimento como "Cuscuz da Lu", escolheu o setor de Alimentação para sua proposta de negócio, visando vender cuscuz temperado na feira de negócios. Durante a apresentação, o grupo detalhou seu modelo de negócios, incluindo a proposta de valor, os segmentos de clientes, os canais de distribuição e a estrutura de custos. A escolha do setor de Alimentação foi estratégica para atender à demanda por opções de refeição rápida no evento, e a apresentação permitiu receber valiosos retornos dos participantes, que contribuiriam para o refinamento do projeto. O Quadro 3 ilustra cada segmento da metodologia adotada pelos alunos.

Quadro 3: Detalhamento dos segmentos da metodologia Canvas adotada pelos alunos do grupo 1 para o desenvolvimento do projeto Cuscuz da Lu.

Segmentos	Características
Proposta de Valor	Oferecer cuscuz temperado de alta qualidade,

	preparado com receitas exclusivas e ingredientes frescos; Proporcionar uma opção saborosa e prática para os visitantes da feira de profissões que buscam uma refeição rápida e deliciosa.
Segmentos de Clientes	Visitantes da feira de profissões, incluindo estudantes, profissionais e participantes interessados em uma refeição rápida e saborosa; Pessoas que apreciam comida típica e saborosa, buscando uma alternativa conveniente e deliciosa durante o evento.
Canais	Feira de profissões, onde a empresa montará um estande ou quiosque para vender o cuscuz; Possível uso de redes sociais e aplicativos de mensagens para divulgar o evento e oferecer promoções.
Relacionamento com Clientes	Atendimento ao cliente amigável e personalizado no estande, com possibilidade de fornecer informações sobre os ingredientes e preparações do cuscuz.
Fontes de Receita	Receita gerada pela venda de porções de cuscuz temperado durante a feira.
Recursos Principais:	Ingredientes frescos e de qualidade para o preparo do cuscuz; Equipamentos de cozinha e utensílios para a preparação e venda do produto; Equipe de funcionários para ajudar na preparação, atendimento e venda.
Atividades Chave	Preparação e tempero do cuscuz antes e durante o evento; Montagem e operação do estande na feira de profissões; Promoção e marketing para atrair visitantes e gerar interesse.
Parcerias Principais	Fornecedores de ingredientes e materiais de cozinha; Organizadores da feira de profissões para garantir um local de venda e suporte logístico; Possíveis parceiros para divulgação, como influenciadores locais ou mídias sociais
Estrutura de Custos	Custos com a compra de ingredientes e materiais para o preparo do cuscuz; Despesas com a montagem e operação do estande na feira.

Fonte: Elaboração própria.

O segundo grupo, denominado o empreendimento como "Sabores de Vó", também escolheu o setor de alimentos e apresentou minis pão pizzas e cocadas como seus produtos principais. Para atrair clientes e criar uma experiência envolvente, o grupo implementou um jogo de sorte no estande. Nesse jogo, os visitantes estouraram balões para descobrir se haviam sido sorteados e poderiam ganhar uma cocada como brinde. Essa abordagem lúdica não só capturou a atenção dos visitantes, mas também proporcionou uma maneira divertida de promover os produtos e incentivar a participação ativa dos

clientes. O Quadro 4 ilustra cada segmento da metodologia Canvas adotada pelos alunos para o desenvolvimento de suas propostas.

Quadro 4: Detalhamento dos segmentos da metodologia Canvas adotada pelos alunos do grupo 2 para o desenvolvimento do projeto

Segmentos	Características
Proposta de Valor	Oferecer minis pão pizzas e cocadas, preparados com receitas tradicionais e ingredientes de qualidade; Proporcionar uma experiência divertida e interativa para os clientes através do jogo de sorte, aumentando o engajamento e a satisfação.
Segmentos de Clientes	Visitantes da feira de negócios que procuram uma refeição saborosa e prática; Pessoas que gostam de experimentar alimentos tradicionais e novas experiências interativas, como o jogo de sorte.
Canais	Estande na feira de negócios, onde os produtos serão vendidos e o jogo de sorte será realizado; Redes sociais e outros canais de marketing para promover a presença na feira e atrair visitantes ao estande.
Relacionamento com Clientes	Atendimento amigável e acolhedor no estande, oferecendo informações sobre os produtos e o jogo de sorte; Interação através do jogo de sorte, proporcionando uma experiência memorável e incentivando a fidelização.
Fontes de Receita	Receita gerada pela venda de minis pão pizzas e cocadas durante a feira; Possibilidade de aumentar as vendas através da atração de clientes com o jogo de sorte, que pode levar a compras adicionais.
Recursos Principais	Ingredientes frescos e de qualidade para a preparação dos minis pão pizzas e cocadas; Equipamentos de cozinha e utensílios necessários para a produção e venda dos produtos; Materiais para o jogo de sorte, como balões e prêmios.
Atividades Chave	Preparação e cozimento dos minis pão pizzas e cocadas; Montagem e operação do estande na feira, incluindo a realização do jogo de sorte; Promoção e marketing para atrair visitantes e engajar o público com o jogo.
Parcerias Principais	Fornecedores de ingredientes e materiais para o preparo dos produtos e o jogo de sorte; Organizadores da feira de negócios para garantir um local de venda e suporte logístico; Potenciais

	parceiros de marketing para promover o estande e o evento.
Estrutura de Custos	Custos com a compra de ingredientes e materiais para a produção dos produtos e o jogo de sorte; Despesas com a montagem e operação do estande na feira.

