



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA**

ROSANA BEZERRA DE MELO PEREIRA

**RELATÓRIO DE MONITORIA DA DISCIPLINA
DE DE EMPREENDEDORISMO**

RECIFE - PE
SETEMBRO 2022

ROSANA BEZERRA DE MELO PEREIRA

**MONITORIA NA DISCIPLINA DE
EMPREENDEDORISMO: RELATO DE EXPERIÊNCIA NO
CURSO DE BACHARELADO EM GASTRONOMIA.**

Relatório de equiparação de monitoria com o Estágio Supervisionado Obrigatório apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Gastronomia pela Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Orientadora:. Prof^ª Dr^ª Elizabeth Regina Tschá

RECIFE - PE
SETEMBRO 2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Sistema Integrado de Bibliotecas
Gerada automaticamente, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P436r PEREIRA, ROSANA BEZERRA DE MELO
RELATÓRIO DE MONITORIA DA DISCIPLINA DE DE EMPREENDEDORISMO: MONITORIA NA
DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO: RELATO DE EXPERIÊNCIA NO CURSO DE BACHARELADO EM
GASTRONOMIA. / ROSANA BEZERRA DE MELO PEREIRA. - 2022.
63 f. : il.

Orientadora: Elizabeth Regina Tscha.
Inclui referências.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em
Gastronomia, Recife, 2022.

1. MONITORIA. 2. EXPERIENCIA. 3. HABILIDADES. I. Tscha, Elizabeth Regina, orient. II. Título

CDD 641.013

FOLHA DE APROVAÇÃO

ROSANA BEZERRA DE MELO PEREIRA

**RELATÓRIO DE MONITORIA
DA DISCIPLINA EMPREENDEDORISMO**

Relatório de Estágio supervisionado Obrigatório que apresenta à Coordenação do Curso de Bacharelado em Gastronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

Data: 05 de Outubro de 2022

Resultado: Aprovada

Banca Examinadora

Profª Drª Elizabeth Regina Tschá (Orientadora)

Profª Drª Érica Calabria

Profº Drº Leonardo Siqueira

Recife -PE

Setembro 2022

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE DESEMPENHO DE ATIVIDADES
EQUIPARAÇÃO ESO**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL PERNAMBUCO DEPARTAMENTO DE
TECNOLOGIA RURAL**

DECLARAÇÃO

Declaro que o(a) aluno(a) ROSANA BEZERRA DE MELO PEREIRA do curso de Bacharelado em Gastronomia da UFRPE, Equiparação das atividades da monitoria, extensão ao Estágio Supervisionado Obrigatório. No período de 06/04/2021 a 11/12/2021 com uma carga horária total de 432h, desenvolvendo as atividades propostas, o que permite conferir ao discente a nota (8,5).

Recife, 02 de Setembro de 2022

Prof^ª. Dr^ª

Orientador(a) DADM/UFRPE

DEDICATÓRIA

*“Dedico este trabalho ao meu marido Sérgio e aos meus filhos
Serginho, Matheus, Anna Sophia e minha mãe Darialva.
Com muita gratidão no coração por fazerem parte da minha vida.
Gratidão infinita meus amores”*

AGRADECIMENTOS

Agradeço por todos os obstáculos que Deus coloca em meu caminho, pois quando chego ao topo da montanha, reconheço na paisagem o que ele queria.

Agradeço a minha família, meu marido, aos meus filhos, que me mostram diariamente o sentido da vida e o amor verdadeiro. Aos meus sogros Socorro e Pereira por nunca deixarem de acreditar em mim. Ao meu único irmão Ricardo, por não deixar a chama da minha fé se apagar nos momentos difíceis.

A minha grande amiga Manuely, que é um exemplo de mulher, mãe, profissional e por nunca se esquecer de mim e estar sempre disponível para me ajudar.

Aos meus animais de estimação, que sempre estiveram do meu lado transmitindo fidelidade, alegria e amor.

A esta universidade, seu corpo docente, departamento, coordenação, direção, administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, regido pela confiança no mérito e na ética.

Quero agradecer a todos os meus professores, eles são nossos eternos heróis, pois não poderá morrer aqueles que souberam plantar em nós um futuro que não imaginávamos ter direito.

Agradeço especialmente à minha orientadora, a Prof^a Dr^o Elizabeth Regina Tschá, Obrigado minha amiga, por me exigir mais do que eu acreditava que seria capaz de realizar, por toda paciência e sensibilidade diante dos meus conflitos.

*Seja humilde, e permanecerás íntegro,
Curva-te, e permanecerás ereto,
Esvazia-te, e permanecerás repleto,
Gasta-te, e permanecerás novo.
O sábio não se exhibe, e por isso brilha.
Ele não se faz notar, e por isso é notado.
Ele não se elogia, e por isso tem mérito.
E, porque não está competindo,
Ninguém no mundo pode competir com ele.*

(Lao Tsé)

RESUMO

O presente relatório tem por finalidade apresentar de forma descritiva as experiências vivenciadas na monitoria da disciplina de empreendedorismo ofertada pelo Departamento de Administração como componente curricular do sétimo período do curso de bacharelado em gastronomia da UFRPE. As atividades dessa monitoria ocorreram nos semestres 2020.1 e 2020.2 as aulas foram teóricas expositivas, em sala de aula virtual de modo remoto, em função da Pandemia de Covid-19 com carga horária de 60 horas de aulas teóricas e práticas.

