

**O EMPREENDEDORISMO POR MEIO DE**

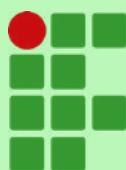
# *Salas Temáticas*



**Lizandra Almeida de Menezes**

**Dante Alighieri Alves de Mello**

**PROFEPT**  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA



**INSTITUTO FEDERAL**  
Mato Grosso do Sul

Autora: Lizandra Almeida de Menezes

Orientador: Dante Alighieri Alves de Mello

Diagramação: Madalena Araujo | Madesigner

Ilustrações: Freepik

M543e Menezes, Lizandra Almeida de  
O empreendedorismo por meio de salas temáticas / Lizandra Almeida de  
Menezes , Dante Alighieri Alves de Melo . Campo Grande - MS, 2023.

89 p. : il. ; 29 cm.

Produto educacional (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.  
ISBN 978 65 00 73000 5

1. Produto educacional. 2. Empreendedorismo . 3. Vygotsky 4. Profeppt . 5.  
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



### **LIZANDRA ALMEIDA DE MENEZES**

Mestrado em Educação Profissional e Tecnológica (2023), pelo Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS). Possui graduação em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário de Campo Grande Anhanguera (2008) e Administração pela Faculdade Estácio de Sá (2018), especialização em Contabilidade Financeira e Controladoria pela Universidade Católica Dom Bosco - UCDB (2009), especialização em Metodologia e Gestão para Educação a Distância (2013), MBA em Gestão de Projetos (2015), MBA em Gestão Estratégica de Negócios (2017), MBA em Agronegócios (2019) e MBA em Gestão Pública (2019), MBA em Gestão de Pessoas e a Educação Corporativa (2020) e MBA em Gestão e Organização da escola com ênfase em Supervisão Escolar (2020). Atualmente professora dos cursos de Administração e Ciências Contábeis na Universidade Anhanguera UNIDERP em Campo Grande - MS. Acadêmica e Patrona da cátedra 19 da ASULCON – Academia sul-mato-grossense de Ciências Contábeis.



### **DANTE ALIGHIERI ALVES DE MELLO**

Doutor em Educação (2015), mestre em Química (2009) com Licenciatura Plena em Física (2006) pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). É professor de Física do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul (IFMS), na cidade de Campo Grande/MS. Tem experiência nas áreas de Eletroquímica, Ensino de Física e Tecnologia Educacional, atuando principalmente nos seguintes temas: Eletrocromismo (eletrodeposição reversível de eletrólitos sólidos), experimentos de baixo custo para o ensino de Física e Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) para o ensino e aprendizagem de Física com base na Teoria de Vygotsky. Atualmente é docente e pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica em Rede Nacional - ProfEPT/IFMS.

# SUMÁRIO

---

<b>5</b>	<b>APRESENTAÇÃO</b>	
<b>7</b>	<b>ORIENTAÇÃO PEDAGÓGICA</b>	
	Níveis de Desenvolvimento.....	8
	Aplicação Pedagógica .....	11
<b>13</b>	<b>ENSINO DE EMPREENDEDORISMO</b>	
<b>14</b>	<b>PRODUTO EDUCACIONAL</b>	
<b>17</b>	<b>PLANOS DE AULA</b>	
<b>18</b>	<b>AULA 01: APRESENTAÇÃO</b>	
	1.1 Plano de Ensino.....	18
	1.2 Desenvolvimento da Aula .....	19
	1.3 Atividades .....	23
<b>25</b>	<b>AULA 02: EMPREENDEDORISMO, PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS</b>	
	2.1 Plano de Ensino.....	25
	2.2 Desenvolvimento da Aula .....	26
	2.3 Atividades .....	28
	2.4 Conteúdo da aula.....	30

<b>38</b>	<b>AULA 03: GESTÃO DE PESSOAS</b>	
	3.1 Plano de Ensino .....	38
	3.2 Desenvolvimento da Aula .....	39
	3.3 Atividades .....	44
	3.4 Conteúdo da aula.....	44
<b>50</b>	<b>AULA 04: MARKETING EMPRESARIAL E FINANÇAS</b>	
	4.1 Plano de Ensino .....	50
	4.2 Desenvolvimento da Aula .....	51
	4.3 Atividades .....	56
	4.4 Conteúdo da Aula .....	56
<b>64</b>	<b>AULA 05: ENCERRAMENTO</b>	
	5.1 Plano de Ensino .....	64
	5.2 Desenvolvimento da Aula .....	65
	5.3 Atividades .....	65
<b>67</b>	<b>REFERÊNCIAS</b>	
<b>70</b>	<b>APÊNDICE A</b>	
<b>75</b>	<b>APÊNDICE B</b>	
<b>78</b>	<b>APÊNDICE C</b>	
<b>80</b>	<b>APÊNDICE D</b>	
<b>84</b>	<b>APÊNDICE E</b>	

# APRESENTAÇÃO

---

Este material é um Produto Educacional resultante de dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul. Trata-se de um manual para professores cujo conteúdo é um curso organizado por temas com o intuito de capacitar educandos do ensino médio integrado para fomentar o conhecimento e a prática empreendedora.

O Produto Educacional principal é o conteúdo voltado para os professores organizado pelos temas propostos com disponibilização de plano de aula, conteúdo de aula e atividades sugeridas. Para tanto, para em cada aula é disponibilizado um link fixo com material editável para uso e adaptação para os professores.

A organização desse curso segue uma proposta pedagógica específica, cuja base teórica é a desenvolvida por Lev. S. Vygotsky. Porém, caso necessário, também é possível que o professor se utilize de outras bases pedagógicas para melhor aplicação de seu conteúdo.

A princípio cabe destacar algumas observações importantes sobre o curso. Inicialmente esse produto foi pensando para aplicação em sala de aula *presencial*, porém cabe indicar que o material pode ser adaptado para uma aplicação de aula *online*, seja síncrona ou assíncrona, ao passo que o conteúdo pode ser oferecido aos educandos tanto em material impresso prévio ou no momento da aula, quanto de maneira *online*, como em anexos ou Ambientes Virtuais de Ensino Aprendizagem como o *Moodle*.

Uma segunda observação é que mesmo partindo de um pressuposto pedagógico que dialoga com o conhecimento prévio do educando é preciso que o professor tenha em mente que mesmo o conhecimento não sistematizado formal ou conhecimento técnico é um tipo de conhecimento de mundo, proveniente da experiência de vida do educando. Portanto, mesmo que o educando não tenha um conhecimento técnico



prévio, ainda assim deve-se levar 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.

Por fim, a proposta aqui apresentada segue uma estrutura já experimentada em sala de aula, ou seja, o Produto já foi aplicado junto ao público alvo pretendido (jovens do ensino médio integrado). Portanto, abrange algumas estratégias de aplicação. No entanto, o importante é que este Produto visa uma proposta adaptável, ou seja, os professores podem e devem ter liberdade de adaptar as atividades e conteúdos para a sua própria realidade social, afim de alcançar e dialogar com os educandos e seu meio. Apesar de o público alvo ser jovens do ensino médio integrado, também é possível aplicar esse produto a outros públicos-alvo, uma vez que tanto a proposta pedagógica quanto os objetivos de ensino e o conteúdo oferecido possuem bases teóricas consistentes.



# ORIENTAÇÃO PEDAGÓGICA

---

Para Vygotsky, o sujeito se desenvolve a partir de elementos psíquicos internos e 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).

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

Para Vygotsky o desenvolvimento psicológico ocorre a partir dos 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. 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-a significativa para o sujeito.



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 permite-se a autorregulação de conduta e ação. Miranda (2004) defende que devido a essas funções atividades repetitivas ou de memorização mecânica são desaconselhadas, pois inibe o desenvolvimento do pensamento, uma vez que apenas decorar elementos linguísticos não permite uma estruturação significativa do pensamento e aprendizagem.

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, 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. É por meio da interação entre duas ou mais pessoas que cada indivíduo vai moldando a sua própria personalidade e se preparando para se adaptar à sociedade quando atingir a idade adulta (COSENZA, 2011).

## NÍVEIS DE DESENVOLVIMENTO

A proposta pedagógica desse Produto Educacional parte dos conceitos de níveis de desenvolvimento definidos por Vygotsky: Nível de Desenvolvimento Real (NDR), Nível de Desenvolvimento Proximal (NDP) e Zona de Desenvolvimento Proximal (ZDP).

Articulados com os conceitos definidos anteriormente, Vygotsky definiu que os conhecimentos adquiridos a partir de 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 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 de algo não relacionado à vivência direta cotidiana (COELHO; PISONI, 2012).

Em suma, atuar na ZDP do estudante é trabalhar para que os seus conceitos espontâneos, atualmente presentes em seu NDR, evoluam em direção aos conceitos científicos que podem ser apreendidos colaborativamente, isto é, que encontram-se atualmente no NDP do aprendiz.

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 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 sujeito ainda utiliza apoio até ser capaz de realizar determinada ação sozinho.

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).



## DINÂMICA DA ZONA DE DESENVOLVIMENTO PROXIMAL



Fonte: Xavier (2021, P.27)

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 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).

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) define como funções psicológicas superiores. Cada cultura fornece a seus filhos ferramentas de adaptação intelectual que lhes permitem usar as funções mentais básicas de forma mais eficaz/adaptativa.

## APLICAÇÃO PEDAGÓGICA

A aplicação pedagógica dos pressupostos de Vygotsky nesse Produto Educacional parte 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.

A partir de Vygotsky, 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 o conhecimento posterior, ou seja, entendendo o processo partindo do nível de desenvolvimento real do participante, atuando pedagogicamente na zona de desenvolvimento proximal com o objetivo de chegar ao nível desenvolvimento potencial do aprendiz.



# ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

---

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

Entende-se que com relação às práticas pedagógicas em empreendedorismo nas escolas, em concordância com Geraldino (2015), apesar 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.

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. A principal característica de um empreendedor se dá em sua capacidade de transformar uma dificuldade em oportunidade e estar mais susceptível a assumir riscos mais elevados. É preciso desenvolver a qualificação dos estudantes do IFMS a fim de prepará-los para serem simultaneamente empreendedores, gestores e líderes de seus próprios negócios, já que é impossível falar de empreendedorismo de forma separada da gestão e da liderança.

Tem-se também que o empreendedorismo desenvolve competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (técnico, científico, empresarial). 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).



# PRODUTO EDUCACIONAL

---

O Produto Educacional apresentado a seguir é uma proposta de curso destinado à formação aplicada a jovens do ensino médio para fomentar a prática empreendedora. Os modelos tradicionais de ensino buscam a capacitação por meio de repetição de tarefas para que os estudantes sejam executores. Em nossa proposta de produto educacional o objetivo será “empreender”, tendo como foco o desenvolvimento de um comportamento proativo e mais estratégico para potencializar os comportamentos de um empreendedor, definindo os objetivos individuais e coletivos, de forma a exercer de forma crítica essas habilidades, buscando seu desenvolvimento pessoal e social.

Entendemos que a disciplina de Empreendedorismo e Inovação pode despertar em um aluno grandes interesses nas áreas de gestão. Com isso, é necessário observar as disciplinas integradas de empreendedorismo e inovação para o Ensino Médio, em que dificilmente a questão de prática e aplicação são diferenciadas. Portanto, pode incorrer no não despertar do interesse do estudante do Ensino Médio sobre as práticas empreendedoras, conseqüentemente, problematiza-se se da forma como essas disciplinas estão sendo aplicadas o objetivo do desenvolvimento de habilidades e conhecimentos de liderança, gerenciais e de autonomia são alcançados e, em caso positivo, se efetivos.

