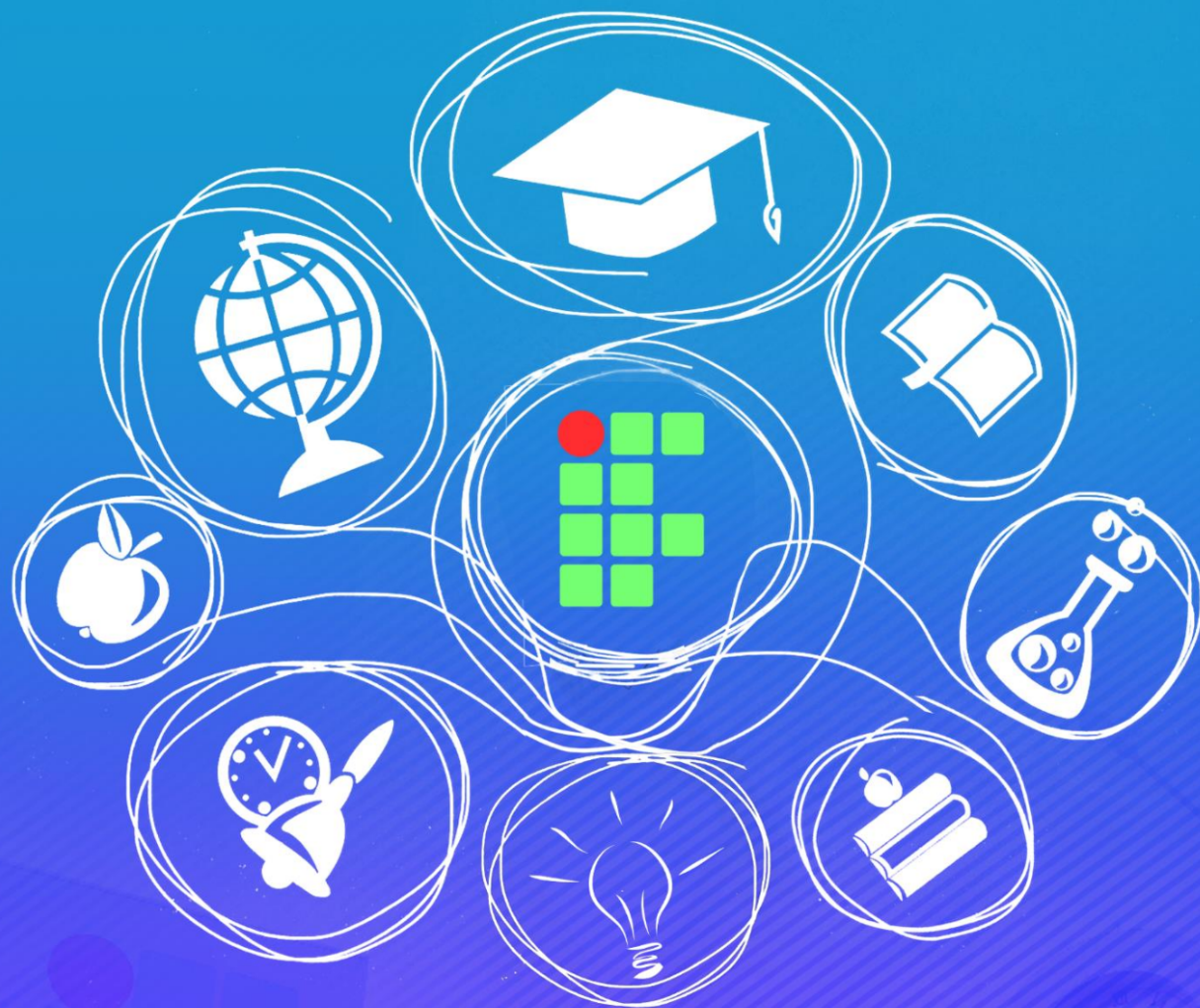




Educação empreendedora aplicada ao Ensino Médio

UMA PROPOSTA PARA IFCE CEDRO



INSTITUTO FEDERAL
Ceará



PROFNIT



forttec

Apresentação

Este Material Didático faz parte do Trabalho de Conclusão do Curso de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT). Trata-se de uma abordagem acerca de uma metodologia proposta para ser utilizada na Educação Empreendedora, com um método que associe o conhecimento teórico com a prática empreendedora.

Nessa perspectiva, este produto foi desenvolvido com base nos referenciais teóricos da educação progressista e democrática de John Dewey, na educação libertadora e conscientizadora de Paulo Freire, essenciais para a compreensão da pedagogia contemporânea do aprender fazendo, como também os conhecimentos relacionados ao empreendedorismo que foram disseminados por Schumpeter.

Além disso, a Educação Empreendedora se diferencia por sua metodologia que contextualiza e estimula a autonomia do aluno, o desenvolvimento de sua capacidade crítica e incentiva a aprendizagem prática, aprimorando o seu potencial criativo e inovativo.

Assim, o professor poderá atuar como um facilitador do processo de aprendizagem, fomentando conhecimentos e experiências geradoras de soluções tecnológicas para as demandas sociais e econômicas.

Autores



CURRÍCULO LATTES



**Esp.
Tacialene Alves de Oliveira**

Mestranda do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT).



CURRÍCULO LATTES



**Orientadora:
Dra. Maria do Socorro de Assis Braun**

Docente do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT).



CURRÍCULO LATTES



**Coorientadora:
Dra. Joélia Marques de Carvalho**

Docente do Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação (PROFNIT).

Sumário

1. A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	5
2. PROPOSTA PARA O ENSINO DO EMPREENDEDORISMO RELACIONANDO TEORIA À PRÁTICA	5
3. TEMA: EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR	5
3.1 Atividade 1 - Compreender os conceitos sobre empreendedorismo	6
3.1.1 Exercício	6
3.1.1.1 Empreendedorismo: conceitos e características	6
3.1.1.2 Características do comportamento empreendedor	6
3.1.1.3 Atividade 2 – Descubra suas principais características de comportamento empreendedor	6
3.1.1.4 Autoavaliação de seu perfil empreendedor	7
4. TEMA: APRENDER A EMPREENDER COM A PRÁTICA	9
4.1 Atividade 3 – Análise do ambiente de negócios	9
4.2 Ambiente de negócios	9
4.3 Atividade 4 – <i>Brainstorming</i> (Tempestade de ideias)	10
4.4 Atividade 5 – <i>Design Thinking</i> (Maratonas de ideias)	11
4.5 Atividade 6 – <i>Hackathon</i> (Competição/maratona em equipes)	12
4.6 Atividade 7 – O <i>Business Model Canvas</i> , mais conhecido como <i>Canvas</i>	13
4.6.1 Etapas para construção do <i>Canvas</i>	14
4.6.1.1 Formato do <i>Canvas</i>	15
4.7 Atividade 8 – Desenvolver <i>Startup</i>	15
4.8 Atividade 9 – Plano de Negócios	17
5. REFERÊNCIAS	19



1 - A Educação empreendedora

A educação empreendedora, de acordo com Dornelas (2016) é evidenciada por meio do protagonismo do aluno, por intermédio da dedicação, esforço e compromisso assumidos durante o processo de desenvolvimento e criação de soluções, aproveitando oportunidades existentes, com potencial para criação de negócios inovadores e geração de valor para a sociedade.