Fonte: Elaboração própria.

Ambas as propostas evidenciam a criatividade e o esforço dos alunos em utilizar a metodologia Canvas para desenvolver modelos de negócios viáveis e atrativos, buscando não só atender às necessidades dos clientes, mas também proporcionar experiências memoráveis durante o evento.

4.3 Experiência dos Alunos na Feira de Negócios: Desafios e Aprendizados

A participação na feira de negócios proporcionou aos alunos uma valiosa oportunidade de aplicar conceitos teóricos na prática e vivenciar o dinamismo do ambiente empreendedor. Durante o evento, os alunos enfrentaram diversos desafios, como a necessidade de se adaptar rapidamente às demandas dos visitantes e gerenciar a logística do estande em um ambiente competitivo e movimentado.

O grupo "Cuscuz da Lu" encontrou um desafio específico ao optar por oferecer apenas um produto: o cuscuz temperado. A limitação de um único item poderia restringir a atratividade e a variedade da oferta, tornando difícil captar a atenção de uma gama ampla de clientes. Para contornar essa situação e diversificar sua oferta, o grupo decidiu incluir café e bolo ao menu. Essa adição não só ampliou a variedade de produtos disponíveis, como também ajudou a atrair um público maior e a criar uma experiência mais completa para os visitantes, aumentando o potencial de vendas e a satisfação dos clientes.

Além disso, os alunos tiveram que organizar a demanda e a logística de seus produtos ao longo de dois dias de feira. A gestão eficiente do estoque e o planejamento das operações para garantir que os produtos estivessem disponíveis e frescos em ambos os dias foram desafios significativos. Isso exigiu uma coordenação cuidadosa e a capacidade de se adaptar às variações na demanda ao longo do evento.

A interação com o público revelou a importância de habilidades de comunicação e atendimento ao cliente, que foram cruciais para promover os produtos de forma eficaz e manter o interesse dos visitantes. Os aprendizados mais significativos incluíram a importância de uma boa estratégia de



marketing e a necessidade de estar preparado para imprevistos. A experiência destacou a eficácia das abordagens interativas, como o jogo de sorte criado pelo grupo "Sabores de Vó", que atraiu a atenção dos visitantes e incentivou a participação. Além disso, os alunos aprenderam a importância das opiniões dos clientes para ajustar suas estratégias e melhorar a proposta de valor de seus produtos. A seguir, a Figura 4 destaca a apresentação visual e o branding das propostas dos alunos, evidenciando o esforço na criação de uma identidade visual atraente para seus empreendimentos.

Figura 4: Estudantes dos grupos "Cuscuz da Lu" e "Sabores de Vó"



Fonte: De autoria própria

Em suma, a feira de negócios foi uma plataforma valiosa para o desenvolvimento de habilidades práticas e para a aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o curso, proporcionando aos alunos uma visão mais clara dos desafios e oportunidades no mundo do empreendedorismo.

4. Considerações Finais

As considerações finais deste estudo trazem à tona importantes descobertas sobre a percepção dos estudantes de ensino médio em relação ao empreendedorismo. Os resultados da pesquisa revelaram uma associação entre "Negócio na Família" e "Interesse em Abrir Negócio", sugerindo que estudantes com antecedentes familiares empresariais têm uma maior propensão ao empreendedorismo. Essa descoberta é significativa, pois destaca a influência das experiências familiares na formação de futuros empreendedores.



Ademais, apesar de uma parcela significativa dos estudantes (38,6%) não ter conhecimento aprofundado sobre empreendedorismo, e 109 estudantes terem deixado o questionário em branco, a atividade prática utilizando a metodologia Canvas mostrou-se uma abordagem eficaz para engajar os estudantes e promover o aprendizado ativo. Os grupos "Cuscuz da Lu" e "Sabores de Vó" destacaram-se ao desenvolver propostas de negócios no setor de alimentos, demonstrando criatividade e aplicação prática dos conceitos aprendidos.

Além disso, as apresentações dos grupos durante a feira de negócios proporcionaram um ambiente dinâmico e interativo que foi fundamental para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras. A feira permitiu que os estudantes colocassem em prática conceitos teóricos, experimentassem a dinâmica do mercado e interagissem diretamente com um público real, composto por colegas, professores e potenciais clientes.