Assim, as aulas serão desenvolvidas a partir de uma metodologia vivencial e semiaberta, com o pensamento de fazer o empreendedorismo em um sentido amplo, sistêmico e sustentável, provendo aos educandos e educadores a oportunidade e liberdade de fazer ajustes dos temas propostos. A contextualização e a eficácia seriam as formas da metodologia aplicada com a realidade local e dos estudantes.

A fundamentação teórica baseia-se na ideia de incentivar a autonomia do aluno, colocando-o para aprender a fazer, permitindo que os estudantes sejam atores das atividades propostas. Deve-se incentivar



os comportamentos empreendedores: na teoria e na prática. Para fazer com que os educandos pensem na sua realidade, trabalhem em equipe, tomem decisões, organizem o trabalho que devam entregar, definam estratégias, cuidam da qualidade daquilo que estão fazendo, reflitam nos impactos ambientais e sociais e avaliem os resultados. Os educandos podem ser encorajados a vivenciar e compartilhar situações que promovam os comportamentos empreendedores.

Esta proposta pode ser realizada em paralelo com o plano de ensino regular de outros planos educativos, como os das Instituições de Ensino como Institutos Federais.

Assim, propõe-se um curso com duração de cinco aulas, que podem ser divididas em cinco dias. Cada encontro tem duração média de quatro horas e trinta minutos.

A imagem 1 mostra o esquema de distribuição de tempo das aulas.

Imagem 1: Distribuição das aulas



Fonte: Os autores (2022).

**Dica:** A priori, partimos da ideia de que os educandos possuem algum tipo de conhecimento de conceitos básicos para compreenderem, por exemplo, o que é uma estratégia de *marketing*, mas pode ser que alguns deles ainda não saibam para que isso serve. Assim, é necessário que haja uma proposta média, isto é, deve-se trabalhar observando o conhecimento dos educandos para, se necessário, retomar esses conceitos mais básicos para oferecer o melhor conteúdo aos participantes. Em suma, conforme prevê a Teoria Histórico-Cultural de Vygotsky, busca-se sempre atuar na Zona de Desenvolvimento Proximal dos participantes.

Para isso será necessário detectar quais são as principais dificuldades que estes educandos identificam como fatores impeditivos para que se tornem empreendedores, além de orientá-los para oportunidades, determinação e resiliência, buscando despertar no estudante a importância de adquirir habilidades gerenciais para que deem sustentabilidade às organizações.



# PLANOS DE AULA

A seguir, apresentaremos os planos de aula, dispostos por temas. O plano de aula segue a estrutura para cinco dias de planejamento, como mostrado no quadro 1:

**Quadro 1: Estrutura Do Produto Educacional**

Data Prevista	Temática	Atividade	Objetivo
Encontro 1	Apresentação	Questionário Prévio. Discussão. Avaliação de Caso.	Levantar o conhecimento prévio do participante.
Encontro 2	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.
Encontro 3	Gestão de Pessoas	Exposição dinâmica de tema. Discussão.	Apresentar a essência da gestão e Ética do ambiente de trabalho.
Encontro 4	Marketing empresarial e finanças	Exposição dinâmica de tema. Discussão.	Apresentar metodologia de análise voltada ao processo decisório na gestão empresarial, baseada na área financeira.
Encontro 5	Encerramento	Questionário Posterior. Avaliação de Caso. Discussão.	Levantar o conhecimento desenvolvido pelo participante.

*Fonte: Os autores (2022).*



# AULA 01: APRESENTAÇÃO

## 1.1 PLANO DE ENSINO

### AULA 01 - TEMA: APRESENTAÇÃO

**Objetivo Geral:** Levantar o conhecimento prévio do participante.

**Atividade:** Questionário Prévio. Discussão Avaliação de Caso.

**Duração:** 210 minutos (04 tempos de aula e 01 intervalo de 10 minutos)

**Número de alunos:** mínimo de 10 (previsão de cinco duplas).

**Recursos didáticos:** em todas as aulas serão utilizados data show, notebook (smarthone e/ou tablet), caixa de som quando necessário, caneta e papel. Além de recursos de softwares para aulas dinâmicas, apresentações em slides, mural digital como Padlet, Google Docs, Canva, entre outros softwares, conforme a disponibilidade da aula e andamento da turma.

**Avaliação:** formativa, ocorre durante todo o processo por meio da participação dos alunos nas atividades em sala, interação entre eles e realização das atividades.



## 1.2 DESENVOLVIMENTO DA AULA

No decorrer de cada aula proposta será apresentado junto as atividades slides para informações, instruções e acompanhamento dos alunos, onde o mesmo será disponibilizado de forma editável através do link <https://bityli.com/5Kdh0> para que os educadores possam utilizar e/ou acrescentar informações necessárias para o melhor aprendizado da turma.

**AULA 1 DISPONÍVEL EM:**

<https://bityli.com/5Kdh0>



### 1º Tempo – 50 minutos

- ✓ Apresentação do tema proposto e professor que irá aplicar as atividades propostas.
- ✓ Gerar uma aproximação entre o professor e estudantes participantes do curso (**Sugestão nos Slides disponibilizado de 02 e 03**).



- ✓ Explicar como serão distribuídas a carga horária das aulas, os conteúdos que serão abordados em cada encontro e coletar as informações necessárias sobre os alunos (Slides 04 e 05).



- ✓ Confirmar o endereço de *e-mail* que os alunos cadastraram na inscrição além de distribuir e explicar os Termos para a pesquisa;
- ✓ Dialogar sobre questões éticas referente a confidencialidade das informações coletadas e repassadas na aplicação do produto **(Sugestão no Slide disponibilizado 06)**.



## 2º Tempo – 50 minutos

- ✓ Aplicação do questionário prévio dos Estudantes sobre empreendedorismo. Cada estudante receberá seu questionário impresso em papel A4 onde os mesmos poderão responder perguntas de múltiplas escolhas e também questões abertas. Apêndice A <https://bityli.com/9OQ4T7>. **(Sugestão no Slide disponibilizado 07)**.



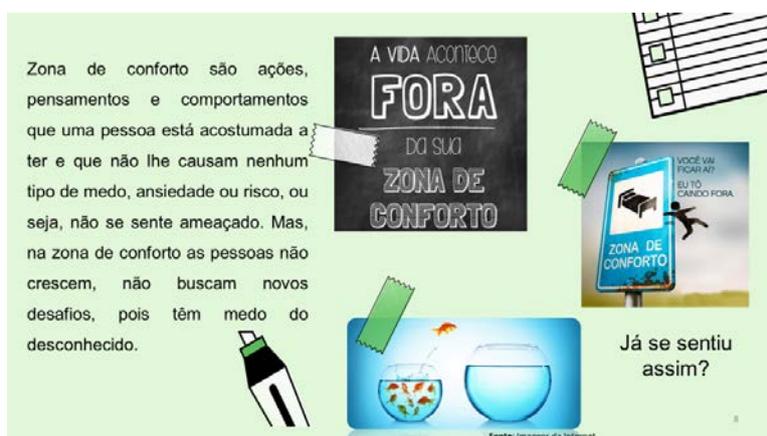
### APÊNDICE A

<https://bityli.com/9OQ4T7>



### 3º Tempo – 50 minutos

- ✓ Abordar o tema falando sobre a zona de conforto (**Sugestão no Slide disponibilizado 08**). Deixar eles trazerem algumas situações vivenciadas nas quais se sentiram em situações de conforto.



- ✓ Apresentar nomes que se destacaram quando saíram da “zona de conforto”, definindo objetivos e trabalhando focado neles. Não há uma “receita de bolo” ou “mágica”, o que acontece é um esforço concentrado na direção correta (**Sugestão no Slide disponibilizado 09**).



- ✓ Fazer as indagações e observar a frase. Demonstrar que temos que se permitir olhar para a vida de modo otimista e diferente, isto é, enxergando oportunidades onde muitos não conseguem ver (Slide 09).

## 4º Tempo – 50 minutos

- ✓ Realizar a atividade denominada “Vendinha” para saber o nível de conhecimento dos estudantes sobre empreendedorismo, o que eles pensam sobre o assunto e como eles vão agir em determinado problema dentro de uma situação empresarial. Cada estudante receberá uma folha em branco A4 para fazer anotações relativas ao caso apresentado (**Sugestão nos Slides disponibilizados 10 e 11**).



Imagine você com o seguinte empreendimento para ser administrado.

### VENDINHA

<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Loja de artesanato</b> Vende diversos produtos além do artesanato em uma cidade turística.</li><li>● <b>Possui 2 funcionários</b> Não há possibilidade para vender os produtos e pouca experiência.</li><li>● <b>Marca da empresa</b> Ainda não definida. Não há divulgação.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>Controle de caixa e estoque</b> Não tem computador, faz em caderno de caixa. Seu estoque é variado e sem inventário.</li><li>● <b>Contas pessoais e empresariais</b> Não existe esta preocupação.</li><li>● <b>Fiscalização</b> Muitas por atraso de declarações e recolhimento de impostos.</li></ul>
---	---

**Atenção:** Na atividade inicial busca-se não fazer interferências, deixando o aluno livre para refletir e trazer uma resolução dos problemas de acordo com o que ele acha melhor naquele momento, uma vez que o principal objetivo da atividade é analisar os conhecimentos que eles já possuem sobre o empreendedorismo a fim de auxiliá-los posteriormente ao fim da atividade.



## 1.3 ATIVIDADES

### **1.3.1 Questionário Prévio do Estudante**

A primeira atividade a ser realizada em sala é a aplicação do Questionário Prévio do Estudante (Apêndice A <https://bitly.com/9O-Q4T7>) que tem como objetivo principal identificar os alunos bem como os conhecimentos prévios sobre empreendedorismo. Durante a aplicação deste questionário será necessário que o educador acompanhe-os para possíveis dúvidas.

### **1.3.2 Avaliação de Caso – Vendinha**

A segunda atividade parte da proposta de atividades que intercalarão todo o percurso das aulas.

Antes da aplicação do caso da Vendinha falaremos sobre o “pensar fora da caixa”, somente a fim de instigá-los a pensar um pouco sobre o que é a proposta empreendedorismo. Citaremos alguns exemplos como: Walt Disney, podendo citar o filme “Walt antes de Mickey”, Silvio Santos e o Baú da Felicidade e deixaremos eles citarem exemplos de pessoas que eles sabem que são empreendedores.



## Imagem 2: Vendinha – Proposta de Empresa



Fonte: Autores

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

A Vendinha parte de uma empresa pensada para este produto educacional, porém com embasamento em empresas e dificuldades reais, como observado na imagem 2, e sendo que a empresa proposta encontra-se em um ponto turístico, com grande movimento e com grandes oportunidades propõe-se pensar: quais seriam suas atitudes em relação à gestão de pessoas, estratégias, planejamento, controle das finanças e o *marketing* desta empresa? Aos participantes será indicado sugerir pelo menos duas atitudes que tomaria como dono do empreendimento.

Com o objetivo de conhecer o Nível de Desenvolvimento Real (NDR) dos estudantes (Vygotsky, 2007) nesta atividade não haverá nenhuma interferência, de modo que o aluno possa resolver os problemas da empresa somente com os conceitos que eles já têm sobre o tema empreendedorismo.



# AULA 02: EMPREENDEDORISMO, PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS

---

## 2.1 PLANO DE ENSINO

### AULA 02 - TEMA: EMPREENDEDORISMO, PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS

**Objetivo Geral:** Relacionar e identificar os elementos de uma Estratégia de negócios e a qualidade do seu Processo de Planejamento.