Assim, a educação empreendedora vai se construindo à medida que seu aprendizado vai se consolidando, entre práticas e teorias, experiências e compartilhamento de saberes, evidenciando-se em atitudes empreendedoras, que são essenciais ao empreendedor. Esse aprendizado é um processo de ressignificação dos conhecimentos vivenciados, com as experiências efetivadas no contexto escolar, determinantes para uma aprendizagem relevante e autônoma para os estudantes (BNCC, 2017).

Dessa forma, de acordo com Dolabela e Filion (2013), a educação empreendedora gera motivação e influencia na criação de negócios. Além de representar uma oportunidade para o ensino de empreendedorismo, pois permite o desenvolvimento do capital intelectual e seu potencial empreendedor, possibilitando também a geração de uma cultura empreendedora.

Portanto, a cultura empreendedora torna-se indispensável, pois nela reside a natureza do empreendedorismo, que se apresenta de diversas formas. Trata-se de criar um ambiente para o estímulo à inovação, procura, escolha e identificação de oportunidades, para a gênese de um negócio inovador, que atenda às necessidades do mercado (DRUCKER, 2017).



2 - Proposta para o ensino do empreendedorismo relacionando teoria e a prática

A aplicação do empreendedorismo na sala de aula estimula o pensamento inovador e prático e, ainda, desenvolve nos alunos o pensamento crítico e criativo. Sendo assim, a educação tem papel fundamental no desenvolvimento do ser humano, em todas as suas etapas, contribuindo diretamente em sua formação, refletindo nas suas ações e posicionamentos, capacitando e estimulando competências.



3 - Tema: Empreendedorismo: conceitos e características do comportamento empreendedor

3.1 Atividade 1 - Compreender os conceitos sobre empreendedorismo

Objetivo: Identificar os conhecimentos preliminares dos discentes sobre empreendedorismo, para compreender em a dinâmica de criação de negócios.

Docente: aplique uma atividade sobre os conceitos de empreendedorismo. Após a apresentação verbal das respostas dos alunos, exponha os conceitos para discutir sobre o assunto.

Proposta:

1. Preparar perguntas básicas sobre empreendedorismo;
2. Preparar slides com os conceitos sobre empreendedorismo e características do comportamento empreendedor;
3. Apresentar as perguntas aos alunos e iniciar a sondagem dos conhecimentos sobre empreendedorismo;
4. Dividir a sala em equipes de 2 a 3 membros;
5. Solicitar aos alunos que pesquisem na internet e respondam às perguntas apresentadas;
6. Solicitar aos alunos que apresentem suas respostas, como forma de compartilhar saberes.
7. Apresentar os slides com os conceitos e debatê-los com os alunos.

Duração: 4h

3.1.1 Exercício

Façam uma pesquisa na internet e respondam às seguintes questões:

1. O que é empreendedorismo?
2. O que significa ser empreendedor?
3. Quais as características de uma pessoa empreendedora?
4. Qual autor vocês pesquisaram?
5. Conhece alguém que seja empreendedor? Sim () Não ()
Em caso afirmativo, quais características você identificou nesse empreendedor?
6. Com base nas pesquisas realizadas descrevam qual conceito sobre empreendedorismo chamou sua atenção? Por quê?



Fonte: UNINABUCO (2018)

3.1.1.1 Empreendedorismo: conceitos e características

O empreendedorismo está relacionado à inovação, e 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 materiais (SCHUMPETER, 1976).

O empreendedorismo é a relação de pessoas e procedimentos que em reunião, movem e convertem ideias em oportunidades. A condução ideal dessas oportunidades conduz a geração de um empreendimento de sucesso (DORNELAS, 2008).

A inovação e o empreendedorismo são impulsos para o desenvolvimento, assim possibilitam a geração de novos produtos, serviços, mercados e valores. A percepção e o aproveitamento das oportunidades conduzem o empreendimento ao sucesso (DRUCKER, 2017).

3.1.1.2 Características do comportamento empreendedor

Empreendedores têm imaginação dinâmica e usam sua criatividade para idealizar seus negócios. São agentes de mudanças, criam coisas novas e diferenciadas (FILION, 1999).

Identificar uma oportunidade, requer do empreendedor elevado nível de consciência do lugar em que vive, e esse progresso pede um estudo contínuo sobre os acontecimentos no seu local. Não existe apenas uma forma ou um modelo de ser empreendedor, mas há características que são comuns entre eles (DORNELAS, 2020).

O empreendedorismo é como um comportamento, podendo ser visto como uma arte que pode ser aprendida, assim, a atitude empreendedora resulta em conhecimentos sobre gestão, uso de tecnologias e mercado (DRUCKER, 2017; FILION; BOURION, 2008, 2012).

Características comuns aos empreendedores, de acordo com Dornelas (2020):

Grupo de características relacionadas à realização: • Busca de oportunidades e iniciativa; • Correr riscos calculados; • Exigir qualidade e eficiência; • Persistência; • Comprometimento.	Grupo de características relacionadas ao planejamento: • Busca de informações; • Estabelecimento de metas; • Planejamento e monitoramento sistemático.	Grupo de características relacionadas ao poder: • Persuasão e rede de contatos; • Independência e autoconfiança.
--	--	--

Fonte: DORNELAS (2020, p. 30).

3.1.1.3 Atividade 2 - Descubra suas principais características de comportamento empreendedor

Objetivo: Compreender como desenvolver as características do comportamento empreendedor para obter sucesso em um empreendimento.

Docente: Apresente aos alunos as características do comportamento empreendedor, a seguir aplique a autoavaliação para compreensão e análise das características empreendedoras. Em seguida incentive os alunos a elaborarem sua SWOT individual para

identificação dos seus pontos fortes e fracos. Finalize a atividade com definição de estratégias e metas quantificáveis para desenvolver habilidades empreendedoras.

Proposta:

1. Preparar perguntas básicas sobre características empreendedoras;
2. Preparar slides com características comuns ao comportamento empreendedor, conforme Dornelas (2020);
3. Preparar a impressão ou disponibilizar de forma digital a autoavaliação do perfil empreendedor para que os alunos respondam individualmente;
4. Apresentar a autoavaliação e esclarecer possíveis dúvidas antes dos alunos iniciarem;
5. Solicitar aos alunos que socializem o resultado da análise de desempenho, compartilhando também os pontos fortes e fracos, aproveitar esse momento para enriquecer a discussão contando com a participação dos discente nas observações;
6. Aproveite o momento de socialização de respostas para expor mais informações sobre as características empreendedoras, segundo Dornelas (2020).

Duração: 2h



3.1.1.4 AUTOAVALIAÇÃO DE SEU PERFIL EMPREENDEDOR

Faça sua autoavaliação em relação ao AMBIENTE, suas ATITUDES e EXPERIÊNCIAS, realizando as atividades a seguir:

1. Atribua à sua pessoa uma nota de 1 a 5 para cada uma das características a seguir e escreva a nota na última coluna.
2. Some as notas obtidas para todas as características.
3. Analise seu resultado global com base nas explicações ao final.