As implicações deste estudo revelam que iniciativas que visam apresentar o empreendedorismo desde cedo podem gerar resultados positivos, incentivando o interesse e o desenvolvimento de habilidades essenciais para o empreendedorismo. Programas educacionais que integram atividades práticas e experiências reais, como feiras de negócios, podem ser efetivos para aumentar o engajamento dos estudantes e preparar futuros empreendedores.

Futuras pesquisas podem expandir o escopo deste estudo ao incluir uma amostra mais diversificada de estudantes de diferentes instituições e regiões. Investigar a influência de variáveis demográficas, como gênero e formação acadêmica, sobre o interesse em empreendedorismo pode fornecer informações adicionais. Além disso, estudos longitudinais que acompanhem o desenvolvimento das habilidades empreendedoras ao longo do tempo podem oferecer uma perspectiva mais abrangente sobre o impacto de diferentes abordagens educacionais.

Em conclusão, este estudo não só evidenciou as percepções e desafios enfrentados pelos estudantes em relação ao empreendedorismo, mas também destacou a importância de experiências práticas na educação empreendedora. A integração de práticas inovadoras e interativas no currículo pode estimular o interesse pelo empreendedorismo e preparar os estudantes para se destacarem em um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo.

5. Referências

BRYMAN, Alan. **Social Research Methods**. 4. ed. New York: Oxford University Press, 2012. 766p.

CASTRO, Rufino M.; GAWRYSZEWSKI, Bruno; DIAS, Catarina Azevedo. A IDEOLOGIA DO EMPREENDEDORISMO NA REFORMA DO ENSINO MÉDIO BRASILEIRO. Revista Trabalho

Necessário, v. 20, n. 42, p. 01-25, 22 jul. 2022.

CHAVES, Maria do Rosário Rito e. Melo. **Empreendedorismo na escola** : a emergência de um outro paradigma na educação/formação. 2009. Master's thesis — Porto : [Edição do Autor, s. l.], 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10216/20315>. Acesso em: 18 ago. 2024.

DE SOUZA FREITAS, Wesley Ricardo; CHIAPPETTA JABBOUR, Charbel José. O estudo de caso(s) como estratégia de pesquisa qualitativa: fundamentos, roteiro de aplicação e pressupostos de excelência. In: MATUREZA E DESAFIOS DA ENGENHARIA DE PRODUÇÃO: COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS, CONDIÇÕES DE TRABALHO, MEIO AMBIENTE., 2010a, São Carlos, SP. **Maturidade e desafios da Engenharia de Produção**: competitividade das empresas, condições de trabalho, meio ambiente. [S. l.: s. n.].

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. [S. l.]: Sextante, 2008. 304 p. ISBN 978-8575423387.

EDUCAÇÃO Empreendedora - Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/educacaoempreendedora>. Acesso em: 18 ago. 2024.

ENTENDA como utilizar o Canvas no seu modelo de negócio - Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-como-utilizar-o-canvas-no-seu-modelo-de-negocio,00bb40993ad26810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 19 ago. 2024.

GIBB, Allan *et al.* Leading the Entrepreneurial University: Meeting the Entrepreneurial Development Needs of Higher Education Institutions. **Higher Education Policy**, v. 34, p. 54, 2009. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/284098947_Leading_the_entrepreneurial_university_Meeting_the_entrepreneurial_development_needs_of_higher_education_institutions. Acesso em: 18 ago. 2024.

MOURA, D. F. de; PONCIANO, E. S. .; OLIVEIRA, E. C. G. de .; SANTOS, G. C. dos .; SILVA, L. C. P. .; OLIVEIRA, L. de F. F.; RODRIGUES, L. M. .; CHIOVATO, P. R. B.; BRAZAO, R. C. .; SILVA, T. M.; ALVES, V. S. Educação empreendedora: um despertar para alunos do ensino médio na cidade de Araguari – MG . Revista Master - Ensino, Pesquisa e Extensão, [S. l.], v. 6, n. 11, p. 25–32, 2021. DOI: 17 10.47224/revistamaster.v6i11.109. Disponível em: <https://revistamaster.imepac.edu.br/RM/article/view/109>. Acesso em: 20 jul. 2024.

STEVE Blank. Lean Canvas para UniMOOC. "Introducción". 18 mar. 2014. 1 vídeo (4 min 33 s). Publicado pelo canal UniMOOC. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XMHo9x2H9KQ>. Acesso em: 18 ago. 2024.

TUTORIAL de Modelagem de Negócios: Business Model Canvas. Disponível em: https://www.inova.unicamp.br/inovajovem/wp-content/uploads/2019/09/INV_manual-canvas-site_190911.pdf. Acesso em: 19 ago. 2024.