A monitoria acadêmica realizada no ensino superior é uma modalidade de ensino e aprendizagem que proporciona uma formação integrada ao discente. O exercício da monitoria é percebido como um subsídio necessário à prática docente, pois o aluno-monitor além de complementar seus conhecimentos, adquire habilidades, capacidade de interação e trabalha a postura diante de determinadas situações, seja na vida acadêmica ou na profissional, ou seja, a monitoria atua como uma prática relevante para a formação do estudante ao se caracterizar como uma atividade de iniciação à docência. Durante a monitoria eu tive a oportunidade de realizar inúmeras atividades como auxiliar na correção dos trabalhos e elaboração de atividades práticas, ministrar aulas sobre alguns assuntos, orientar os alunos nos trabalhos e projetos. Esta foi uma experiência rica em todas as etapas, pois me proporcionou exercitar a rotina dos professores do ensino superior. Logo é relevante para formação do discente a oportunidade de experienciar o programa de monitoria, de modo a inserir o mesmo nas atividades de docência, colaborando não só com a formação e aperfeiçoamento do monitor, mas também como forma de auxílio e apoio para as atribuições acerca do lecionar uma disciplina para os docentes.

Palavras-chave: Monitoria, Experiência, Habilidades.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA1.INFOGRÁFICO GEM 2020 EMPREENDEDORISMO.....	20
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS.....	12
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	13
3.1. EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR.....	13
3.1.1 EMPREENDEDOR NO BRASIL	18
4. FERRAMENTAS DE MODELAGEM DE NEGÓCIO	21
4.1 DESIGN THINKING	22
(O QUE É, A BASE, PARA QUE SERVE, FASES E FERRAMENTAS)	
4.1.1 PLANO DE NEGÓCIOS	24
(O QUE É, PARA QUE SERVE, A QUEM SE DESTINA, TIPOS E FORMATO / PARTES)	
4.1.2 BUSINESS MODEL GENERATION	25
5. A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	27
5.1 ENSINO DE EMPREENDEDORISMO	30
5.2 METODOLOGIA DE ENSINO	32
6. IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O CURSO DE GASTRONOMIA.....	35
6.1 CARACTERIZAÇÃO DA MONITORIA.....	35
6.1.1 PLANO DE ENSINO EMPREENDEDORISMO: 2020.1 / 2020.2.....	38
7. ENSINO DE EMPREENDEDORISMO E A MONITORIA - ATIVIDADES	39
7.1 PLATAFORMAS: A SALA DE AULA VIRTUAL E INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO 2020.1 E 2020.2.....	41
8. ATIVIDADES DE ENSINO (TEORIA E PRÁTICAS) 2020.1 / 2020.2 E A MONITORIA.....	42
8.1 ATIVIDADES AVALIATIVAS (1º/2º/3ºVA) E FINAL - 2020.1 E 2020.2 E A MONITORIA.....	51
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

1. INTRODUÇÃO

O presente relatório tem por finalidade apresentar as atividades desenvolvidas durante o período de 2020.1 e 2020.2 da Monitoria da disciplina de empreendedorismo que é um componente curricular do sétimo período do curso de Gastronomia da UFRPE. As aulas teóricas foram expositivas, em sala de aula virtual de modo remoto. A carga horária da disciplina totaliza por semestre foi de 60 horas.

Durante a pandemia do novo Coronavírus, as aulas passaram a ser remotas e síncronas, no horário da disciplina, com a utilização da plataforma google classroom e recurso de Videochamada do google meet. Criou-se um grupo no Telegram, aplicativo de mensagens instantâneas, que possibilita o envio de textos, áudios, imagens, vídeos e documentos, podendo ser acessados por computadores, tablets ou celulares, desde que conectados à Internet.

É preciso inovar para que seja possível se adequar às diferentes situações. Com a necessidade de isolamento social em meio da pandemia, essas novas ferramentas tecnológicas foram aplicadas na educação desempenhando um papel relevante e sua evolução nos últimos anos tem permitido a comunicação síncrona, na qual os alunos e professores se comunicam simultaneamente, por meio de videoconferências e mensagens.

Na plataforma do google, a disciplina de empreendedorismo possui uma sala virtual com acesso restrito aos professores, monitores e alunos regularmente matriculados; e foi nesse ambiente onde ocorreram as aulas teóricas. O acesso a ela pôde ser realizado por meio de link, disponibilizado pela professora no Facebook do curso, email para coordenação e AVA, bem como vale salientar que a sala virtual foi o meio em que pontos teóricos foram compartilhados e executados.