CARACTERÍSTICAS	EXCELENTE 5	BOM 4	REGULAR 3	FRACO 2	INSUFICIENTE 1	NOTA
Comprometimento e determinação						
1. É proativo na tomada de decisão						
2. É tenaz e obstinado						
3. Tem disciplina e dedicação						
4. É persistente ao resolver problemas						
5. É disposto ao sacrifício para atingir						
6. É capaz de imersão total nas atividades que desenvolve						
Obsessão pelas oportunidades						
7. Procura ter conhecimento profundo das necessidades dos clientes						
8. É dirigido pelo mercado						
9. É obcecado por criar valor e satisfazer os clientes						
Tolerância ao risco, ambiguidade e incertezas						
10. Corre riscos calculados (analisa tudo antes de agir)						
11. Procura minimizar os riscos						
12. Tolerar as incertezas e falta de estrutura						
13. Tolerar o estresse e conflitos						
14. É hábil em resolver problemas e integrar soluções						
Criatividade, autoconfiança e habilidade de adaptação						
15. Não é convencional, tem cabeça aberta, pensa						
16. Não se conforma com o status quo						

16. Não se conforma com o status quo						
17. É hábil em se adaptar a novas situações						
18. Não tem medo de falhar						
19. É hábil em definir conceitos e detalhar ideias						
Motivação e superação						
20. É orientado para metas e resultados						
21. É dirigido pela necessidade de crescer e atingir melhores resultados						
22. Não se preocupa com status e poder						
23. Tem autoconfiança						
24. É ciente de suas fraquezas e forças						
25. Tem senso de humor e procura estar animado						
Liderança						
26. Tem iniciativa						
27. Tem poder de autocontrole						
28. Transmite integridade e confiabilidade						
29. É paciente e sabe ouvir						
30. Sabe construir times e trabalhar						
TOTAL						



Analise seu desempenho:

120 a 150 pontos: Você provavelmente já é um empreendedor, possui as características comuns aos empreendedores e tem tudo para se diferenciar no mundo dos negócios.

90 a 119 pontos: Você possui muitas características empreendedoras e às vezes se comporta como um, porém você pode melhorar ainda mais, se equilibrar os pontos ainda fracos com os pontos já fortes.

60 a 89 pontos: Você ainda não é muito empreendedor e provavelmente se comporta, na maior parte do tempo, como um administrador e não como um "fazedor". Para se diferenciar e começar a praticar atitudes empreendedoras procure analisar os seus principais pontos fracos e definir estratégias pessoais para eliminá-los.

Menos de 59 pontos: Você não é empreendedor e, se continuar a agir como age, dificilmente será um. Isto não significa que você não tem qualidades, apenas que prefere seguir a ser seguido. Se você pretende ter um negócio próprio, reavalie sua carreira e seus objetivos pessoais.

Após descobrir suas características empreendedoras, Dornelas (2020) recomenda descrever seus principais pontos fortes e fracos. Em seguida, trace estratégias para desenvolver seu comportamento empreendedor.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
ESTRATÉGIAS PARA MELHORIA DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR (COM BASE NOS SEUS RESULTADOS, DESCREVA QUAIS ATITUDES IRÁ REALIZAR PARA DESENVOLVER AINDA MAIS SUAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS. NÃO ESQUEÇA DE COLOCAR UM PRAZO PARA ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS)	
CARACTERÍSTICAS QUE PRETENDE DESENVOLVER	PRAZO PARA ALCANÇAR
ESTRATÉGIAS	



Docente: Apresente o ambiente de negócios aos alunos, informe que eles trabalharão com problemas reais da região.

Proposta:

1. Preparar slides com as definições sobre ambiente de negócios;
2. Apresentar o que é um ambiente de negócios, podendo utilizar-se dessas definições ou de outros autores para aprofundar a explicação sobre o tema;
3. Elaborar slides para apresentar de forma detalhada tudo que compõe o ambiente de negócios interno (talentos humanos, recursos tecnológicos, de infraestrutura e financeiros da empresa, seus valores e objetivos) e externo (clientes, concorrentes, inovações tecnológicas, leis e normas, fatores culturais, políticos e geográficos);
4. Após a apresentação, elaborar perguntas básicas para observar se os discentes compreenderam o que compõe o ambiente de negócios e quais as implicações dele no empreendimento.

Perguntas para os alunos:

- Qual a importância do ambiente de negócio para a empresa?
- O ambiente de negócio é definitivo ou pode sofrer variações?
- Conhecer o ambiente de negócio gera vantagens competitivas?
- Caso vocês decidam iniciar um empreendimento hoje, cite quais seriam seus ambientes de negócios externos e internos.

5. Agora analise junto a turma todas as respostas.

Duração: 2h

4.2 Ambiente de Negócios

O ambiente de negócios compreende fatores externos que podem impactar o propósito da empresa, por esse motivo, conhecer o macro e o microambiente no qual seu empreendimento está inserido ajuda na tomada de decisão e no planejamento (BARONI, 2019).



Fonte: REVISTA FERRAMENTAL (2023)

O ambiente de negócios está associado ao ciclo de vida das empresas, incluindo forma de governo, procedimentos burocráticos, níveis de investimento em políticas econômicas, fatores sociais, produtividade do trabalho e todas as circunstâncias do país e da região refletem a qualidade do ambiente de negócios (CAVALCANTE, 2015).

4.3 Atividade 4 - BRAINSTORMING (tempestade de ideias)

O *brainstorming* é um instrumento relacionado à criatividade e aplicado na busca por soluções para um determinado problema. A ferramenta foi desenvolvida em 1939, por Alex Osborn, o qual identifica o termo brainstorm como o ato de “usar o cérebro para tumultuar um problema” (OSBORN, 1987, p.73).

Objetivo: Agregar o maior número de ideias, sem julgamento de certo ou errado.

Docente: Apresente o *brainstorming*, uma técnica de ideação utilizada para reunir ideias visando solucionar um problema.

Proposta:

1. Para dar início ao processo criativo dos alunos, apresente o brainstorming (tempestade de ideias), de forma dinâmica;
2. Elaborar slides para compreensão do brainstorming;
3. Estimular o pensamento livre e criativo de muitas ideias, sem restrições nem julgamentos;
4. Aplicar o exercício com brainstorming, apresentando um problema para que se inicie a “tempestade de ideias”;
5. Propor a **Tempestade de uso criativo**, esse exercício estimula a criatividade dos alunos e os convida a pensar fora da caixa.
6. Começar apresentando aos alunos um objeto do dia-a-dia, (um lápis, um clipe, uma garrafa, um copo, chapéu...).
7. Em seguida, dá um tempo de 5(cinco) minutos para que os alunos escrevam tantos usos criativos para o objeto proposto, quanto a sua imaginação permitir.
8. Após esse período, cada equipe apresenta suas ideias em cartaz, quadro branco ou qualquer outra forma que acharem mais conveniente para o debate.
9. Das propostas apresentadas, escolhem de 3 (três) a 5 (cinco) melhores e mais criativas por equipe. Em seguida, abre um debate para escolher a mais inovadora e criativa de cada equipe.
10. Finalizar explicando que é desse modo que devem analisar um problema real da comunidade e/ou região para criar ideias de negócios inovadores.



Sugestão de vídeo
sobre Brainstorming

Duração: 1h

Dica: Quanto mais tradicional for a utilização do objeto, e seu uso tiver uma função restrita, mais criativas serão as ideias.