**Atividade:** Exposição dinâmica de tema e discussão.

**Duração:** 210 minutos (04 tempos de aula e 01 de intervalo)

**Número de alunos:** mínimo de 10 (previsão de cinco duplas).

**Recursos didáticos:** em todas as aulas serão utilizados *datashow*, *notebook* (smartphone e/ou tablet), caixa de som quando necessário, caneta e papel. Além de recursos de softwares para aulas dinâmicas como nuvem de palavras, apresentações de slides, mural digital como Padlet, Google Docs, Canva, entre outros softwares, conforme a disponibilidade da aula e andamento da turma.



**Avaliação:** formativa, ocorre durante todo o processo por meio da participação dos alunos nas atividades em sala, interação entre eles e realização das atividades.

**Problematização do tema:** muitos empreendedores não possuem um posicionamento claro do que é uma empresa, bem como planejamento; não conseguem fazer a fidelização dos clientes.

## 2.2 DESENVOLVIMENTO DA AULA

Em cada aula proposta serão apresentados slides para informações, instruções e acompanhamento dos alunos. A apresentação editável da aula 2 está disponível no link <https://bityli.com/kHviB0> para que os educadores possam utilizar e/ou acrescentar informações necessárias para o melhor aprendizado da turma.

**AULA 2 DISPONÍVEL EM:**

<https://bityli.com/kHviB0>



### 1º Tempo – 50 minutos

- ✓ Definição de Empreendedorismo, conceitos iniciais (**Sugestão nos Slides disponibilizados de 02 e 03**).



- ✓ Discussão entre os alunos e educadora sobre empresários de sucesso.
- ✓ Foi apresentado pela professora um caso de empresa de sucesso: Porks – Grandes franquias.

## 2º Tempo – 50 minutos

- ✓ Verificar o comportamento e posicionamento para dar continuidade nos conceitos de empreendedorismo.
- ✓ Planejamento/Estratégias. Discutir itens do material impresso 2.5 e 2.6.
- ✓ Explicar todos os pontos dos slides (**Sugestão nos Slides disponibilizados de 05 a 08**). Relacionar e identificar os elementos de uma Estratégia de negócios e a qualidade do seu Processo de Planejamento.

### Planejamento Estratégico

#### • Missão



É a razão de existência da empresa, está ligada aos seus objetivos. A missão irá nortear as ações para que possa alcançar a visão;

### Planejamento Estratégico

#### • Visão



É a perspectiva de futuro da empresa, ou seja, a imagem que a organização tem a respeito de si mesma e do seu futuro. É o ato de ver a si no espaço e no tempo;

### Planejamento Estratégico

#### • Valores



É um conjunto de características, atitudes e iniciativas que são valorizadas na cultura da empresa, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, atitudes e decisões;

### Planejamento Estratégico

#### • Meta



Os objetivos da empresa devem ser convertidos em metas mensuráveis, para que possam fornecer orientação e controle.

INTERVALO – 10'

### **3º Tempo – 50 minutos**

- ✓ Descrever e entender os Modelos Estratégicos mais utilizados e como podem ser empregados no desenvolvimento de uma Estratégia.
- » Orientação e explicação sobre o modelo estratégico utilizado na atividade que será o 5W2H (Slides 10 e 11).

### **4º Tempo – 50 minutos**

- » Aplicação da atividade sobre o Planejamento Estratégico. Será necessário verificar se a turma conseguirá realizar o planejamento dentro de uma empresa. Caso os alunos não consigam desenvolver a atividade passará a ser lúdica. A proposta será uma viagem (Slide 12).

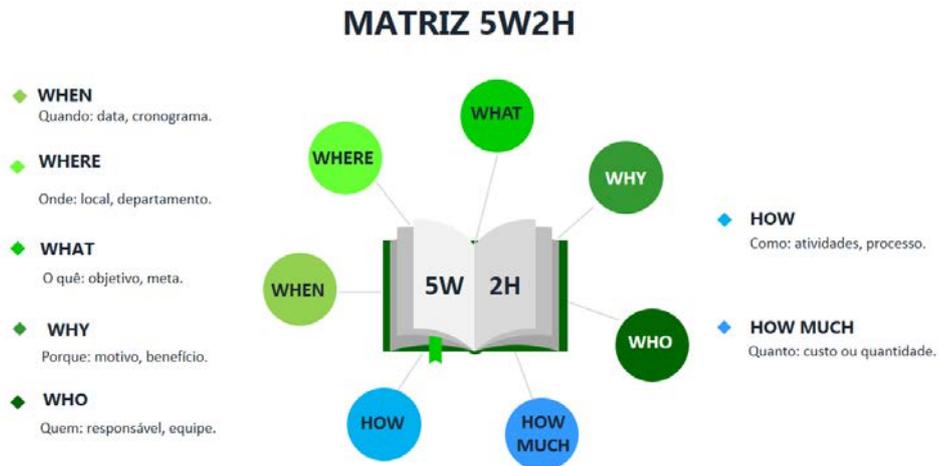
## **2.3 ATIVIDADES**

### **2.3.1 Matriz 5W2H**

Nesta atividade não haverá nenhuma interferência, deixando os alunos trazerem a resolução dos problemas da empresa somente com os conceitos que eles têm sobre o tema empreendedorismo para que se possa conhecer o NDR de cada um.



### Imagem 3: Matriz 5W2H



Fonte: Adaptado pelos autores de Sebrae (2020).

### Quadro 4: Aplicação de Matriz 5W2h

O que será feito?	Para que?	Onde?	Quando?	Com quem?	Como será feito?	Quanto vai custar?

A matriz 5W2H significa:

- » O que (*what*)?
- » Por que (*why*)?
- » Onde (*where*)?
- » Quando (*when*)?
- » Quem (*who*)?
- » Como (*how*)?
- » Quanto custa (*how much*)



É um checklist das atividades que precisam ser desenvolvidas com o máximo de clareza possível por parte dos envolvidos em um projeto, empresa ou atividades.

## 2.4 CONTEÚDO DA AULA

### 2.4.1 Empreendedorismo



De acordo com a definição de Barreto (1998) “empreendedorismo é a habilidade de se conceber e estabelecer algo partindo de muito pouco ou quase nada”. Conforme Jeffrey Timmons (1990) *apud* Dornelas (2003, p.2) “o empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20”, realizando a comparação com a revolução industrial, a principal responsável por grandes mudanças no decorrer século 20, mostra sua intensidade e importância para a sociedade do foco no empreendedorismo.

Em conformidade com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2009) o empreendedor tem como característica principal a criatividade e o senso de pesquisador. Ele está

incessantemente procurando novas direções e novas resoluções, a todo o momento atendendo a demanda das pessoas. A alma do empresário de prestígio é a procura de novos empreendimentos, possibilidades e a necessidade sempre presente para evolução de seu produto. Enquanto boa parte da sociedade tende a visualizar somente as dificuldades e incertezas, o empreendedor deve ser confiante em sua busca pelo sucesso, apesar das dificuldades.

Em harmonia com José Dornelas (2008) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades” e destaca de forma simples e objetiva que o principal foco do empreendedor é a geração de oportunidades que batem à sua porta.

Para ser empreendedor, além de ter gana e horizonte de negócios, a pessoa necessita ser capaz de realizar o que se propõe com muita determinação, vontade, excelência e uma ótima dose de ousadia; ter desempenho que a distingue dos demais profissionais da área, de forma que se destaque naturalmente em diversas áreas que executa; não cravar limites para conseguir seus objetivos (respeitadas as questões legais); sempre ressaltar e aumentar suas qualidades; ter a consciência de que só chegará ao topo de seus objetivos à custa de muito esforço.

São pessoas determinadas em seus horizontes, corajosas, aptas de percorrer e superar riscos calculados, focadas, persistentes, otimistas, que estão sempre analisando oportunidades e conseqüentemente agindo.

No comércio, são aqueles que se destacam, os que quebram toda uma ordem presente há muitos anos, alocando novas e revolucionárias soluções, mais baratas e lucrativas, gerando e ganhando um capital com mais densidade.

Empreender é uma realização para desenvolver com todos os cuidados necessários a serem tomados, no âmago das principais práticas do mercado, demandando um profundo conhecimento próprio, de mercado e desafiando essa nova realidade. Do quanto necessita construir, como realizador, para transformar ideias, conceitos e sonhos em realidade.



## 2.4.2 O Ensino de Empreendedorismo



Para iniciarmos alguns conceitos são fundamentais, como o conceito de empreendedorismo trazido por Dornelas (2021, p. 29), que pode ser definido como: “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

Para um dos pioneiros sobre o assunto, Joseph Schumpeter (1997), o empreendedor “é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”. (DORNELAS, 2021, p. 29).

Segundo Dolabela (2016, p. 17) “[...] a origem e a essência do Empreendedorismo estão na emoção do indivíduo, na energia que o leva a transformar-se e a transformar sua vida”. Dessa forma, compreende-se o Empreendedorismo como algo que é humano por natureza.

Um fato que devemos sempre levar em consideração são as abordagens que Almeida, Cordeiro e Silva (2018) identificaram 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 como a educação, os níveis de formação/instrução e a família impactam nesse comportamento. 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.

## **É possível ensinar empreendedorismo?**

Ser empreendedor não é uma tarefa fácil por qualquer pessoa e que o sucesso seja decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento.

No entanto, os “empreendedores inatos” continuam existindo e sendo referências de sucesso, mas acreditamos que muitos outros podem ser capacitados para a criação de empresas duradouras.

Neste sentido, entendemos que todo curso de empreendedorismo deve focar na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor, na identificação e análise de oportunidades, nas circunstâncias por meio das quais ocorrem a inovação e o processo empreendedor, na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, na preparação e utilização de um plano de negócios, na identificação de fontes e obtenção de financiamento para o novo negócio e no gerenciamento e crescimento da empresa.

Segundo o Sebrae (2020) ser empreendedor significa, acima de tudo, ser um realizador que produz novas ideias por meio da união entre criatividade e imaginação.

O empreendedor visa realizar uma ideia ou projeto pessoal, assumindo riscos, responsabilidades e sempre procurando inovar. Portanto, pessoas que assumem riscos e são inovadoras, mesmo sem fundarem negócios próprios, são pessoas que possuem “espírito empreendedor” (CHIAVENATO, 2021).



### **2.4.3 Características Empreendedoras**

Essas características empreendedoras podem ser aprendidas ou adquiridas, pois uma mente empreendedora pode ser treinada com atividades do dia a dia ou para os negócios. De acordo com a oficina de empreendedorismo do Sebrae (2020), iniciativa, persistência, eficiência, comprometimento, busca de conhecimento e autoconfiança são algumas das características empreendedoras que podem ser adquiridas.

### **2.4.4 Planejamento Estratégico**

Ser assertivo em cada passo que der em seu empreendimento é garantir resultados de uma forma mais consistente. O planejamento estratégico tem como foco principal esclarecer de forma clara o objetivo a alcançar pela sua empresa e qual caminho deve percorrer. Por meio dele iremos obter colaboradores sincronizados com seu foco e tendo ações já definidas para impulsionar de forma sustentável o seu negócio, atingindo seus principais objetivos.



Quando se imagina começar um empreendimento pode se acabar caindo no desânimo e incerteza por não ter dados e conhecimentos necessários de como e quanto fazer. O Plano de Negócios existe para eliminar essa questão.