Durante o cronograma da disciplina são lecionadas aulas sobre fundamentos do empreendedorismo e comportamento empreendedor, ideias e oportunidades de negócios, Conceitos de negócios, inovação e criatividade, ferramentas de modelagem de negócio.

Com a intenção de ratificar ainda mais o conteúdo e de auxiliar aqueles que não conseguiram assimilá-lo, o componente curricular da disciplina de Empreendedorismo nestes dois períodos, 2020.1 e 2020.2, foram apoiados por uma monitora. A monitoria é um meio de experienciar as atividades de docente, sendo supervisionado, orientado pelo professor da disciplina. A prática favorece uma considerável relação interpessoal entre o monitor e os

alunos, que, na maioria das vezes, sentem-se mais à vontade para tirar as suas dúvidas com o monitor, fortalecendo a segurança e confiança no conhecimento dele, despertando ainda mais o desejo da carreira de docência do monitor.

As atividades desenvolvidas por mim como monitora da disciplina de empreendedorismo, compreenderam, em comparecer com o professor no ambiente virtual para acompanhar as aulas e o desenvolvimento da disciplina; orientar os alunos no desenvolvimento de experiências e atividades práticas e na solução de dificuldades na disciplina; participação em grupos de trabalho e de estudos auxiliando a professora nos processos de ensino e aprendizagem dos alunos.

A contribuição da monitoria é relevante, pois permite estabelecer um canal de comunicação entre o ensino e a aprendizagem dos alunos, em que o monitor atua como um facilitador da relação entre o conhecimento, o ensino e a aprendizagem.

Logo é relevante para formação do discente a oportunidade de experienciar o programa de monitoria, de modo a inserir o mesmo nas atividades de docência, colaborando não só com a formação e aperfeiçoamento do monitor, mas também como forma de auxílio e apoio para as atribuições acerca do lecionar uma disciplina para os docentes.

2. OBJETIVOS

Objetivos Geral:

Apresentar de forma descritiva as experiências vivenciadas na monitoria da disciplina empreendedorismo ofertada pelo Departamento de Administração nos semestres 20202.1 e 20202.2 do curso de Bacharelado em Gastronomia da UFRPE.

Específicos:

- Relatar as principais atividades realizadas durante a monitoria.
- Elucidar a relação entre monitoria e iniciação à docência.

3. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA - OS PRINCIPAIS CONCEITOS ABORDADOS

Neste capítulo visa-se discorrer sobre as principais teorias que deram suporte à disciplina de empreendedorismo nos períodos de 2020.1 e 2020.2, onde tive a oportunidade de ser Monitora.

3.1 EMPREENDEDOR E EMPREENDEDORISMO

A conceituação do termo ao longo da história das civilizações, aponta que, para cada século, o empreendedor é descrito de forma diferente. (FILION, 1999). Para Hisrich (2009) é possível apontar a atividade empreendedora nas explorações de Marco Polo, uma vez que assumia riscos físicos e emocionais para vender suas mercadorias no Oriente através de um empréstimo concedido por um capitalista.

A palavra empreendedor, *entrepreneur*, tem origem francesa, no século XII, sendo associada a "aquele que incentivava brigas" (VÉRIN, 1982 como citado em FILION, 1999). No século XVI, o termo descrevia uma pessoa que assumia a responsabilidade e dirigia uma ação militar. Entretanto, foi no final do século XVII e início do século XVIII que o termo foi utilizado para referir-se à pessoa que “criava e conduzia projetos” ou “empreendimentos” (VÉRIN, 1982 apud FILION, 1999).

“Na Idade Média, a atividade empreendedora nada tinha com risco, pois as pessoas eram empreendedoras ou participavam de trabalhos de produção em grande escala, especialmente em engenharia e construção. No século XVII estabeleceu-se a relação entre assumir riscos e empreender, uma vez que o empreendedor era o responsável pelos lucros e prejuízos de suas atividades.” (HISRICH, 2009).

“Há duas teorias principais que abordam o empreendedorismo: a teoria econômica e a teoria comportamentalista. A teoria econômica procurou entender o papel do empreendedor e seu impacto na economia. Já a teoria comportamentalista, buscou entender as motivações e o comportamento humano”(BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Utilizada na literatura pela primeira vez em 1725 pelo economista Richard Cantillon, para designar um indivíduo que assume riscos, a palavra empreendedor, derivada da palavra francesa *entrepreneur*, nunca foi tão empregada quanto nos dias atuais (CHIAVENATO, 2012).

O empreendedor é o agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica (COSTA, 1997).

Entre os economistas modernos destaca-se Schumpeter, que fala de empreendedores e seu impacto na economia. O ciclo de Schumpeter pode ser entendido como um ciclo da capacidade empreendedora devido ao encadeamento lógico explicativo do desenvolvimento do sistema capitalista: inovação, novos empreendimentos industriais, novas empresas, novo homem o empreendedor, e por fim, a necessidade de crédito (LEITE, 2012).