Fonte: Shutterstock (2022)

O método de *brainstorming* é aplicado com o objetivo de criar a maior quantidade de ideias possíveis a respeito de determinado tema. Assim, os integrantes das equipes, com seus conhecimentos e experiências diversas, têm suas ideias relacionadas aos demais participantes, formando um processo enriquecedor e criativo. Nessa técnica, todas as ideias são registradas, a fim de que possam evoluir e chegar na solução precisa (MAZZOTTI; BROEGA; GOMES, 2012).

O *brainstorming* contribui na construção da habilidade de criação de ideias, prospecção de oportunidades, identificando-as como oportunidades empreendedoras. No incentivo ao raciocínio intuitivo para geração de novas combinações de serviços ou produtos, transformando-as em inovações. (ROCHA; FREITAS (2014)

4.4 Atividade 5 - Design Thinking (maratona de ideias)

Objetivo: analisar um problema para propor soluções por meio de um negócio ou uma resposta inovadora, exercitando o trabalho em equipe e a negociação.

Docente: apresente o *Design Thinking* que é uma metodologia usada na busca de solução de problemas. Na Educação é conhecida como aprendizagem investigativa, trabalhando de forma colaborativa e desenvolvendo a empatia.

Proposta:

1. Elaborar slides para explicar cada passo do desenvolvimento do *Design Thinking*.
2. Dividir a sala em equipes de 2 a 3 integrantes. Importante que seja a mesma equipe em todo processo, pois facilita o entrosamento e integração dos membros, além da orientação e acompanhamento por parte do docente.
3. Mostrar que as ideias podem ser melhoradas durante o processo de desenvolvimento do *Design Thinking*, e irão se adequando às soluções desejadas.
4. Iniciar o *Design Thinking* seguindo os passos.

Duração: 6h

O *Design Thinking* abrange o processo de criação de ideias em turmas multidisciplinares, contendo como essência a resolução de problemas, desse modo, a finalidade do design transcende a apresentação dos resultados, sendo utilizado na geração de soluções, onde incorpora as particularidades técnicas do negócio (BONINI; SPRAGIA, 2011).

O *Design Thinking* contribui na promoção de formas variadas de inovação, com utilização de ferramentas práticas e criativas e foco na necessidade do cliente (MACEDO; MIGUEL; FILHO, 2015).

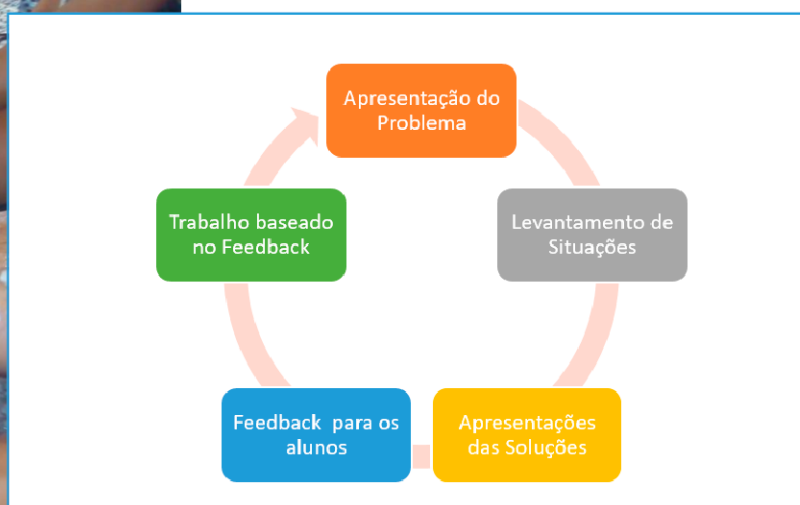


Fonte: Nova Escola (2022)

Agora é sua vez de colocar a mão na massa!



Fonte: Acrilexevc (2022).



Fonte: adaptado Nova Escola (2023)

O Design Thinking deverá ser desenvolvido pelos alunos, seguindo as orientações:

- 1º Passo** – Compreender o problema e avaliar quem está envolvido no problema (região, população, clientes), o que gostam e o que necessitam;
- 2º Passo** – Definir qual problema será resolvido, avaliando as necessidades que estão envolvidas para a solução;
- 3º Passo** – Expor o problema e deixar que as ideias dos alunos fluam livremente, sem restrição;
- 4º Passo** – Escolher algumas ideias e analisar a viabilidade para solucionar o problema;
- 5º Passo** – Solicitar que os alunos apresentem as ideias que criaram para resolver o problema;
- 6º Passo** – Dar um *feedback* aos alunos sobre as ideias apresentadas.



1º passo - Problemas reais da região

Considerando algumas das demandas da Plataforma Ceará 2050 para a Região Centro Sul/Vale do Salgado, e tendo em vista a possibilidade de gerar um produto que desencadeia soluções tecnológicas com potencial para Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação, observa-se alguns problemas identificados para a região, para análise e compreensão:

- ✓ Incentivar a criação de laboratórios de *startups* para valorização do potencial local nas escolas de ensino médio;
- ✓ A rede de escolas criativas deve ser implantada nas escolas de ensino regular, oportunizando o maior número de jovens (futuro do Ceará e do país) e despertando-os, desde cedo, a ter ideias criativas e inovadoras;
- ✓ Criar centro de ciência e tecnologia na URCA-Iguatu;
- ✓ Integração entre os níveis de ensino com programas que fomentem o crescimento da ciência, a ampliação e difusão das ações da academia nas áreas de empreendedorismo, inovação e educação financeira;
- ✓ Ampliar o investimento tecnológico com intuito de que a população regional possa ofertar os produtos e serviços demandados pelas tecnologias;
- ✓ Criar nas universidades estaduais Centros de Inovação, escolas de negócios e ampliar a rede de atividades de extensão nos núcleos que ajudem a criar uma rede de empreendedorismo local, valorizando as especificidades locais;
- ✓ Elaboração de projetos educacionais de ciência e tecnologia com diagnósticos que contemplem a individualidade e especificidade local para projetos estilo *bottom up*.

2º passo: Após a compreensão dos problemas, a equipe, com 2 a 3 integrantes, vai definir para qual problema ela vai propor soluções;

3º passo: A equipe irá preparar as sugestões para a solução do problema;

4º passo: A equipe deve apresentar aos colegas (pode usar slides), as sugestões, e a turma ajudará a escolher a ideia mais viável para solucionar o problema, de forma interativa;

5º passo: Após as apresentações e *feedbacks*, as ideias serão utilizadas nas demais atividades, com outras ferramentas.

4.5 Atividade 6 - Hackathon (Competição/maratona em equipes)

Objetivo: Treinar comunicação, negociação e trabalho coletivo durante a competição para encontrar soluções inovadoras, oportunizando a troca de experiências de forma diversificada entre as equipes.

Docente: Apresente a proposta do Hackathon por meio de slides e explique como será desenvolvido. O Hackathon, permite trabalhar habilidades de comunicação e interação entre os integrantes da equipe, características necessárias para se exercitar a flexibilização, argumentação e posturas profissionais. Utilizar problemas que foram identificados na região e constam na Plataforma Ceará 2050 para desenvolver soluções reais.

Proposta:

1. Elaborar slides para explicar cada passo do desenvolvimento do Hackathon;
2. Dividir a sala em equipes de 2 a 3 integrantes;
3. Após a formação das equipes, apresente também um cronograma para competição, incluindo também recompensa ou premiação, como forma de motivação para os alunos;
4. Durante o Hackathon, estabeleça um ambiente envolvente e divertido, faça a mediação do trabalho das equipes, incluindo material e suporte necessário para o processo de criação;

5. Problema definido, iniciará a competição por soluções inovadoras;

6. Ao final, as equipes farão as apresentações dos resultados. É importante que todos sejam reconhecidos, como forma de mantê-los motivados.