Por meio de uma estrutura bem definida em conjunto com uma jornada do cliente baseada em informações do seu público e do mercado será garantido de forma eficaz a satisfação, o fascínio e fidelização do cliente, gerando uma experiência de compra diferenciada dos demais concorrentes do mercado.

Tendo o conhecimento de como seu produto se aloca no mercado a estratégia da equipe de vendas será essencial para alcançar o seu público alvo. Pelo meio de ferramentas e metodologias aplicáveis, pesquisas de tendências de comércio e coleta de dados com seus clientes é totalmente possível realizar diversas estratégias com foco no fortalecimento do produto, marca e conquista de novos clientes.



De acordo com Lacombe (2009, p.70) “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.

### **2.4.5 Plano de Negócios**

É importante acentuar que o empreendedor terá diversas questões para realizar um plano de negócios sólido e com perspectiva futura para seu próprio empreendimento.

Seguindo as referências de Coral (2002) e Sebrae (2013; 2014; 2017; 2020a; 2020b; 2022) as seguintes análises devem ser realizadas para a construção de um plano de negócios de forma resumida:



- a. *Resumo do empreendimento*: apresenta quais os principais produtos e/ou serviços; quem serão seus principais clientes; onde será localizada a empresa; o montante de capital a ser investido; qual será o faturamento mensal; que lucro espera obter do negócio e em quanto tempo espera que o capital investido retorne.
- b. *Planejamento Estratégico*: definido em quatro princípios bases para desenvolvê-lo na vida de sua empresa:
  - » *Missão*: é a razão de existência da empresa, está ligada aos seus objetivos. A missão irá nortear as ações para que possa alcançar a visão;
  - » *Visão*: É a perspectiva de futuro da empresa, ou seja, a imagem que a organização tem a respeito de si mesma e do seu futuro. É o ato de ver a si no espaço e no tempo;
  - » *Valores*: É um conjunto de características, atitudes e iniciativas que são valorizadas na cultura da empresa, que servem de guia, ou critério, para os comportamentos, atitudes e decisões;

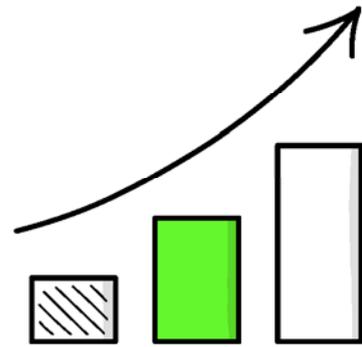


- » *Meta*: Os objetivos da empresa devem ser convertidos em metas mensuráveis para que possam fornecer orientação e controle.
- c. *Setor de atividade*: é a definição da atividade do negócio, em qual ou quais setores a empresa exercerá suas funções. Podem ser: agropecuária, indústria, comércio e/ou prestação de serviço.
- d. *Categoria de formalização*: uma importante etapa a ser cumprida é identificar qual o segmento jurídico ou a categoria de formalização da empresa, podendo ser:
- » *Microempreendedor Individual (MEI)*: pessoa física que realiza prestação de serviço, comércio ou indústria por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário; ou
  - » *Empresário Individual (EI)*: pessoa física, sem participação de sócios, que responde pela empresa utilizando seus bens pessoais. Não se aplica a profissões intelectuais, artísticas ou científicas, bem como profissionais autônomos; ou
  - » *Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – (EIRELI)*: empresa constituída por uma única pessoa que responde como titular do capital social. É a empresa que responderá por dívidas a partir de seu patrimônio e não com os bens pessoais do titular.
- e. *Capital social*: expõe os recursos e bens materiais ou financeiros (dinheiro, equipamentos, ferramentas, etc.) essenciais na abertura da empresa. Caso a empresa seja uma sociedade, “será necessário determinar o valor do capital que cada sócio irá investir e o seu percentual em cima do total somado” (SEBRAE, 2014, p. 33);



## 2.4.6 Análise de Mercado

De acordo com o manual de respostas do Sebrae (2014), ao pensar no plano de negócios da empresa é necessário, após a estruturação básica, pensar na análise de mercado, que identificará as características gerais dos clientes que irão consumir, utilizar ou se relacionar com a empresa.



- a. *Estudo de clientes:* verifica-se informações como se o cliente é pessoa física ou jurídica? Qual a faixa etária ou tempo de atuação no mercado? Maioria homem ou mulher? Qual o trabalho? Onde mora? Em que ramo atuam? Que tipo de produto ou serviço oferecem? Qual a capacidade de pagamento? Quais os comportamentos dos clientes? Quais os seus interesses? O que os leva a consumir/relacionar-se com o produto?
- b. *Estudo de clientes:* em uma segunda fase tem-se a preocupação de observar informações como: quais são os principais concorrentes? Qual o preço? Qual a qualidade? Qual a localização? Como é o atendimento prestado? Quais serviços ofertam? Quais garantias oferecem?
- c. *Estudo de fornecedores:* trata-se de entender e encontrar pessoas e empresas que fornecerão o que será necessário para manter o funcionamento da empresa. Comparar pelo menos três empresas de cada necessidade é uma boa dica, uma vez que além de construir um catálogo de opções, também torna possível a escolha e a mudança se necessário.



# AULA 03: GESTÃO DE PESSOAS

## 3.1 PLANO DE ENSINO

### AULA 03 - TEMA: GESTÃO DE PESSOAS

**Objetivo Geral:** ensinar conhecimentos teóricos e práticos que favoreçam uma melhor prática do aluno para ética aplicada às relações de trabalho; Comunicação; Motivação; Liderança como essência da gestão; Formação e desenvolvimento de equipes.

**Atividade:** Exposição dinâmica de tema e discussão.

**Duração:** 210 minutos (04 tempos de aula e 01 de intervalo)

**Número de alunos:** mínimo de 10 (previsão de cinco duplas).

**Recursos didáticos:** em todas as aulas serão utilizados *datashow, notebook (smartphone e/ou tablet)*, caixa de som quando necessário, caneta e papel. Além de recursos de softwares para aulas dinâmicas, apresentações por meio de slides, *Canva*, entre outros softwares, conforme a disponibilidade da aula e andamento da turma.

**Avaliação:** formativa, ocorre durante todo o processo por meio da participação dos alunos nas atividades em sala, interação entre eles e realização das atividades.

**Problematização do tema:** não conseguir aperfeiçoar a mão de obra para a produção do produto ou sua venda; não ter hierarquia o suficiente para que a empresa siga em uma única direção.



## 3.2 DESENVOLVIMENTO DA AULA

No decorrer de cada aula proposta será apresentado junto às atividades slides para informações, instruções e acompanhamento dos alunos, onde o mesmo será disponibilizado de forma editável por meio do link <https://bityli.com/Df8cT3> para que os educadores possam utilizar e/ou acrescentar informações necessárias para o melhor aprendizado da turma.

**AULA 3 DISPONÍVEL EM:**

<https://bityli.com/Df8cT3>



### 1º Tempo – 50 minutos

- ✓ Conceituar, trazendo explicação breve sobre Relações Humanas e levar para os alunos questionamentos sobre o tema e também sobre empatia, fazendo-os pensar e trazer para a turma exemplos passados (**Sugestão no Slide disponibilizado 02**).

#### RELAÇÕES HUMANAS

Surgem quando dois ou mais indivíduos se encontram para partilhar ideias e/ou atividades;

Este convívio pode resultar em cooperação, mas também em competições, atritos, comparações, etc.

Algum de vocês tem um exemplo de empatia para compartilhar?



- ✓ Explicação sobre os Conceitos de Ética e também sobre Integridade (**Sugestão no Slide disponibilizado 03**).



- ✓ Exibição do vídeo disponível no link <https://bityli.com/3hJ9wr>. Fica livre para o educador inserir outro vídeo sobre o tema proposto (Slide 04).



- ✓ Trazer o questionamento para a turma sobre a situação do vídeo apresentado e ver se alguém deseja compartilhar alguma situação vivida ou presenciada (Slide 05).



## 2º Tempo – 50 minutos

- ✓ Explicação sobre o tema Diversidade e Tolerância, caso o educador queira abrir esse tema para seus alunos sobre alguma situação já presenciada (**Sugestão no Slide disponibilizado 06**);



**DIVERSIDADE**

Corresponde à variedade de opções, ideias, objetos, seres ou coisas distintas que eventualmente possam integrar ou deveriam integrar o mesmo ambiente.



**TOLERÂNCIA**

Tem a ver com respeitar as diferenças, sejam elas físicas, comportamentais, ideológicas ou de qualquer outra natureza.

**Vídeo Tolerância**  
A Tolerância e Respeito, 19/07/2016

- ✓ Apresentação do vídeo disponível no link <https://youtu.be/9vvV3O3Oqm0>
- ✓ A respeito de tolerância e flexibilidade. O professor é livre também para apresentar um vídeo de sua escolha que seja pertinente ao tema (slide 06);



**VÍDEO DA TOLERÂNCIA**  
<https://youtu.be/9vvV3O3Oqm0>



- ✓ Conceituar sobre o tema Habilidades Sociais, deixar aberto aos alunos sobre o tema caso alguém deseje comentar alguma de suas habilidades (**Sugestão nos Slides disponibilizados de 07 e 08**);



**O QUE SÃO HABILIDADES SOCIAIS?**

Dizem respeito ao comportamento ou facilidade que cada pessoa tem para se comunicar e interagir com outras pessoas, verbalmente ou não.

- ✓ Positividade
- ✓ Enfrentamento
- ✓ Comunicação
- ✓ Civilidade
- ✓ Trabalho
- ✓ Empatia



**VOCÊ CONHECE AS SUAS HABILIDADES SOCIAIS?**



- ✓ Explicação e aplicação do teste “Você sabe se relacionar com as pessoas?” Apresentado no Apêndice B (**Sugestão no Slide disponibilizado 09**).

**VOCÊ SABE SE RELACIONAR COM AS PESSOAS?**



Não é uma prova ou avaliação;  
Não há respostas certas ou erradas;  
Não ficar pensando nas respostas por muito tempo;  
Seja sincero.

- ✓ Abrir para a turma caso alguém deseje comentar sobre o resultado do teste e o que poderia fazer para trazer melhorias (slides 10 e 11).

**INTERVALO – 10’**

### **3º Tempo – 50 minutos**

- ✓ Conceituar o tema Liderança e apresentar o vídeo proposto “lição dos gansos” disponível no link <https://bitly.com/M8Yo9M> (**Sugestão nos Slides 13 e 14**);



### QUEM AQUI SABE DIZER O CONCEITO DE LIDERANÇA?

É a arte de comandar pessoas, atraindo seguidores e influenciando de forma positiva mentalidades e comportamentos.



15

### VÍDEO LIÇÃO DOS GANSOS

<https://bitly.com/M8Yo9M>



- ✓ Explicar os tipos de liderança (slide 15);
- ✓ Apresentar os tipos de liderança e questionar os alunos quem se considera um líder, qual liderança ele possui e o porquê? **(Sugestão nos Slides 15 e 16).**

### QUEM SE CONSIDERA UM LÍDER?



16



## 3.3 ATIVIDADES

Será desenvolvida uma dinâmica de grupo.

### **4º Tempo – 50 minutos**

- ✓ Atividade do Desafio do Marshmallow: o educador deverá separar os alunos em grupos, identificando os líderes ou fazer cada grupo eleger um líder. Após a organização as regras da atividade proposta deverão ser informadas (Slide 17 e 18).