Sendo assim, o conceito mais aceito de “Empreendedorismo” foi popularizado pelo economista Joseph Schumpeter em 1945, como sendo uma peça central à sua teoria da destruição criativa. Segundo ele, o empreendedor é alguém versátil, que possui as habilidades técnicas para saber produzir e capitalistas ao reunir recursos financeiros, organiza as operações internas e realiza as vendas de sua empresa. De fato, Schumpeter chegou a escrever que a medida para uma sociedade ser considerada capitalista é saber se ela confia seu processo econômico ao homem de negócios privado (OLIVEIRA, 2014).

Nem todos os projetos são realizados como oportunidades da mesma forma. Para os autores, indivíduos com mais capital, experiência ou conhecimento tendem a reduzir custos e maximizar o retorno do investimento, tornando-os mais propensos a experimentar como oportunidades. Assim como pessoas com maior autocontrole, inteligência emocional e otimismo estão mais propensas a se tornarem empreendedores, uma vez que ações empreendedoras significam desafios e, frequentemente, são encaradas com ceticismo pela maioria. (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Dornelas, (2008) contrapõe o pensamento de que a criação de empresas está necessariamente ligada ao desenvolvimento econômico, uma vez que há o empreendedorismo de necessidade. Quando um empreendedor inicia uma atividade por falta de opções (geralmente desemprego), na maioria das vezes cria uma empresa com pouco ou nenhum planejamento. Esse tipo de negócio é informal e tem alto índice de sucesso, ou que não contribui para o desenvolvimento econômico. Mesmo com essa situação em mente, ainda existe um grande segmento de empreendedores, em países com oportunidades de desenvolvimento como o Brasil, principalmente que cria empresas com planejamento sólido e claro para promover o desenvolvimento econômico por meio da geração de lucros, empregos, riqueza e melhorias sociais e ambientais.

A segunda corrente de pensamento relacionada ao empreendedor é constituída pelos comportamentalistas. O principal representante da corrente comportamentalista foi McClelland (1961). Esse autor afirmava que o empreendedor era aquele que produzia uma quantidade além do seu consumo pessoal.

Ressalta-se que a teoria comportamental tentou entender a motivação e o comportamento humano. Os pesquisadores deste ramo acreditam que os sistemas empresariais buscam a realização de valores pessoais e estabeleceram como um elemento fundamental para a explicação do comportamento Empreendedor (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Famoso por seus estudos relacionados à motivação na década de 1960, McClelland buscou mostrar que a base comportamento do empreendedor era moldado pelo ambiente, pela necessidade de realização, e não vinham de aspectos genéticos do indivíduo. Para o autor, era a necessidade de realização que impulsionava o desenvolvimento econômico de uma região. Essa necessidade seria desenvolvida a partir da cultura, das experiências e da aprendizagem (BARLACH, 2014).

Essa necessidade leva os empreendedores a trabalhar da melhor maneira possível com eficiência. Assim, o comportamento do empreendedor constante apresenta a necessidade de receber feedback. A necessidade de pertencimento está relacionada às relações interpessoais e à necessidade de estar dos outros, enquanto a necessidade de poder é a que as pessoas podem controlar ou exercer outras funções. No caso dos empreendedores, essa necessidade de convencer outros de suas opiniões ou propiciar-lhes o experimento de fortes emoções também é uma necessidade de exercer influência. (LEITE, 2012).

Ainda hoje, é impossível mapear o perfil psicológico de um empreendedor devido à multiplicidade de variáveis que representam diferenças entre jornada de trabalho, experiências anteriores, religião, valores no mundo educacional e cultura familiar. Além disso, existem muitas pessoas com perfil empreendedor, visto como alguém que cria um negócio, para crescimento ou que introduza do zero. Ou seja, a definição ainda não é clara, sendo comum associar os empreendedores a proprietários-gerentes, franqueados e autoempregados (FILION, 1999).

Em suma, Leite (2012), traz um conceito que compila as três correntes, ao definir que ser empreendedor é ter capacidade de iniciativar a imaginação fértil para conceber ideias e flexibilidade para adaptá-las, ser criativo para transformar essas ideias em oportunidade de negócio, ter motivação para pensar conceitualmente e capacidade para perceber a mudança como oportunidade. O empreendedor é um artista, um criador e a criação de novas coisas é

para ele uma necessidade de realização. É um indivíduo que tem uma ideia, é influenciado pelo contexto ambiental no qual está inserido e gera bens e serviços, que são objeto de julgamento do mercado.

Os estudos sobre o empreendedorismo o abordam das mais variadas formas – indivíduos empreendedores, equipes empreendedoras e sociedades empreendedoras, usando conceitos também de disciplinas diversas (GIMENEZ; FERREIRA; RAMOS, 2008). Segundo Alves (2011), o Empreendedorismo nessas novas perspectivas passa a ser interpretado como “comportamento”, pode-se associar a um negócio, uma empresa, mas também se relaciona a um projeto ou a uma realização pessoal. É a partir dessa visão que surgem novas “formas” de empreendedorismo: “empreendedorismo de negócios”; “empreendedorismo social” e “intraempreendedorismo”.