Duração: 8h (podendo ser realizado em duas manhãs, tardes ou noites, ou em um dia)



Fonte: LinkedIn (2022).

A utilização do *Hackathon* como método de aprendizagem, proporciona a interdisciplinaridade por meio de propostas e desafios, oportunizando a elaboração de soluções de forma coletiva. Dessa maneira, permite a utilização de um método de estudo direcionado para a construção dos conhecimentos, fortalecendo a atividade dos alunos e a ação do professor, como um facilitador do processo (GESSI et al. 2021).

O *Hackathon*, apresenta características de agregar grupos diversos, com visões distintas para conseguir soluções em relação ao objetivo proposto, considerando cada contexto (PORRAS et al., 2018).

O *Hackathon* pode atender aos mais variados objetivos, como apresentar soluções para empresas e para a sociedade, identificar perfil para novos funcionários, promover a integração de setores sociais com diversidade e inclusão (SANTOS, 2020).

4.6 Atividade 7 – O Business Model Canvas, mais conhecido como Canvas

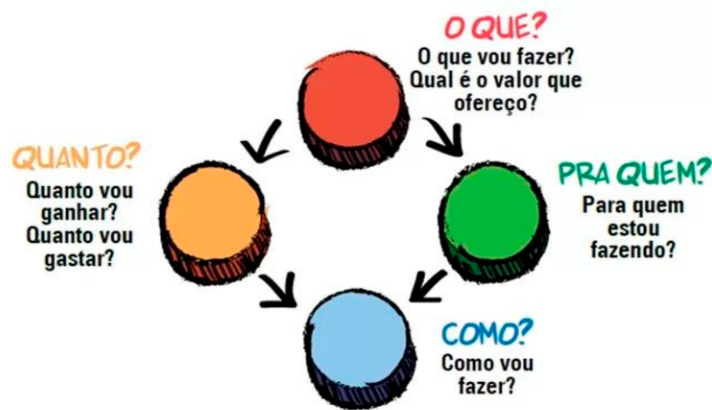
Objetivo: Compreender o modelo de negócio de forma ampla e contribuir na criação, facilitada pela exposição dos blocos, na qual promovem a geração de ideias. Por ser uma ferramenta visual, flexível e de fácil entendimento, proporciona aos alunos exercitar estratégias de competitividade, criatividade e comunicação.

Docente: Apresente o *Canvas* aos alunos, trata-se de um mapa visual pré-formatado contendo nove blocos, uma ferramenta de planejamento que permite desenvolver e apresentar modelos de negócio novos ou existentes.

Proposta:

1. Elaborar slides para explicar cada passo da criação do *Canvas*;
2. O *Canvas* é composto por nove blocos e agrupados em quatro tópicos que precisam ser compreendidos, assim os alunos precisam entender;
3. O que vou fazer? Essa resposta será a sua Proposta de Valor;
4. Para quem vou fazer? Aqui, estão incluídos três blocos: segmento de cliente; canais e relacionamento com clientes;
5. Como vou fazer? Descubra quais são as atividades, os parceiros principais e os recursos disponíveis;
6. Quanto? Analise quais serão as receitas e como serão obtidas, e como será a estrutura de custos para viabilizar o negócio;
7. Utilize a etapa para construção do *Canvas*, com as explicações para cada um dos 9 blocos;
8. Utilize a elaboração do *Canvas* como atividade de casa. Na aula seguinte, peça para os alunos compartilharem o seu *Canvas*, para ajudar na compreensão e visualização das soluções dos negócios que foram propostos;
9. Realizar em equipe de 2 a 3 integrantes.

Duração: 4h



Fonte: Adaptado SEBRAE (2023).

No *Canvas* utilize um formato simples para definir uma empresa, em uma página com nove blocos permite ter uma visão da organização como um todo, facilitando a interação entre os profissionais que integram a construção deste modelo de negócios, além de todos os interessados em conhecer a empresa (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

Por tratar-se da representação de todos os elementos do negócio juntos, contribuem na geração e manutenção da cadeia de valor entre a empresa e o mercado, verifica-se ainda que ele tem uma grande utilização, principalmente em empresas de tecnologia como as *startups*, no entanto, esse método pode ser usado para todos os tipos de empresa (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

4.6.1 Etapas para construção do *Canvas*

1 – PROPOSTA DE VALOR Qual valor sua empresa vai ofertar para o mercado? Você precisa refletir sobre o que está ofertando, observar as necessidades dos clientes e o ganho dos clientes com o que você pretende oferecer. Assim, você definirá o valor do produto ou serviço para seus clientes.	2 – SEGMENTO DE CLIENTES Quais segmentos de clientes serão foco da sua empresa. Para quais clientes sua empresa pretende atender, se há um perfil específico, uma necessidade comum, se estão agrupados.	3 – OS CANAIS Como os clientes compram e recebem seus produtos e serviços Por quais canais você fará a entrega dos produtos ou serviços.
4 – RELACIONAMENTO COM CLIENTES Como a sua empresa se relaciona com cada segmento de cliente. Como conquistar e manter uma boa relação com os cliente, ampliar vendas e fidelizar a clientela.	5 – ATIVIDADE-CHAVE Quais são as atividades essenciais para que seja possível entregar a proposta de valor. Que ações são necessárias para realização da proposta de valor.	6 – RECURSOS PRINCIPAIS São os recursos necessários para realizar as atividades-chave. Aqui você fará um levantamento de tudo que vai gastar para realização da proposta de valor.
7 – PARCERIAS PRINCIPAIS Determina quais parceiros sua empresa conta para entregar a proposta de valor. Exemplo: fornecedores, terceirizados e prestadores de serviço.	8 – FONTES DE RECEITA São formas de obter receita por meio de propostas de valor. Quais produtos ou serviços que irão gerar receita.	9 – ESTRUTURA DE CUSTOS São os custos importantes necessários para que a estrutura proposta possa funcionar. Todos os custos envolvidos para o funcionamento do negócio.