## 3.4 CONTEÚDO DA AULA

### **3.4.1 Gestão de Pessoas**



Pode-se dizer que, dentro do plano operacional, uma das etapas importantes de manutenção da empresa é a gestão de pessoas. Relacionar-se diretamente com a definição e distribuição das funções

entre proprietário(s) e funcionário(s) perpassa desde a capacitação até a participação, engajamento e mesmo o desenvolvimento dos funcionários, também denominados como colaboradores. Envolve os princípios, as práticas, as políticas e os processos da empresa (CAMÊLO; FERKO, 2018).

Há diferentes formas de gestar o corpo de colaboradores em uma empresa, que também pode ser identificado como o Capital Humano, seja por competência, por desempenho, por gestão de talentos, entre outros (SILVA; SCHEFFER, 2015). Mas, em geral, deve-se atender as demandas, aplicações e monitoramento dos envolvidos, normalmente efetuado por um profissional designado para a função (CAMÊLO; FERKO, 2018). Em outras palavras, a gestão de pessoas define estratégias para

[...] todas as práticas, atos, ações e funções destinadas à gestão de pessoas, por parte não somente do setor de recursos humanos, mas por todos aqueles que de alguma forma devem gerir pessoas em suas equipes ou setor, que estejam planejadas, elaboradas e realizadas em sintonia com os objetivos de negócio da empresa (SILVA; SCHEFFER, 2015, p. 92).

Deve-se ter em mente que a gestão de pessoas também deve ser adaptada ao tamanho da empresa, adequando práticas e propostas para manter uma cultura organizacional bem-disposta e funcional. Como destaca também Malta, Machado e Fischer (2017), alguns pontos são importantes na prática da gestão de pessoas:

- a. **Recrutamento e seleção:** desde o entendimento da vaga e suas funções, estabelecimento de critérios até a divulgação, análise de currículos e entrevistas fazem parte desse processo. Pode ser um processo externo ou interno;
- b. **Capacitação de colaboradores:** trata-se da manutenção do conhecimento e da prática dos colaboradores, tornando-os mais qualificados, atualizados e envolvidos para as atividades da empresa;



- c. **Clima organizacional:** diz respeito ao clima criado e mantido entre as pessoas que estão envolvidas na empresa. Como é a rotina da empresa? O clima é positivo? É um clima desanimador? Questões sobre conscientização e relevância desse quesito são importantes de se pensar;
- d. **Políticas de cargos e salário:** é possível que o colaborador cresça na empresa? Possa exercer novas funções ou funções de gerência, chefia e similares? Elaborar uma política que vise essa questão pode, entre outras coisas, manter o colaborador motivado e em diálogo com a empresa. Essa perspectiva permite não apenas uma proposta de crescimento, como também o reconhecimento e a valorização dos colaboradores.

Uma das partes mais importantes dentro da Gestão de Pessoas é ter uma base de referência sobre o recrutamento e seleção de funcionário. Esse seria o primeiro passo para que o funcionamento prático da empresa possa iniciar o seu atendimento ao público. Dentro do recrutamento, a análise de currículos é por onde se tem o primeiro contato com a pessoa da qual você quer que execute uma função. Buscar aquele que já possua conhecimento na área é de facilita o treinamento e proporciona ganho de tempo, mas a empresa poderá também estar aberta para pessoas que desejam aprender uma determinada função.

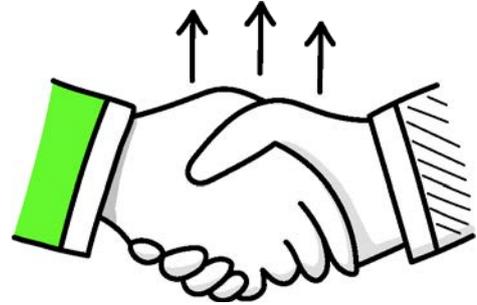
Tanto no recrutamento externo como interno o recrutador deverá estar sempre atento ao desenvolvimento da pessoa. Por exemplo, se um funcionário que atua dentro das vendas da empresa é muito organizado, sabe lidar muito bem com números, contas, prazos, porém não executa tarefas tão bem na sua atual posição, talvez com um pouco treinamento e ensino ele poderá se tornar um funcionário excelente no setor financeiro, além de desenvolver uma pessoa para outro local. Isso também poderá ser um incentivo aos demais colaboradores, demonstrando que sua empresa tende a evoluir junto aos seus funcionários.

Escolher um bom método de recrutamento, conversar com o seu candidato, ser aberto sobre as atividades, salário, benefícios, mostrar o lado bom e o lado negativo da função faz com que o candidato já sinalize o seu interesse ou não na vaga. Questionar sobre as atividades anteriores, sejam elas de trabalhos ou demais situações empresariais pelas quais já passou, sempre questionando caso haja alguma dúvida



referente à vaga, tendo em mente que aquela pessoa do outro lado é um ser humano que possui seus medos, timidez e seu jeito de ser. Não julgar a pessoa pela sua vestimenta, estilo e suas crenças é o mais importante dentro de um recrutamento.

O departamento pessoal tem como foco os funcionários. Esse setor atua realizando a admissão, férias, benefícios, folha de ponto, dentre outras funções. Cuida do salário de cada um para ser creditado no dia correto, sempre atento aos impostos recolhidos como INSS, IR, FGTS. Trata da devolutiva de informações para os órgãos governamentais, informes de afastamentos e também do desligamento do funcionário da empresa, tendo a ciência de que ele recebeu seus direitos e o seguro desemprego corretamente. Esse setor é responsável durante toda a permanência do colaborador na empresa.



Por fim mas não menos importante tem o treinamento e desenvolvimento. Essa área de atuação da empresa deve manter o funcionário sempre treinado, andando junto com os princípios da empresa, ética e atendimento. Valorizar o funcionário não é somente pagar o salário, é dar condições para ele se desenvolver diariamente e aflorar aquilo que ele possui de melhor, trabalhando também o que ele ainda não está desenvolvendo bem. Buscar treinamentos que melhorem o trabalho em equipe, atendimento ao público, dar esse tempo para que ele possa aprender coisas novas traz para a empresa um melhor desempenho e também novas ideias de atuação sempre buscando a excelência.

A cartilha do Sebrae (2013) apresenta que o conjunto de interações entre as pessoas permite que elas convivam de forma cordial e amistosa quando se baseiam em certas regras de respeito pelos direitos individuais e opiniões. Quando estas regras não são respeitadas temos relações de baixa qualidade, onde impera a falta de respeito pela opinião do outro e a baixa tolerância, criando um ambiente hostil e desequilibrado.

Para construirmos boas relações é fundamental conhecer alguns conceitos e comportamentos, citados na cartilha do Sebrae (2013):



**Empatia:** termo que vem tomando grande destaque nos últimos tempos e entende-se como a arte de se colocar no lugar do outro por meio da imaginação, compreendendo seus sentimentos e perspectivas e usando essa compreensão para guiar as próprias ações. A empatia é o antídoto para o individualismo. Ser empático nos ajuda também na resolução de várias questões do nosso dia a dia, como por exemplo: Uma pessoa empática pensa como gostaria de ser tratada se estivesse na condição do outro.

**Ética:** diferente da empatia, já falamos em ética há muitos anos, vem do ramo da filosofia dedicado a estudar os valores morais e princípios legais do comportamento humano na sociedade ou por um determinado grupo de pessoas. A palavra ética é derivada do grego *Ethos* e significa aquilo que pertence ao caráter.

Moral não pode ser confundida com ética. Toda sociedade estabelece costumes, regras, tabus e convenções que são referidos como “morais”, enquanto a “ética” refere-se à reflexão sobre os valores morais que a sociedade estabelece e que estão presentes em nosso cotidiano, ações e relacionamentos. Enquanto a moral diz “Faça isso!” a Ética diz por que não fazer. Onde a moral diz “É para o seu bem” a Ética diz “Tem que ser para o bem de todos”.

Segundo Chiavenato (1999), Gestão de Pessoas 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.

### **3.4.2 Conceito de Liderança**

Falando de liderança no empreendedorismo, de acordo com Chiavenato (2021, p. 161) “liderança é um tipo de influência pessoal por meio da qual o empreendedor – o Líder – influencia o comportamento dos subordinados para direcioná-los rumo aos objetivos que se pretende alcançar”.

A liderança pode surgir de forma natural, quando uma pessoa se destaca no papel de líder, o líder nato, que conquista a posição



independente de cargo que possui. É um tipo de liderança informal. Quando um líder é eleito por uma organização e passa a assumir um cargo de autoridade, exerce uma liderança formal.

O líder tem a função de unir os elementos do grupo, para que juntos possam alcançar os objetivos do grupo. A liderança está relacionada com a motivação, porque um líder eficaz sabe como motivar os elementos do seu grupo ou equipe.

Para Chiavenato (2021), existem três tipos tradicionais de liderança, conforme quadro:

**Quadro 5: Tipos Tradicionais de Liderança**

AUTOCRÁTICA		LIBERAL		DEMOCRÁTICA	
Líder	Define os objetivos	Equipe	Define os objetivos	Líder e Equipe	Definem Objetivos
	Comanda		Faz o que quer		Comandam Juntos
	É o responsável		É irresponsável		Corresponsáveis
	Ignora a equipe		Ignora o Líder		Compartilham

Fonte: Chiavenato (2021, p. 161)



# AULA 04: MARKETING EMPRESARIAL E FINANÇAS

## 4.1 PLANO DE ENSINO

### **AULA 04 - TEMA: *MARKETING* EMPRESARIAL E FINANÇAS**

**Objetivo Geral:** desmistificar a atividade de *Marketing* e capacitar o participante a conhecer Produto, Serviço, Comunicação de *Marketing*, Pesquisa de Mercado e Segmentação, Gestão de Marca; 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.

**Atividade:** Exposição dinâmica de tema e discussão.

**Duração:** 210 minutos (04 tempos de aula e 01 de intervalo)

**Número de alunos:** mínimo de 10 (previsão de cinco duplas).

**Recursos didáticos:** em todas as aulas serão utilizados data show, notebook (smartphone e/ou tablet), caixa de som quando necessário, caneta e papel. Além de recursos de softwares para aulas dinâmicas como nuvem de palavras, apresentações de slides, mural digital como Padlet, Google Docs, Canva, entre outros softwares, conforme a disponibilidade da aula e andamento da turma.



**Avaliação:** formativa, ocorre durante todo o processo por meio da participação dos alunos nas atividades em sala, interação entre eles e realização das atividades.

**Problematização do tema:** a) *Marketing*: não ter estratégia visionária para fixar a marca; não conseguir o retorno esperado dentro de um investimento realizado; b) *Finanças*: não alinhar o objetivo estratégico da empresa com o planejamento financeiro; não fazer o fluxo de caixa, misturar contas pessoais com as contas empresariais, não controlar o estoque.

## 4.2 DESENVOLVIMENTO DA AULA

No decorrer de cada aula proposta serão apresentados junto às atividades slides para informações, instruções e acompanhamento dos alunos disponibilizados de forma editável pelo link <https://bityli.com/OGR3C> para que os educadores possam utilizar e/ou acrescentar informações necessárias para o melhor aprendizado da turma.

**AULA 4 DISPONÍVEL EM:**  
<https://bityli.com/OGR3C>



## 1º Tempo – 50 minutos

- ✓ Iniciar a aula 04 trazendo questionamento para os alunos sobre pessoas que podem ser exemplos de marca (**Sugestão no Slide 02**).



- ✓ Apresentar os conceitos e os principais tipos de marketing que existem, tanto no contexto da vida pessoal como profissional (**Sugestão nos Slides de 03 a 05**).