O “empreendedorismo de negócios” pode ser definido como o comportamento empreendedor vinculado a um negócio, uma empresa, um empreendimento. É quando você tem uma boa ideia e a transforma em um negócio lucrativo. Esse comportamento envolve planejamento, criatividade e inovação; o “empreendedorismo social” tem características semelhantes ao “empreendedorismo de negócios”, a diferença está na missão social, cujo objetivo final não é a geração de lucro, mas o impacto social; o “intra-empreendedorismo” surgiu quando grandes empresas começaram a identificar a necessidade de incentivar o empreendedorismo dentro dos seus departamentos. Pode ser definido simplesmente como “empreender dentro das empresas”. Apresentar ideias, soluções, projetos e colocar essas ideias em ação” (ALVES, 2011)

Diante da abrangência do tema empreendedorismo, atualmente as instituições necessitam reconstruir novas realidades e as nações precisam promover ações de apoio ao empreendedorismo. Nessa perspectiva, o “empreendedorismo ou espírito empreendedor” transcende o campo dos negócios e da economia. Para tanto, é preciso conhecer os principais fatores que impulsionam o desenvolvimento das sociedades visando descobrir a chave para a melhoria do padrão de vida das pessoas” (LEITE, 2012).

As Instituições de Ensino Superior atuando IES como política pública de fomento tem relevante importância no mundo e no país cultura empreendedora. Destacam-se que as IES brasileiras pertencem a um sistema de ensino composto por instituições públicas e privadas e com diferentes formatos organizacionais, mas todas têm uma missão a cumprir, assumindo

valores princípios e articulando ações e estratégias face a um mundo em mudanças constante. No caso das IES brasileiras será destacado antes o que as principais leis e documentos afirmam sobre o tema. Cabe salientar que os Institutos Federais são equiparados às Universidades Federais, o que justifica a aplicação da base conceitual sobre os fatores formais e informais das universidades empreendedoras (LOPES, 2010).

Muitos fatores contribuem para o surgimento do empreendedor, além de fatores inerentes a sua personalidade estão as influências da educação, afinal desenvolver um empreendimento demanda conhecimento e habilidade, portanto desde cedo, habilidades pessoais relacionadas com o empreendedorismo devem ser a floradas, estimuladas pelas escolas e mantidas até o nível superior. Muitas discussões já se teceram sobre a possibilidade de ensinar alguém a ser empreendedor, agora o foco se deslocou na perspectiva como é possível educar, qual o conteúdo, metodologias e técnicas devem ser implementados na formação de habilidades empreendedoras” (LOPES, 2010).

O ensino de empreendedorismo tem um caráter revolucionário, já que acrescenta à vocação tradicional de formação de empregados e acadêmicos, a cultura empreendedora, mais adequada aos novos formatos das relações de trabalho decorrentes da reestruturação da economia mundial. Isso significa uma quebra de paradigmas na nossa tradição didática, uma vez que, na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho, individualidade, ganham vaga antes ocupada somente pelo saber. Assim tendo em vista que o ensino do empreendedorismo pode causar impactos positivos, despertando um potencial empreendedor em cada indivíduo que busca transformar sua realidade, inovando, criando e desenvolvendo competências administrativas (NICOLINI, A.M, 2000).

3.1.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

No Brasil, o tema empreendedor surgiu recentemente. Prova disso é que somente em 2003 o tema foi pauta na Conferência Nacional de Pós-Graduação em Administração. Muitos autores até então, advertem que ainda não foi desenvolvido uma teoria própria sobre o fenômeno do empreendedorismo (AMIT et al., 1993; GREBEL et al., 1993), há muito o que pesquisar e entender sobre essa atividade.

DORNELAS (2005), cita 1990 como a década onde o empreendedorismo começou a surgir no Brasil, especialmente pela criação de entidades como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX).

Inicialmente antes da Criação do SEBRAE e SOFTEX quase não havia muito assuntos sobre o empreendedorismo e criação de pequenos e micros negócios, era quase nulo, pois não havia muita informação a disposição para auxílio dos futuros empreendedores nos novos negócios. O ambiente político e econômico não era tão propício para o Brasil, que vinha em crise, precisando se reerguer.

Apesar do pequeno período do empreendedorismo no Brasil, buscou-se desenvolver em atividades que ampliam os programas de educação do empreendedorismo e assim tentar potencializar o país perante o mundo. Dornelas (2001), cita alguns programas exemplos: Os programas SOFTEX e GENESIS EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE e o programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, são dirigidos à capacitação e promoção de desenvolvimento de mais de 1 milhão de empreendedores em todo país (DORNELAS, 2005).