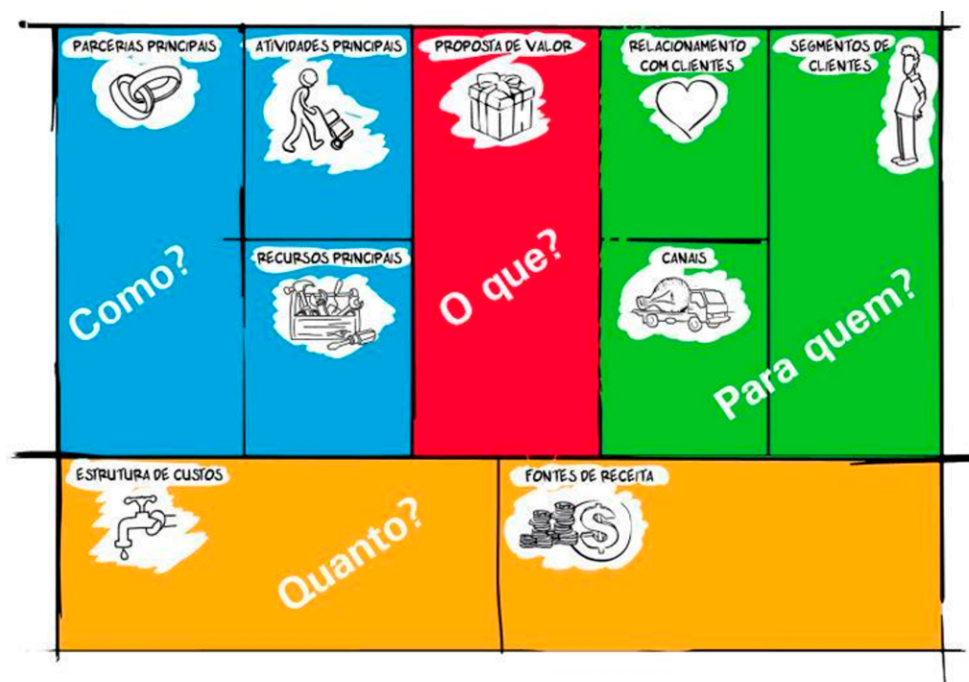
Fonte: Adaptado SEBRAE, 2023.

Agora é sua vez de praticar!
Elabore o CANVAS com a solução proposta para o problema escolhido.



Fonte: IFCE Cedro (2019).

4.6.1.1 Formato do Canvas



Fonte: SEBRAE (2022).

4.7 Atividade 8 – Desenvolver Startup

Objetivo: Estimular habilidades para criar estratégias, trabalhar e tomar decisões rápidas, identificar os próprios erros, exercitar a comunicação, estruturar as fases do negócio utilizando planejamento e organização.

Docente: Apresente o que é uma startup aos alunos. Eles utilizarão como referência os resultados das propostas anteriores que foram desenvolvidas para solução do problema reais, e assim integrarão a *startup*.



Proposta:

1. Elaborar slides para explicar o que é uma *startup* e como pode ser desenvolvida:

1º Passo: Identificar para qual problema a *startup* será criada de modo a gerar soluções inovadoras;

2º Passo: Desenvolver a ideia iniciada no *design thinking*, começando com a modelagem de negócios, por meio do *Canvas*; Elabore o plano de negócio e o *Canvas*, para identificar a viabilidade da *startup* no mercado;

3º Passo: Criar um protótipo: um protótipo, ou Mínimo Produto Viável (MVP) que é a representação simplificada de um produto ou serviço, com condições mínimas para testar se sua ideia faz sentido (apresentar a ideia para potenciais consumidores, para observar se o produto ou serviço atende às expectativas dos consumidores);

4º Passo: Validar hipóteses no mercado, após identificar qual o seu público, é fundamental entender a capacidade de crescimento do seu negócio (pode fazer pesquisas de mercado e obter *feedbacks* dos consumidores, ou mesmo corrigir os rumos da empresa, quando identificar que não está no caminho correto);

5º Passo: Buscar parcerias, uma rede de contato é indispensável para alavancar a *startup*, além de participar de eventos, espaços de *coworking* (compartilhamento de espaços), incubadoras, aceleradoras para trocar conhecimentos e experiências com outras pessoas dessas áreas;

6º Passo: Captar recursos, uma boa maneira é encontrar um sócio investidor ou investidor anjo que aposte na sua tecnologia em troca de uma participação, ou participar de programas de aceleração ou pré-aceleração, onde os empreendedores entram em contato direto com investidores em potencial.

2. Características da *startup*:

- ✓ Capacidade de sobreviver em um cenário de incertezas;
- ✓ Flexibilidade;
- ✓ Custos baixos para manter o negócio funcionando;
- ✓ Burocracia reduzida;
- ✓ Planejamento e pesquisa.

3. Repetível e escalável, as *startups* aumentam faturamento, sem aumentar os custos ou estrutura com a produção.

Fonte: Adaptado SEBRAE

Duração: 8h. Realizar em equipe com 2 ou 3 integrantes.

Não esqueçam! Uma *Startup* é disruptiva (remodelam com inovação); exemplos que iniciaram como uma *Startup*: Netflix, Spotify, Google, Nubank, Uber.

3.5.1 O QUE É STARTUP?



Fonte: SEBRAE (2022).

Uma *startup* é uma empresa em sua fase inicial, que dispõe de uma proposta de negócio inovador. É um modelo de organização que pode ser replicado e escalado para resolver um problema de um público específico, e assim conseguir atingir o mercado, utilizando-se de recursos e estrutura reduzida (SEBRAE, 2022).

As *startups* se transformaram em um modelo de elevado crescimento no Brasil, desde 2010, a ABSTARTUPS (2019) informa que há mais de 12 mil *startups* mapeadas no Brasil. Elas oferecem muitas oportunidades de emprego e conhecimentos.

Conforme a Associação Brasileira de *Startups* ABSTARTUPS (2019), essa forma de empreendimento apresenta como características principais:

- Inovação;
- Escalabilidade;
- Repetibilidade;
- Flexibilidade e rapidez.

Uma *startup* é uma organização de conceito original e inovadora e como qualquer outra empresa convencional, é necessário estabelecer funções e metas para atingir objetivos, monitorando e acompanhando constantemente o ambiente no qual a *startup* atua (RISCHIONI, 2020).

4.8 Atividade 9 – Plano de Negócios

Objetivo: Exercitar o conhecimento teórico associado ao prático na elaboração do plano de negócios, exercer habilidades de autonomia e pesquisa, projeção futura, planejamento, construção das etapas do plano e trabalhar em grupo.

Docente: Elaborar slides para apresentar o plano de negócios aos alunos, contemplando cada parte que precisa ser conhecida para o desenvolvimento do plano. O plano de negócio, assim como todas as atividades, serão utilizadas para suporte na atividade de desenvolvimento da Startup.

O plano de negócio pode ser apresentado para conseguir possíveis parcerias, financiamento e expansão do empreendimento. Ademais, o plano de negócio é dinâmico, por isso requer atualizações conforme as mudanças de mercado forem acontecendo.



Fonte: Imagem Consultoria (2022).

O plano de negócios permite identificar se sua ideia é viável, e assim procurar mais informações para detalhar: o ramo de mercado que irá atuar; produtos e serviços que serão ofertados; cliente; concorrentes; fornecedores e a identificação dos pontos forte e fracos da empresa, ele deve ser capaz de responder sobre a viabilidade da abertura do empreendimento, e ainda, se vale a pena ampliar ou mesmo manter o negócio já existente (SEBRAE, 2023).

Assim, as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização são exercitadas, além de desenvolver a capacidade de avaliação do novo negócio, analisando o impacto da inovação do novo produto ou serviço, e ainda a construção de competências para avaliar e dimensionar riscos do negócio pretendido (ROCHA; FREITAS, 2014).

Quanto mais informações o empreendedor obtiver sobre os ramos de atividade que ele pretende atuar ou na qual já empreende, melhor será o planejamento do negócio. O conhecimento será o fator decisivo na hora de tomar decisões, assim, o plano de negócios deve ser organizado e centrado nas informações mais relevantes da área de atuação (SANTOS; PINHEIRO, 2017).

Proposta:

Na elaboração do Plano de Negócios, o sumário executivo corresponde à primeira parte, e deve ser elaborado após a conclusão do plano.