- ✓ Dinâmica do Envelope – antes do início da aula o professor deve deixar fixado embaixo de seis carteiras aleatórias envelopes com os objetivos do marketing. Quem encontrar um envelope ganha um brinde (sugestão: chocolate) e após a atividade trazer um diálogo sobre esses objetivos. Os textos de cada envelope encontram-se no link:

## APÊNDICE C

<https://bityli.com/sbU7kt>



- ✓ Informações sobre como criar um Plano de Marketing Pessoal por meio da metodologia SWOT – Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) e após a explicação oferecer a realização da atividade SWOT onde todos os alunos deverão escrever conforme orientação (**Sugestão nos Slides de 07a 09**).



## APÊNDICE D

<https://bityli.com/CONRg>



### 2º Tempo – 50 minutos

- ✓ Uma breve discussão sobre as dificuldades de auto avaliação e a relação com o conteúdo científico que o fundamenta, buscando as razões pelas quais o conteúdo deve e precisa ser aprendido. Esta etapa é fundamental para que os estudantes percebam que o conhecimento que eles têm sobre o tema é superficial, dificultando a leitura crítica dos problemas e a tomarem decisões conscientes e adequadas para melhor solucioná-los.
- ✓ Buscar exemplos no cotidiano dos participantes; problematizar o conteúdo. Instigar e coordenar uma breve discussão.



- ✓ Atividade. O Apêndice D apresentado no link <https://bityli.com/CONRg> apresenta o plano de marketing pessoal que cada aluno fará de forma individual uma análise do seu perfil, apon-tando suas metas.

INTERVALO – 10'

### 3º Tempo – 50 minutos

- ✓ Conceitos iniciais de gestão financeira e viabilidade da em-presa (Slide 12);
- ✓ A importância e para que serve a gestão financeira, pois não é possível gerenciar nada que não se pode medir, frisando os riscos (**Sugestão no Slide 13**);

É comum as empresas correrem certos riscos, como:

- ✓ Endividamento.
- ✓ Vendas insuficientes.
- ✓ Perda do capital investido.
- ✓ Estimativa incorreta de investimento.
- ✓ Falta de capital e faturamento insuficiente.
- ✓ Quebrar (27% das empresas entram em falência no primeiro ano).



- ✓ Dar exemplo de empreendedores da vida real. Trocar experiências;
- ✓ Explicar que com a gestão financeira podemos incluir instru-mentos de gerenciamento, como por exemplo fluxo de caixa, controle de estoque, assuntos dos problemas em questão;



- ✓ Dentro da viabilidade já explicar as principais ferramentas da contabilidade para a gestão financeira (**Sugestão nos Slides de 14 a 18**).

✓ O **investimento fixo** deve ser previamente calculado e analisado, pois ele compõe os gastos iniciais do seu negócio. Suponhamos que você não tenha considerado uma reforma em seus cálculos. Isso significa que terá um retorno financeiro menor que o previsto ou não terá retorno algum.

✓ **Gastos fixos** mensais são aqueles que não variam de acordo com o volume de vendas.



✓ **Capital de giro inicial** é o valor necessário para que sua empresa possa sustentar as operações do dia a dia e funcionar nos primeiros meses sem depender das vendas para sobreviver.



✓ **Investimento Inicial** Serão considerados todos os seus investimentos no cálculo do prazo de retorno financeiro.

✓ **Metas de vendas e gastos variáveis** - Quanto maior a venda, maiores serão seus gastos variáveis, ou seja, a variação deles é diretamente proporcional ao volume de vendas. Sua previsão deve considerar todos esses gastos!



✓ **Ponto de equilíbrio** é o valor que sua empresa precisa vender para cobrir todos os seus gastos fixos mensais e variáveis, sem ter lucro nem prejuízo. Se sua empresa conseguir atingir ou superar o ponto de equilíbrio em determinado mês, significa que você teve lucro.

✓ **Demonstrativo de resultados** é um relatório que permite saber se a empresa apresentou lucro ou prejuízo.



✓ O **retorno do investimento** não vem do dia para a noite! Em geral, ele acontece pelo menos em médio Prazo.

## 4º Tempo – 50 minutos

- ✓ **Atividade. Desafio Torta na cara** (passa ou repassa). As questões serão realizadas conforme cada professor entender como adequadas, sendo sobre todo o conteúdo ou apenas uma tópico. Lembrando que o educador poderá trazer novas perguntas referentes ao tema proposto. Slides 20 a 25;

## 4.3 ATIVIDADES

### 4.3.1 Discussão em sala sobre marketing

A discussão em sala em torno das questões:

- a. Quem pode dar um exemplo de uma pessoa que é uma marca?
- b. E vocês, sabem como estas pessoas construíram sua imagem a ponto de se tornarem verdadeiras marcas?

Aplicação em sala de aula da atividade SWOT, onde cada aluno deverá informar em cada espaço destinado as suas características de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças conforme o Apêndice D - <https://bitly.com/CONRg>.

Também foi aplicada a atividade Torta na Cara, onde os alunos deverão responder corretamente à pergunta informada pelo educador referente ao tema proposto.

## 4.4 CONTEÚDO DA AULA

### 4.4.1. Marketing



O *Marketing* dentro de um empreendimento é uma função organizacional e um conjunto de processos que envolvem a criação, a comunicação e a entrega do valor da empresa para os clientes, como a administração do relacionamento com eles, de modo que beneficie a organização e seu público interessado. O marketing para o empreendedor pode ser construído quando a empresa determina seus principais aspectos de seu modelo de negócios.

Sempre sendo realista ao definir a missão principal do empreendimento, qual deve ser o público-alvo e quais são seus principais concorrentes. Fazendo uma análise própria e cuidadosa para definir seu lugar no mercado e estabelecer metas reais a serem alcançáveis. A particularidade do plano depende muito de uma estratégia específica que a empresa vai adotar.

É de extrema importância definir em qual caminho tomar e concentrar boa parte dos esforços nessa área. Um horizonte de marketing abrangente ajuda a empresa a manter o foco enquanto em paralelo também reconhece constantemente as estratégias adotadas.

Boa parte dos planos de marketing adotados para o empreendedor não cobrem períodos maiores que um ano devido às *startups* enfrentarem caminhos incertos, resultando que elas sejam flexíveis e abertas a mudanças de “última hora”. Os planos de marketing a serem seguidos pelo empreendedor são baseados em contribuições de todos os subsistemas dentro da empresa: produção, finanças e o pessoal.

Para obter o sucesso esperado os empreendimentos devem construir um serviço de forma coordenada a fim de usar seus poucos e limitados recursos da maneira mais eficiente possível. As decisões devem sempre levar em conta as circunstâncias e vivências do mundo real que o comércio enfrenta em seu dia a dia.

As diretrizes utilizadas para avaliar um ótimo plano de marketing devem refletir os objetivos centrais da empresa. Essas metas devem ser a maximização de lucros, acertando uma base de clientes mais ampla e afunilando posteriormente seu principal público alvo. Cada meta exigirá um horizonte a ser tomado dentro do marketing, deverá ser diferente e será avaliada em termos distintos sempre que possível.



O empreendimento em nascimento precisa definir metas quantitativas e sempre corrigir suas estratégias toda vez que for necessário. Caso esses passos não sejam realizados com todo cuidado possível o crescimento pode se tornar lento ou até mesmo não se concretizar.

De acordo com Rocha (2015, p. 06) o marketing é a habilidade que as organizações possuem de identificar um problema que faz os consumidores não comprarem produtos e sim soluções específicas de modo a transformar essas soluções em um produto que melhore a vida de seus consumidores.

#### **4.4.2 Finanças**



Finança empresarial é o estudo de decisões diretamente relacionadas ao dinheiro de um empreendimento. Diversos conceitos podem ser aplicados a todos os tipos de organização. Seja pública, privada, pequena, média, grande e até mesmo sem fins lucrativos.

Seu principal objetivo é a descoberta de como maximizar o valor bruto e líquido de sua empresa. Com as finanças em dia, a tomada de boas decisões sobre investimentos, financiamento e dividendos tendem a serem mais assertivas no desenvolver de como as empresas devem

alocar recursos escassos para minimizar as despesas e maximizar as receitas. Como elas devem adquirir esses recursos, sendo eles por meio de ações ou títulos, capital próprio ou empréstimos bancários, entre outras fontes, o que uma empresa deve realizar com seus lucros, quando deve realizar um novo investimento nela mesmo.

Sabendo o quanto o setor afeta a organização dos empreendimentos, a linha do tempo da história de finanças empresariais vem se sustentando de forma notável e consistente ao longo dos anos. Um de seus benefícios foi que muitos empreendimentos passaram um departamento exclusivo para esse setor de necessidades.

O principal objetivo do financeiro é maximizar o valor da empresa para seu empreendedor. E isso pode ser realizando a curto ou longo prazo. O principal trabalho é determinar a melhor maneira de fazer as duas opções.

O horizonte e a consequência desse departamento são deveras amplos. Resultado disso é que quase qualquer decisão que afeta a empresa é, em última instância, uma decisão financeira.

Todas as decisões a serem tomadas em seu empreendimento devem ser baseadas em suas finanças. Em primeiro lugar os líderes da empresa precisam definir os seus objetivos. O empreendedorismo é projetado para sempre ter **lucro** por meio da venda de seus produtos ou serviços.

Adquirir a combinação correta de capital inicial é uma das principais decisões financeiras a serem tomadas por um empreendedor.

Definir que tipo de financiamento combina às necessidades da empresa, qual a sua localidade no comércio para esse financiamento e a relação de cada opção de financiamento para cada necessidade do empreendedor, de forma que as finanças sejam utilizadas de forma mais inteligente, é extremamente crucial para o sucesso a curto e a longo prazo.

Logo em seguida o empreendedor deve decidir como investir. Não necessariamente como ele vai investir seus lucros, embora isso faça correlação da decisão de investimento. Também tem significado de como será tomada a decisão de investir seus recursos.



Ter a ciência de quais itens, quanto dos mesmos tem em seu empreendimento é papel dos responsáveis do controle do estoque. Esse subsistema ajuda a ter de forma clara o resumo sobre os materiais, evitando assim que eles venham a faltar, ou seja, adquiridos novamente.

A logística do fluxo de caixa é uma atividade que controla a entrada e a saída de todo o dinheiro. Ela sempre deve ser feita diariamente e todo valor deve e precisa ser contabilizado, sendo sempre importante descrever o tipo de movimentação e o destino daquele dinheiro.

Assim como é importante ter transparência nas movimentações financeiras da empresa, também é de extrema importância apurar as transações bancárias. Nessa rotina, deve-se anotar tudo relacionado às instituições financeiras, como capital de giro, investimentos, aplicações e financiamentos.

Compilando todo esse conhecimento e tendo a real noção do quão importante é o setor financeiro no seu empreendimento, **o valor final de seu comércio será totalmente um reflexo de quão bem e assertivas foram as tomadas de suas decisões em cada uma dessas áreas.**

De acordo com Leme, Rigo e Cherobim (2018, p.10) a administração financeira “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.

#### **4.4.3 Controle de Estoque**

Já diz o famoso ditado “estoque parado, dinheiro parado”. A falta de controle do estoque pode levar a empresa a sérios prejuízos. Além, é claro, de manter um bom valor de investimento estagnado.

Um estoque não pode ter muitos itens parados e, tampouco, itens em falta. No primeiro caso, a empresa terá prejuízos financeiros com peças paradas, no segundo, perderá vendas.