Diversos cursos e programas, foram criados nas universidades brasileiras para o ensino do empreendedorismo. O programa REUNI, da CNI (Confederação Nacional das Indústrias), de difusão do empreendedorismo nas escolas de ensino superior do país, presente em mais de duzentas instituições brasileiras. O enorme crescimento do movimento de incubadoras de empresas no Brasil. Consequentemente, com o suporte dessas entidades de ensino, hoje em dia é muito mais fácil ser empreendedor no Brasil. Existem muitas facilidades de acesso a informações e até universidades e cursos inteiros voltados para o empreendedorismo. Isso propicia uma visão mais ampla sobre o assunto (DORNELAS, 2005).

Por outro lado existem também alguns limitadores, para Dornelas (2005), o país ainda é carente em políticas públicas duradouras a fim de consolidar o empreendedorismo como alternativa ao desemprego e de apoiá-lo, assim como fazem atualmente a iniciativa privada e as entidades não governamentais

Outros aspectos relacionados ao empreendedorismo, como gênero, idade, participação das mulheres e a forma como gerenciam seus empreendimentos devem ser estudados, pois são relevantes e necessários para compreensão deste fenômeno (GOMES et al., 2018).

Essa nova realidade, pode ser percebida nos dados divulgados pelo relatório GEM. Criado em 1999, o projeto GEM (Global entrepreneurship Monitor), uma parceria entre as escolas London Business School e Babson College, foi iniciado primeiramente em 10 países.

O estudo anual realizado pelo GEM - Global Entrepreneurship Monitor fez surgir duas definições gerais de empreendedorismo, de acordo com Dornelas (2008).

“O empreendedorismo de oportunidade e o empreendedorismo de necessidade. O primeiro caracteriza-se, por o empreendedor “saber aonde quer chegar, criar uma empresa com planejamento prévio, ter em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visar à geração de lucros, empregos e riqueza”. A segunda definição é o empreendedorismo de necessidade, caracterizado pela falta de opção e alternativas de trabalho, o que faz com que impulse o cidadão a buscar o próprio sustento e o da sua família no estabelecimento de atividades profissionais “por conta própria”

A TTE (Taxa Total de Empreendedorismo) no Brasil caiu por dois anos consecutivos. É o que mostra o relatório GEM (Global Entrepreneurship Monitor), realizado pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pelo IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade). O índice indica o percentual da população adulta ocupada como empreendedor: em 2021, a proporção foi de 30,4%, enquanto em 2020 o índice foi de 31,6% e em 2019 chegou a 38,7% - o percentual mais elevado desde 2015, quando a taxa foi de 39,3% (SEBRAE, 2021).

A taxa total de empreendedorismo no Brasil sofreu uma redução nunca vista antes. A crise mundial causada pela pandemia de Covid-19, com o aumento dos custos, e a crise no fornecimento de itens básicos estão entre os principais motivos que levaram a este panorama, já que muitos empresários e microempresários não conseguiram segurar seus custos e foram forçados a fechar seus negócios formais.

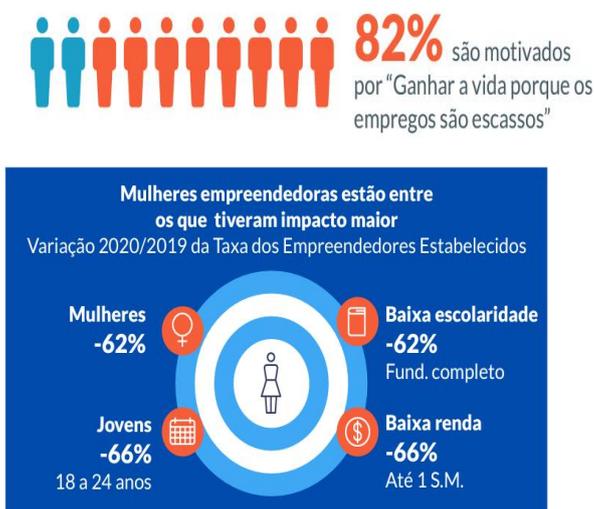
Apesar da queda nos dois últimos anos, o empreendedorismo brasileiro tem expectativa de crescimento em 2022, mesmo que com um crescimento ainda pequeno. A pandemia serviu para mostrar novas formas de fazer as coisas. Isso nos forçou a pensar de forma criativa, o que leva, naturalmente, a novas idéias para negócios (SEBRAE, 2021).