1º Passo – Sumário executivo, contendo seus pontos mais importantes. Nele irá constar:

- ✓ Resumo dos principais pontos do plano de negócio;
- ✓ Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições;
- ✓ Dados do empreendimento;
- ✓ Missão da empresa;
- ✓ Setores de atividades;
- ✓ Forma jurídica;
- ✓ Enquadramento tributário;
- ✓ Capital social;
- ✓ Fonte de recursos.

2º Passo – Plano gerencial: contendo o nome da empresa: razão social e nome de fantasia, endereço, nome dos sócios com minicurrículo de cada um deles, forma jurídica, setor de atividade econômica, missão, objetivo, capital social.

- ✓ Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições: dados dos sócios e atribuições, formas de participação.
- ✓ Dados do empreendimento: nome da empresa; CNPJ/CPF.
- ✓ Missão da empresa: É a razão de sua existência e representa o seu ponto de partida, é a identidade e dá rumo ao negócio.

(continuação do 2º Passo)

- ✔ Setores de atividades: agropecuária indústria; comércio; serviços; outros.
- ✔ Forma jurídica: Microempreendedor Individual – MEI; Empresário Individual; Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI; Sociedade Limitada.
- ✔ Enquadramento tributário: Optante pelo SIMPLES ou não optante estarão, sujeitas a IRPJ, CSLL, PIS/PASEP, COFINS, IPI, ICMS, ISS e Contribuição para a Seguridade Social Patronal.
- ✔ Capital social: O capital social é representado por todos os recursos (dinheiro, equipamentos, ferramentas, etc.) colocado pelo(s) proprietário(s) para a montagem do negócio. Se for sociedade, será preciso determinar o valor do capital que cada sócio irá investir e o seu percentual.
- ✔ Fonte de recursos: Descreva qual a origem dos recursos necessários para a abertura da empresa.

3º Passo – Análise de mercado, contendo uma breve descrição com suas principais características. O planejamento pode ser feito por meio da matriz Swot, e compreende os pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades, que ajudam na tomada de decisão. Procure mencionar os detalhes, expondo o que é o negócio.

- ✔ Quais os principais produtos e/ou serviços;
- ✔ Quem serão seus principais clientes e concorrentes;
- ✔ Onde será localizada a empresa;
- ✔ O montante de capital a ser investido;
- ✔ Qual será o faturamento mensal;
- ✔ Que lucro espera obter do negócio;
- ✔ Em quanto tempo espera que o capital investido retorne.

4º Passo – Plano de marketing, contendo a descrição dos principais produtos e serviços.

- ✔ Preço (para determinar o preço deve se considerar os custos do produto ou serviço e ainda proporcionar o retorno, além de avaliar o quanto o consumidor está disposto a pagar).
- ✔ Estratégias promocionais (a forma de conquistar mais cliente, podendo utilizar: propaganda em rádio; jornais e revistas; internet; amostras grátis; mala direta, folhetos e cartões de visita; catálogos; carro de som e faixas; brindes e sorteios; descontos e participação em feiras e eventos).
- ✔ Estrutura de comercialização (na estrutura de comercialização diz respeito aos canais de distribuição, isto é, como seus produtos e/ou serviços chegarão até os seus clientes. A empresa pode utilizar uma série de canais, como: vendedores internos e externos, representantes, etc.).
- ✔ Localização do negócio (na escolha do local para o negócio, observar também: o contrato de locação, as condições de pagamento e o prazo do aluguel do imóvel; as condições de segurança; a facilidade de acesso, higiene e limpeza; estacionamento; a proximidade dos clientes que compram seus produtos; o fluxo de pessoas e a proximidade de concorrentes).

5º Passo – Plano operacional, contendo a distribuição dos diversos setores da empresa.

- ✔ Layout ou arranjo físico (traz uma série de benefícios, como:

aumento da produtividade; diminuição do desperdício; maior facilidade na localização dos produtos; melhoria na comunicação entre os setores e as pessoas).

- ✔ Capacidade produtiva/comercial/serviços (na projeção do volume de produção, de vendas ou de serviços: o tipo de produto ou serviço, as suas instalações e maquinário, sua disponibilidade financeira).
- ✔ Processos operacionais (como serão feitas as várias atividades, etapa por etapa, como será a fabricação dos produtos, a venda de mercadorias, a prestação dos serviços e as rotinas administrativas).
- ✔ Necessidade de pessoal (a projeção do pessoal necessário para o funcionamento do negócio).

6º Passo – Plano financeiro, onde você irá determinar o total de recursos a serem investidos.

- ✔ Estimativa dos investimentos fixos (são todos os bens que você deve comprar para que seu negócio possa funcionar de maneira adequada).
- ✔ Capital de Giro (recursos necessário para o funcionamento normal da empresa);
- ✔ Investimentos pré-operacionais (são os gastos realizados antes do início das atividades da empresa, como exemplo, pintura, instalação elétrica, uso de tecnologias, etc.).

Investimento Total (será o somatório dos: Estimativa dos Investimentos Fixos; Capital de Giro; Estimativa de Investimentos Pré-Operacionais).

- ✔ Estimativa do faturamento mensal da empresa (uma forma de estimar o quanto a empresa irá faturar por mês é multiplicar a quantidade de produtos a serem oferecidos pelo seu preço de venda).
- ✔ Estimativa do custo unitário de matéria-prima, materiais diretos e terceirizações (será calculado o custo com materiais, matéria-prima + embalagem).
- ✔ Estimativa dos custos de comercialização (são os gastos com impostos e comissões de vendedores ou representantes).
- ✔ Estimativa dos custos com mão de obra (quantas pessoas serão contratadas para realizar as atividades do negócio, além dos salários, devem ser considerados os custos com encargos sociais (FGTS, férias, 13º salário, INSS, horas extras, aviso prévio, etc.).
- ✔ Estimativa dos custos fixos operacionais mensais (são todos os gastos que não se alteram em função do volume de produção ou da quantidade vendida em um determinado período).

7º Passo – Avaliação estratégica – Análise da Matriz SWOT (FOFA), é um instrumento de análise simples e importante. Seu objetivo é detectar pontos fortes e fracos, com a finalidade de tornar a empresa mais eficiente e competitiva.

- ✔ Forças (são características internas da empresa ou de seus donos que representam vantagens competitivas).
- ✔ Oportunidades (são situações positivas do ambiente externo que permitem à empresa alcançar seus objetivos).
- ✔ Fraquezas (são fatores internos que colocam a empresa em situação de desvantagem frente à concorrência ou que prejudicam sua atuação no ramo escolhido).

(continuação do 7º Passo)

- ✓ Ameaças (são situações externas nas quais se tem pouco controle e que colocam a empresa diante de dificuldades).

8º Passo – Análise do Plano de Negócios.

O plano de negócios permite que erros sejam identificados ainda durante o planejamento do empreendimento, identificando pontos fortes e fracos, e assim permitindo a conclusão sobre a viabilidade do negócio. A elaboração do plano de negócio é uma atividade que requer bastante atenção, pesquisa e criatividade. Com ele em mãos você saberá se vale a pena investir ou não em determinada área.

Ademais, as empresas enfrentam o mercado competitivo, as demandas são constantes e um planejamento bem feito, expondo os melhores caminhos a seguir, permite administrar e diminuir as dificuldades tanto na abertura quanto na continuidade do negócio. Assim, uma boa análise do mercado e um projeto financeiro, com previsões a curto e longo prazo, auxiliam na tomada de decisões para atingir os objetivos e metas do negócio.