O importante é manter um equilíbrio, com produtos suficientes para suprir a demanda. É extremamente importante que o gestor saiba a quantidade exata dos itens de cada categoria que compõe o estoque, registrando corretamente as saídas e comparando-as com o registro de vendas.

#### **4.4.4 “Misturar” contas pessoais com as contas empresariais**

Esse é um erro clássico de muitas empresas. Por vezes, o próprio dono do negócio é quem controla as finanças da empresa e, por isso, torna-se o gestor. Com isso, acaba misturando as contas que ele e os outros membros da família fazem como pessoas físicas com as contas da empresa.

Misturar as contas pessoais com as contas da empresa é uma atitude que onera bastante o fluxo de caixa, comprometendo seriamente o funcionamento da organização. O ideal é estabelecer um pró-labore e respeitar os ganhos.

Quando o empreendedor tira dinheiro do caixa para pagar dívidas pessoais prejudica o capital de giro. Caso a empresa precise de dinheiro para suprir as necessidades do ciclo operacional terá que recorrer a empréstimos, o que também é outra falha.

#### **4.4.5 O fluxo de caixa**

Manter um fluxo de caixa atualizado e devidamente controlado é fundamental para evitar erros na gestão financeira de qualquer empresa. E isso deve ir muito além de simplesmente conferir o extrato do banco ou atualizar planilhas com gastos e lucros que já ocorreram.

O fluxo de caixa não é apenas uma ferramenta cuja aplicação se destina a verificar o que ocorreu no passado. Ele também atua como uma métrica que ajuda o empreendedor a planejar o futuro. Por meio do fluxo de caixa é possível saber os recursos que a empresa tem disponíveis, o quanto de receita foi gerado com as vendas e o montante que está sendo destinado às despesas da organização.



Além de fornecer informações sobre as entradas e saídas de dinheiro da empresa, um fluxo de caixa bem detalhado pode indicar importantes dados estratégicos. Entre eles, clientes que mantêm um bom histórico de pagamento ou fornecedores que recebem um volume significativo de dinheiro da sua empresa.

Essa ferramenta é essencial para o acompanhamento eficiente da rotina financeira empresarial, subsidiando o processo de tomada de decisão e o planejamento de investimentos.

#### 4.4.6 Plano Financeiro

Seguindo o estipulado em Sebrae (2014), nessa etapa a partir do *investimento total*, formado pelos investimentos fixos, pelo capital de giro e investimentos pré-operacionais, faz-se um planejamento financeiro que deve levar em conta:

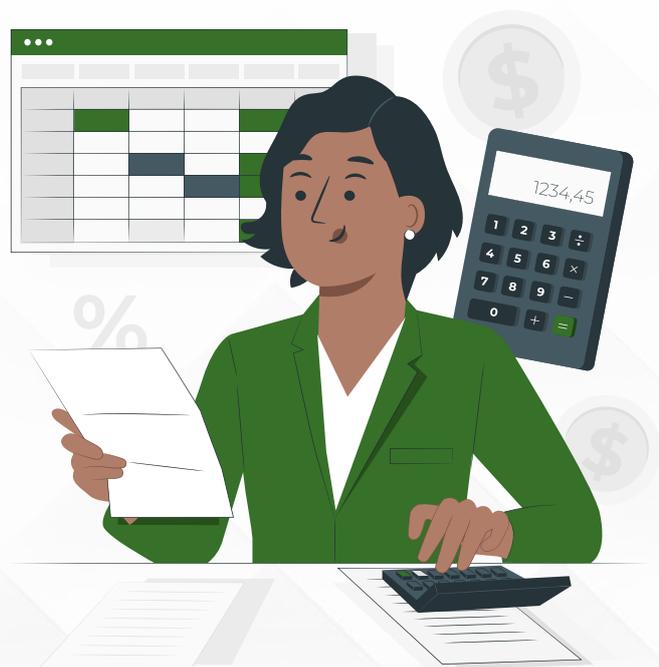


- a. **Estimativa de investimentos fixos:** que se traduz nos bens comprados para o funcionamento da empresa, assim considera-se equipamentos, máquinas, móveis, utensílios, ferramentas e outros, desde a quantidade até o valor unitário e total;
- b. **Capital de giro:** é o relacionado aos recursos para o funcionamento cotidiano da empresa, desde compra de matéria-prima até financiamento de vendas e pagamentos de despesas. Leva-se em conta:
- c. **Estimativa de estoque inicial:** quais são os materiais de estoque inicial para o funcionamento da empresa. Deve-se pensar em questões como: quais materiais e quantidades devem ser adquiridos para o funcionamento da empresa?
- d. **Caixa mínimo:** indicado pelo valor que a empresa precisa ter disponível para cobrir custos até os pagamentos dos clientes entrarem em caixa. Corresponde à reserva inicial de caixa;

- e. **Contas a receber:** indica o prazo médio de pagamento dos clientes. É feita uma média para indicar quantos dias entre a venda / prestação de serviço até o recebimento do pagamento;
- f. **Fornecedores:** diz respeito ao prazo médio de compras, por exemplo:

Partindo da premissa que 50% das compras são realizadas à vista e 50% em 30 dias, novamente devemos ponderar os prazos, multiplicando o percentual do volume de compras pelos prazos médios concedidos pelos diversos fornecedores (SEBRAE, 2014, p. 73).

- » **Necessidade média de estoque:** diz respeito ao prazo médio de permanência do estoque na empresa. Compreende desde a data do pedido feito ao fornecedor até o momento em que é adquirido pelo cliente. Quanto maior a permanência de estoque, maior a necessidade de capital de giro;
- » **Necessidade líquida de capital de giro em dias:** como indica o Sebrae (2014, p. 74), “compreende a diferença entre os recursos da empresa que se encontram fora do seu caixa (contas a receber + estoques) e os recursos de terceiros no caixa da empresa (fornecedores)”.



# AULA 05: ENCERRAMENTO

---

## 5.1 PLANO DE ENSINO

### AULA 05 - TEMA: ENCERRAMENTO

**Objetivo Geral:** Levantar o conhecimento desenvolvido pelo participante.

**Atividade:** Questionário Posterior. Discussão e Avaliação de Caso

**Duração:** 210 minutos (04 tempos de aula e 01 de intervalo)

**Número de alunos:** mínimo de 10 (previsão de cinco duplas).

**Avaliação:** formativa, ocorre durante todo o processo por meio da participação dos alunos nas atividades em sala, interação entre eles e realização das atividades.



## 5.2 DESENVOLVIMENTO DA AULA

### **1º e 2º Tempos – 100 minutos**

- ✓ Desenvolvimento do estudo de caso denominado “Vendinha”. Cada estudante receberá uma folha com as informações e espaço para que possa relatar o que mudaria agora com o conhecimento adquirido com as aulas.

INTERVALO – 10’

### **3º e 4º Tempos – 100 minutos**

- ✓ Aplicação do Questionário Posterior do Estudante. (Apêndice E)
- ✓ Encerramento das Atividades.

## 5.3 ATIVIDADES

### ***5.3.1 Avaliação de Caso – Vendinha***

A atividade final será a aplicação do caso inicial da “Vendinha”, onde eles poderão aplicar os conhecimentos adquiridos em todo o processo, aprimorando o caso inicial.



### Imagem 3: Vendinha – Proposta de Empresa



Fonte: Autores

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

#### 5.3.2 Questionário Posterior Estudante

A última atividade a ser elaborada em sala é a aplicação do Questionário Posterior do Estudante (Apêndice E - <https://bityli.com/8TVy63>) para que se possa realizar a evolução conceitual dos estudantes a partir dos conhecimentos adquiridos no curso.

#### APÊNDICE E

<https://bityli.com/8TVy63>



# REFERÊNCIAS

- AAKER, David A. **Administração Estratégia de mercado**. 7. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- ALMEIDA, A.F.. **Planejamento estratégico e pro atividade**: um estudo de caso em duas unidades regionais do Banco Central do Brasil. Revista de Administração Contemporânea - RAC, v. 4, n. 3, 2000.
- ANTONELLO, C. S. **Os novos horizontes da gestão**: Aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 12-33.
- ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. 12. Ed.São Paulo: Atlas, 2012.
- BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998
- CARVALHO, L. C. S.; DECOTELLI, C. A. **Matemática financeira aplicada**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2009.
- CAMÊLO, T. A. S. P.; FERKO, P. da S. Políticas e práticas utilizadas na gestão de pessoas no Sebrae-RR. In. **XXIII Congresso Nacional de Administração** “Administração no Brasil: uma agenda para o futuro”. Goiânia, 2018. Disponível em: <https://www.conad.adm.br/2018/artigosPublicados/12.pdf>. Acesso em 5 de outubro de 2022.
- COELHO, L.; PISONI, S. Vygotsky: sua teoria e a influência na educação. In. **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 22 de janeiro de 2022.
- CORAL, Eliza. **Modelo de Planejamento Estratégico para Sustentabilidade Empresarial**. Tese de Doutorado (Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 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.
- DEGEN, R. O empreendedor. São Paulo: Makron Books, 2005.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luíza**. São Paulo, 2008.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo, transformando idéias em negócios**. Ed. 03.
- DUTRA, J. S., **Gestão de pessoas: modelo, processos, tendências e perspectivas**, 2002.
- FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo Estratégico**. São Paulo: Cengage, 2008
- FARRIS, P. W. **Métricas de Marketing**. Campo Grande: Bookman, 2007.
- FITTIPALDI, C. B. A influência que as ideias marxistas exerceram sobre Vygotsky. In. **Revista da**



**Educação**, v. 1, n. 1, p. 74-78, 2006. Disponível em: <http://revistas.ung.br/index.php/educacao/article/view/20/9> . Acesso em 4 de fevereiro de 2022.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 12. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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 04 de março de 2022.

KMETEUK FILHO, O, **Fundamentos da matemática financeira**. 2.ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios do Marketing**. 9. Ed. São Paulo. Person Prentice Hall, 2003.

KOTLER, P. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Campus. 2013.

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.

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 16 de dezembro de 2022.

ROCHA, M. **Marketing estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2015.

MALTA, T. C.; MACHADO, M. C.; FISCHER, A. L. Gestão de Recursos Humanos em Micro e Pequenas Empresas: direcionamentos do Sebrae para estimular o desenvolvimento de políticas e práticas. In. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 14, n. 2, 2017. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/23793/000410345000009.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

MIRANDA, M. I. Conceitos centrais da teoria de Vygotsky e a prática pedagógica. In. **Ensino em Revista**, n. 13, v. 1, p. 7-28, 2004.

REY, F. **O pensamento de Vygotsky**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SEBRAE. **Cartilha “O quadro de modelo de negócios”: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios (Manual)**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2013.

SEBRAE. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Sebrae. 2013. Disponível em [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO\\_baixa.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf) . Acesso em 5 de outubro de 2022.

SEBRAE. Conheça as fontes de recursos para o seu negócio. In. **SEBRAE Respostas**. 2014. Disponível em: <https://respostas.sebrae.com.br/conheca-as-fontes-de-recursos-para-o-seu-negocio/> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

SEBRAE. Como saber qual o enquadramento tributário para minha empresa. In. **SEBRAE**. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-saber-qual-o-enquadramento-tributario-para-minha-empresa,2ae2ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

SEBRAE. Categorias de formalização de empresas. In. **SEBRAE**. 2020a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/categorias-de-formalizacao-de-empresas,4a0dca-91c761e610VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

SEBRAE. Conheça as fontes de financiamento e as principais linhas de crédito. In. **SEBRAE**. 2022.



Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-fontes-de-financiamento-e-as-principais-linhas-de-credito,7475a8ce76801510VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

SEBRAE. **Cartilha “O quadro de modelo de negócios”**: um caminho para criar, recriar e inovar em modelos de negócios. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2013.

SILVA, L. F. de A.; SCHEFFER, A. B. B. A Gestão de Pessoas nas Micro e Pequenas Empresas: comparando experiências. In. **Revista REGEPE**, v. 4, n. 2, 2015. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/159021/001023112.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em 5 de outubro de 2022.

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. **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-empreendedores> . Acesso em 21 de janeiro de 2022.

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 PPG Instituto Federal de Mato Grosso do Sul - IFMS, Campo Grande, 2021.



# APÊNDICE A

---

## QUESTIONÁRIO PRÉVIO DO ESTUDANTE

Prezado(a) Estudante,

Para a realização da vivência do Empreendedorismo na prática por meio salas temáticas é fundamental que você preencha o questionário abaixo, pois assim o professor pode ser mais assertivo nas dinâmicas que serão realizadas.

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, WhatsApp, Twitter e afins).

Outro(s). Quais? \_\_\_\_\_

### 4. Teste Perfil Empreendedor

4.1. Você já pensou o que vai fazer após a conclusão do Ensino Médio Integrado?

Não

Sim. O que pretende fazer? \_\_\_\_\_

4.2. Em sua visão o que é ser empreendedor?  
\_\_\_\_\_



4.3. Imagine que você tenha iniciado um projeto, logo se depara com uma série de obstáculos, como você se comportaria?

---

---

4.4. Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?

---

---

4.5. Como é para você assumir o papel de líder e tomar para si esta liderança?

---

---

4.6. Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?

---

---

4.7. 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?

---

---

4.8. Hoje você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? Detalhe sua resposta.

---

---

4.9. Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, DRE, fluxo de caixa etc.)? Nos conte o que aprendeu sobre:

---

---

4.10. Qual seu conhecimento de marketing ou finanças?

---

---



4.11. 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?

---

---

4.12. 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.

---

---

4.13. Você conhece indivíduos com talento? Nos conte isso desperta em você.

---

---

4.14. 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.

---

---

4.15. Sobre esse projeto/negócios, nos conte um pouco sobre ele.

---

---

4.16. 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 B

## “VOCÊ SABE SE RELACIONAR COM AS PESSOAS? ”

As relações humanas constituem a arte e a ciência de lidar com as pessoas de modo que a nossa autoestima e a autoestima dos outros permaneçam não apenas intactas, mas também tenham um ganho de qualidade no relacionamento. Faça o teste e saiba se você sabe relacionar-se com as pessoas. Responda como você age normalmente e não como você gostaria que fosse.

Pergunta	Sim	Não	Às vezes
1. Sou uma pessoa fácil de me relacionar com outros			
2. Eu genuinamente me interesso pelas pessoas e pelos seus problemas			
3. É normal eu ver defeitos nos meus colegas			
4. Ouço atentamente quando as pessoas falam comigo			
5. Tenho facilidade de conversar e trocar ideias com as pessoas			
6. Trato sempre de ver algo de bom nas pessoas, mesmo que eu não goste de alguém			
7. Dou sempre às outras pessoas o crédito pelo que fizeram			
8. Tenho o hábito de elogiar as pessoas por algo de bom que fizeram			
9. Às vezes piso no amor-próprio da outra pessoa			
10. Invariavelmente trato os outros do jeito que quero ser tratado			
11. Sempre trato as pessoas com educação e gentileza			
12. Mantenho a calma mesmo que alguém seja grosseiro comigo			
13. Mesmo que eu discorde de alguém, respeito o seu ponto de vista			
14. Digo o que penso de uma pessoa mesmo que isso possa ofendê-la			
15. Sou colaborativo e habitualmente ajudo meus colegas nos trabalhos			
16. As pessoas costumam me procurar quando estão em dificuldades			
17. Sou impaciente com as pessoas			
18. Contribuo ativamente para a tranquilidade e harmonia do meu time			



19.	Detesto boatos e fofocas e não os espalho			
20.	Mantenho sempre a conversa num clima positivo			
21.	Guardo mágoas por ofensas que recebi			
22.	Sou impulsivo e às vezes digo coisas das quais me arrependo			
23.	Se eu tiver que criticar ou chamar a atenção de alguém no trabalho, faço-o em particular, com respeito e educadamente, sem ofender ou humilhar			
24.	Sou normalmente bem-humorado			
25.	Aceito críticas sem me ofender			
<b>SOMA</b>				
<b>RESULTADO</b>				

## Contando os pontos:

Marque um ponto se respondeu SIM a cada uma destas afirmações	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 25
Marque um ponto se respondeu NÃO a cada uma destas afirmações	3, 9, 14, 17, 21, 22
Marque meio ponto (0,5) para cada resposta ÀS VEZES	-

Fonte: <https://administradores.com.br/artigos/descubra-se-voce-sabe-relacionar-se-com-pessoas-faca-o-teste>

## Entendendo os resultados

De 21 a 25 pontos	Ótimo. 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	Você vai bem. 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	Sua pontuação é média. 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	Você precisa melhorar sua habilidade de relacionamento interpessoal. 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: <https://administradores.com.br/artigos/descubra-se-voce-sabe-relacionar-se-com-pessoas-faca-o-teste>*



# APÊNDICE C

---

## OBJETIVOS DO MARKETING

### 1. Vender mais

Sim, esse é um dos principais objetivos do marketing para organizações que colocam produtos ou serviços no mercado. Portanto é papel do marketing preparar as estratégias para que elas atendam às necessidades dos clientes e aumentem as chances de sucesso das vendas.

### 2. Fidelizar clientes

Mas o papel do marketing não termina na venda. A empresa deve continuar próxima do cliente para que ele não esqueça a marca e volte a comprar outras vezes. Vale lembrar uma frase clássica: fidelizar clientes é muito mais barato que captar novos compradores.

### 3. Aumentar a visibilidade

Outro objetivo que o marketing ajuda a atingir é aumentar a visibilidade da marca e dos seus produtos. Porém, não adianta buscar visibilidade junto a um público que não tem nada a ver com a empresa. Para melhor aproveitar os investimentos em marketing as estratégias devem ser focadas nas pessoas certas: aquelas que têm mais chances de virarem clientes.



#### **4. Gerenciar uma marca**

Marketing tem tudo a ver com branding (que significa marca). A construção de uma marca acontece na mente dos consumidores e, para que eles absorvam a imagem da marca, ela precisa tornar os seus valores e propósitos palpáveis por meio das estratégias de marketing - em uma peça de publicidade e na definição do preço dos produtos, por exemplo.

#### **5. Construir boas relações**

Marketing também tem tudo a ver com relacionamento. Ao estreitar os laços com os seus públicos (não apenas clientes, mas também parceiros, colaboradores, etc.) uma empresa consegue fortalecer a sua marca. As vendas e a fidelização são uma consequência desse processo.

#### **6. Educar o mercado**

A produção de conteúdo está na base do marketing atualmente. Publicações em blogs, matérias de revistas e jornais, redes sociais e outros canais ajudam a criar autoridade para a marca, ao mesmo tempo que educam os consumidores sobre as soluções que a empresa oferece. A intenção não é vender diretamente o produto, mas mostrar como ele pode ser útil.

Fonte: Oficina de Comunicação e Marketing - Sebrae (2020)



# APÊNDICE D

## PLANO DE MARKETING PESSOAL

### Minha Análise SWOT



Fonte: Sebrae (2020)

### Perguntas orientadoras para ajudar a encontrar as FORÇAS:

- » Quais são as minhas maiores qualidades, dons e talentos?
- » Quais são os meus maiores diferenciais, aquilo que se destaca em mim?
- » O que eu tenho que me torna um ser humano único?



***Perguntas orientadoras para ajudar a encontrar as FRAQUEZAS:***

- » Quais são as atitudes que prejudicam o meu crescimento?
- » Como meus pensamentos e crenças autossabotam meu sucesso?
- » Quais ações me impendem de ser mais feliz, próspero(a) e realizado(a)?
- » O que faz com que eu me sinta desconfortável comigo mesmo(a)?

***Perguntas orientadoras para ajudar a encontrar as OPORTUNIDADES:***

- » Quais são as habilidades que me diferenciam das demais pessoas?
- » Posso uma mente empreendedora e aberta para novas possibilidades?
- » Quais são as principais oportunidades ao meu redor no momento?
- » Sou visionário(a), dedicado(a) ao meu crescimento e atento(a) ao mercado?

***Perguntas orientadoras para ajudar a encontrar as AMEAÇAS:***

- » Quais são as principais dificuldades em minha vida atual?
- » Quem e o que pode atrapalhar diretamente o meu sucesso pessoal?
- » Quais aspectos da minha personalidade podem afetar negativamente os meus resultados em curto, médio e longo prazo?

**Agora, responda preenchendo o gráfico:**



Forças	Fraquezas
Oportunidades	Ameaças

Plano de Marketing Pessoal	
• Qual área da sua vida deseja se focar?	
• Qual o seu objetivo?	
• Quais suas maiores habilidades?	
• Quais os seus pontos fortes?	
• E pontos fracos?	
• Que traço de personalidade te torna uma pessoa diferenciada?	
• Como quer ser reconhecido(a)?	

Com base no que aprendemos, o que pode ser feito para conquistar este objetivo? Relate abaixo.	
--	--



Vou fazer...	Porque...
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.
6.	6.
7.	7.
8.	8.
9.	9.
10.	10.
11.	11.
12.	12.
13.	13.

*Fonte: Oficina de Comunicação e Marketing - Sebrae (2020)*



# APÊNDICE E

---

## 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, WhatsApp, Twitter e afins).

Outro(s). Quais?

---

---

### 3. Teste Perfil Empreendedor

3.1. Você já pensou o que vai fazer após a conclusão do Ensino Médio\_Integrado?

- Não
- Sim. O que pretende fazer?

---

---

3.2. Em sua visão o que é ser empreendedor?

---

---

3.3. Imagine que você tenha iniciado um projeto e logo se depara com uma série de obstáculos. Como você se comportaria?

---

---

3.4. Quando você toma uma decisão sobre um assunto como você se comporta quando é desafiado?

---

---



3.5. Como é para você assumir o papel de líder e tomar para si esta liderança?

---

---

3.6. Como você apresenta seu projeto/negócio para as pessoas?

---

---

3.7. 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?

---

---

3.8. Hoje você se sente preparado para iniciar um projeto/negócio? Detalhe sua resposta.

---

---

3.9. Você conhece a mecânica e as formas de dirigir uma empresa (controles, balanços, DRE, fluxo de caixa, etc.)? Nos conte o que aprendeu sobre:

---

---

3.10. Qual seu conhecimento de marketing ou finanças?

---

---

3.11. 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?

---

---



3.12. Nessas análises que você fez já pensou quais seriam seus fornecedores e potenciais clientes? Nos conte um pouco sobre esse projeto/negócio.

---

---

3.13. Você conhece indivíduos com talento? Nos conte o que isso desperta em você.

---

---

3.14. 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.

---

---

3.15. Sobre esse projeto/negócios nos conte um pouco sobre ele.

---

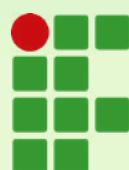
---

3.16. Para finalizar, nos conte o que mais lhe motivou a continuar os estudos de empreendedorismo após os conhecimentos adquiridos.

---

---





**INSTITUTO FEDERAL**  
Mato Grosso do Sul