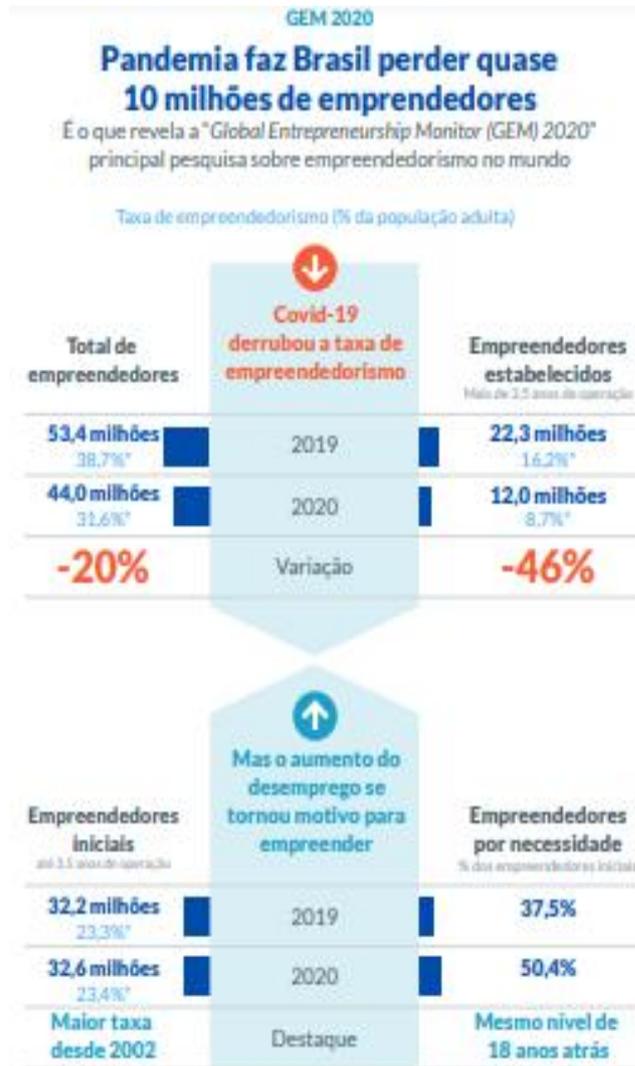
De acordo com o relatório da GEM 2020, o número de empreendedores iniciais motivados por necessidade saltou de 37,5% para 50,4%, o mesmo nível de 18 anos atrás. Além disso, 82% dos entrevistados alegaram que a motivação para começar um negócio foi a solução encontrada para ganhar a vida porque os empregos são escassos (GEM, 2020).

O contingente de pessoas que estão entrando agora no mercado como empreendedores, os empreendedores nascentes, cresceu 25% e atingiu o maior patamar da série histórica, com uma taxa que representa 10,2% da população adulta. “Podemos chamar muitos desses empreendedores de filhos da pandemia e que foram para o caminho do empreendedorismo por uma extrema necessidade de obter renda”, ressalta o presidente do SEBRAE. (SEBRAE 2021).

De cada 10 pessoas adultas empreendedoras que saíram do mercado, com a pandemia, aproximadamente 7 eram mulheres”, destaca o presidente do Sebrae, Carlos Melles, acrescentando que muitas se viram obrigadas a cuidar da família – diminuindo, assim, a participação feminina no mundo dos negócios.

Figura 1. GEM 2020 - Taxa de Empreendedorismo no Brasil, (% da População adulta)





(*) % da população adulta Sobre a GEM: Realizada anualmente durante 21 anos, já participaram mais de 110 países. No Brasil, foram entrevistados 2 mil adultos e 45 especialistas, entre julho e outubro de 2020. **Fonte Sebrae 2021.**

4. FERRAMENTAS DE MODELAGEM DE NEGÓCIO

O Modelo de Negócio é um instrumento que ajuda a iniciar bem um empreendimento. Foi desenvolvido pelo suíço Alex Osterwalder para facilitar o entendimento completo de um negócio. Assim, o modelo tem o objetivo de descrever todos os elementos e fases que compõem um empreendimento, proporcionando a integração da organização. (SEBRAE, 2019).

De acordo com o criador da ferramenta, os componentes centrais de um empreendimento são: **segmento de clientes, proposta de valor, canais de distribuição, relacionamento com clientes, fontes de receita, recursos principais, atividades chave, principais parcerias e custos.** (SEBRAE, 2019).

Um modelo de negócios descreve a racionalidade de como uma organização cria, entrega, e captura valor. Assim como as estratégias, modelos de negócios são implantados através de estruturas organizacionais, processos e sistemas. Essa ferramenta faz o empreendedor pensar, pois fornece uma visão holística do negócio, da direção, mas o negócio é vivo e mudanças fazem parte. Um modelo é apenas um mapa, não é o território (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2011).

Essa ferramenta é usada para entender o fluxo de trabalho de uma empresa. Esta é uma atividade que identifica gargalos, falhas e problemas que impedem o crescimento organizacional e a melhoria da missão. Um modelo de negócios corresponde a uma arrumação visual e prática que permite tanto quem elabora, quanto quem consulta, compreender e visualizar da mesma forma os detalhes e a estratégia de um negócio, ou melhor, o “jeito de ser” do empreendimento (MAGRETTA, 2002).

Conhecer e dominar o modelo de negócio é um ponto muito crítico para o sucesso de um empreendimento. Dessa forma uma organização que não tem consciência sobre os principais componentes do seu modelo de negócio acaba ficando em uma posição muito fragilizada, tanto internamente, como no mercado como um todo.