Portanto, programar todas as etapas é algo extremamente importante, para evitar gastos desnecessários, o conhecimento é a chave da empresa para alcançar o público alvo, e ter a sua capacidade produtiva realizada (SEBRAE, 2023).

Utilize a elaboração do plano de negócio como atividade de casa.

Fonte: Adaptado SEBRAE, 2023.

Duração: 8h. Realizar em equipe com 2 a 3 integrantes.

5 - Referências

- ABSTARTUPS – **Tudo que você precisa saber sobre startups.** (2019) Disponível em: <<https://abstartups.com.br/sao-paulo-e-um-dos-ecossistemas-mais-promissores-do-mundoem-relatorio-global/>> Acesso em 03 junho 2023.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular.** Brasília: MEC, 2017.
- Bonini, L. A., & Sbragia, R. (2011). **O modelo de design thinking como indutor da inovação nas empresas: um estudo empírico.** Revista de Gestão e Projetos, 2(1).
- CAVALCANTE, Luiz Ricardo. **Ambiente de negócios, investimentos e produtividade.** 2015.
- CANVAS - disponível em: <https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox/FMfcgzGsmrJzJnpgbsjQJNdKXkqsbSK?projector=1&messagePartId=0.1>. Acesso em 07 de junho de 2023.
- DE, RODRIGO BARONI. USO DA INTELIGÊNCIA COMPETITIVA POR MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: ESTUDO DE CASO NAS EMPRESAS ASSOCIADAS À ACITA, ITABIRA (MG), BRASIL USE OF COMPETITIVE INTELLIGENCE BY. Revista Inteligência Competitiva, v. 9, n. 3, 2019.
- DESIGN THINKING - Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/12457/design-thinking-o-que-e-e-como-usar-em-sala-de-aula>. Acesso em 02 de junho de 2023.
- DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques. **Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação.** Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business, v. 2, n. 3, p. 134-181, 2013.
- DORNELAS J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 6. ed. - Rio de Janeiro: Atlas, 2016.
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo na prática,** p. 30, 2020.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios.** Edição revisada, São Paulo: Cengage Learning, 2017.
- FILLION, L. J. **Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios.** Revista de Administração de Empresas, v. 39, n. 4, p. 06-20, 1999.
- GESSI, Nedisson Luis et al. **Hackathon como modelo de aprendizagem ativa: estudo de caso de uma instituição de ensino superior do Noroeste gaúcho.** Conjecturas, v. 21, n. 7, p. 225-243, 2021.
- LOPES, R. M. A. **Qual é o perfil do empreendedor?** Revista da ESPM, São Paulo, v. 19, n. 2, p. 64-71, mar./abr. 2013.
- MACEDO, Mayara Atherino; MIGUEL, Paulo Augusto Cauchick; CASAROTTO FILHO, Nelson. **A caracterização do design thinking como um modelo de inovação.** RAI Revista de Administração e Inovação, v. 12, n. 3, p. 157-182, 2015.
- MAZZOTTI, Karla; BROEGA, Ana Cristina; GOMES, Luiz Vidal Negreiros. **A exploração da criatividade, através do uso da técnica de brainstorming, adaptada ao processo de criação em moda.** In: Anais do 1º Congresso Internacional de Moda e Design CIMODE, Guimarães (PT), Universidade do Minho. 2012.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation.** Amsterdã: Modderman Drukkerwerk, 2010.
- Plano de negócios. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>. Acesso em 8 de junho de 2023.
- Plano de negócio. Disponível em: <https://www.ejemackenzie.com.br/plano-de-negocios-saiba-como-aplicar/>Acesso em 13 de junho de 2023.
- PLATAFORMA CEARÁ 2050. Disponível em : <https://www.ceara2050.ce.gov.br/>. Acesso em 02 de fevereiro 2022.

Porras, J., Khakurel, J., Ikonen, J., Happonen, A., Knutas, A., Herala, A., **Hackathons in Software Engineering Education - Lessons Learned from a Decade of Events**, In: Proceedings of the 2018 IEEE/ACM International Workshop on Software Engineering Education for Millennials (SEEM), Gothenburg, Sweden, pp. 40-47, <https://ieeexplore.ieee.org/document/8442127>.

RISCHIONI, Giuseppina Adele et al. **Startup: tendência de negócio no Brasil**. REFAS: Revista FATEC Zona Sul, v. 7, n. 1, p. 5, 2020.

ROCHA, E. L. C., FREITAS, A. A. F. **Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor**. RAC, Rio de Janeiro, v.18, n. 4, art. 5, pp. 465-486, Jul. /Ago. 2014.

Santos, R. P., Fontão, A. L., Fernandes, J. C. (2020) "Ecosistemas de Software". In: Maciel, C.; Viterbo, J. (Org.). **Computação e Sociedade: A Tecnologia**, EdUFMT, v. 3, pp. 198-223.

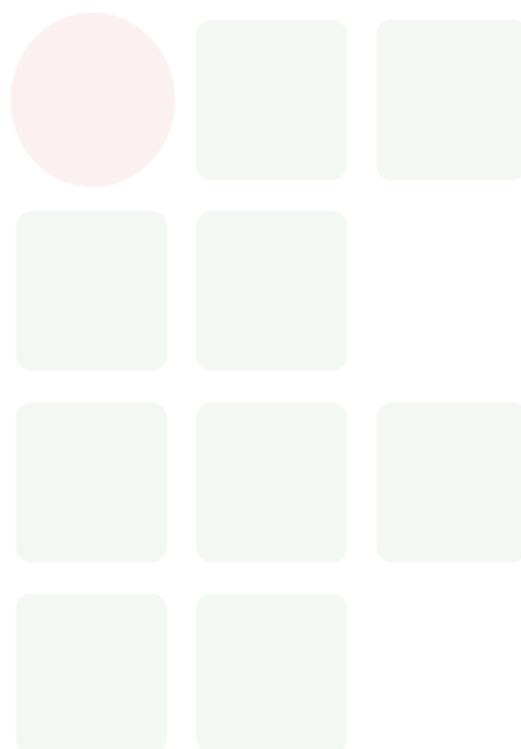
SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. **O plano de negócios como ferramenta estratégica para o empreendedor: um estudo de caso**. Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, v. 5, n. 8, p. 150-165, 2017.

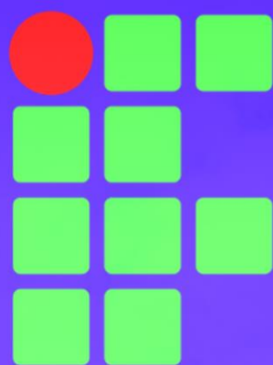
SEBRAE – Disponível em: <https://www.sebraepr.com.br/canvas-como-estruturar-seu-modelo-de-negocios>. Acesso em: 28 de maio de 2023.

SEBRAE – Disponível em:
<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 28 de maio de 2023.

SCHUMPETER, Joseph A (1976). **A resposta criadora na história econômica**. In: Lucas (org.). Economia e Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

STARTUP - disponível em: <https://sebraemg.com.br/start-ups/>. Acesso em 9 de junho de 2023.





INSTITUTO FEDERAL

Ceará

CAMPUS CEDRO