Havendo o entendimento de que o modelo de negócio, em resumo, desenha como as empresas funcionam, é perceptível o quão importante esse fator é na sustentabilidade da empresa. Ele é a base para a criação e entrega de valor para o cliente e para o desdobramento da operação. Nesse sentido, está a importância de aprender e exercer de forma prática, essa ferramenta na disciplina de empreendedorismo, dessa forma é possível entender como o empreendedor inicia o desenvolvimento do seu empreendimento de modo a tornar a sua ideia tangível e passível de avaliação, auxiliando-o a estruturar e unificar os diversos elementos necessários para a elaboração detalhada do seu plano de negócios e a respectiva implantação no negócio (DORNELAS, 2005).

4.1 DESIGN THINKING (O QUE É, A BASE, PARA QUE SERVE, FASES E FERRAMENTAS)

• Design Thinking

Design thinking é uma abordagem antropocêntrica para inovação que usa ferramentas dos designers para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades da tecnologia e os requisitos para o sucesso dos negócios (VIANNA et al., 2012).

Ele é dividido nas seguintes fases :

- **Imersão - Entendimento | Primeiros passos :**

Nessa fase de entendimento o time mergulha de cabeça em um tema que nem sempre é de seu domínio. O resultado disso é a descoberta de um mundo novo de possibilidades a ser explorado.

- **Imersão - Observação | Porque sim:**

Nessa fase é o momento de questionar, sair a campo e explorar o que nele acontece. A pesquisa no Design Thinking é importante para gerar conhecimento profundo sobre o desafio que vem sendo estudado. Entender as reais necessidades das pessoas e como elas se relacionam com o ecossistema permite o olhar empático sobre ele. Entrevistamos as pessoas, observamos os cenários e participamos da experiência para sentir na pele o que elas fazem e o por que das coisas.

- **Imersão - Ponto de Vista | A hora da decisão:**

Essa fase é provavelmente um dos momentos mais difíceis do projeto. Depois de gerar grande quantidade de dados, insights e novas compreensões, é a hora de redefinir o desafio inicial. É momento de organizar a complexidade gerada e decidir o futuro do projeto.

- **Ideação | Um mundo de possibilidades:**

Nessa fase em que as ideias surgem, as vontades de fazer o novo emergem, novos conceitos são introjetados e a vontade de agir e fazer algo com aquilo é grande. As ideias precisam ser analisadas e selecionadas, pois a reta final se aproxima, o tempo começa a diminuir e a decisão precisa acontecer. Após a decisão, é hora de construí-la para ver se faz sentido.

- **Prototipagem:**

Na prototipagem devemos criar algo rápido, ainda que imperfeito, pois o objetivo é mostrar a intenção daquilo ao invés da perfeição. É criar algo que mostre a capacidade e potencial do que está sendo oferecido/criado. É a capacidade de construir algo para causar sensação em alguém, mesmo antes da solução final existir.

- **Teste:**

Networking é importante para validar o seu negócio. Os feedbacks vão dizendo se o seu negócio é legal ou não para as pessoas e ecossistema.

- **Iteração:**

Esse é o momento em que se analisa os feedbacks, para saber que rota traçar. No design thinking, esse é o momento da evolução contínua. Agora com a ideia em prática, é hora de

melhorá-la ainda mais, elevar a barra, ver novas possibilidades que surgirão, novos modos de atuação, para que o produto/serviço vá evoluindo ao longo de sua existência.

4.1.1 PLANO DE NEGÓCIO

Um plano de negócios descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Ele ajudará o empreendedor a saber se a ideia é viável. Além de auxiliar, também, na busca por informações mais detalhadas sobre o setor, produtos e/ou serviços que serão oferecidos, clientes, concorrentes e fornecedores. Um dos principais benefícios de elaborar um plano de negócios é descobrir os pontos fortes e fracos dessa nova ideia. (DORNELAS, 2003)

No plano de negócio estão descritas as características do negócio, de que maneira deve-se trabalhar e as estratégias para alcançar espaço no mercado. Durante a elaboração o processo de aprendizagem e autoconhecimento é desenvolvido, o que permite que o empreendedor situe-se no seu ambiente de negócio. Nele também devem constar as projeções de despesas, receitas e dos resultados financeiros esperados. Muitas empresas funcionam por um bom tempo, mesmo sem um plano de negócio, porém esta é uma opção limitadora e de alto risco, conforme apresenta Dornelas (2003), pesquisas realizadas nos Estados Unidos indicam que um plano de negócio aumenta em sessenta por cento a probabilidade de sucesso dos negócios (DORNELAS, 2003; SALIM et al., 2003).

Já Dornelas (2005), apresenta variações para a estrutura de um plano de negócios, de acordo com o foco da empresa. Abaixo segue uma das estruturas apresentada por Dornelas.

1. Capa: É a primeira parte a ser visualizada por quem lê o plano. **2. Sumário:** Contém o título de cada seção do plano de negócios e a respectiva página onde se encontra.

3. Sumário Executivo: É a principal parte do plano de negócios, por ser uma eficiente forma de entender o todo. Deve responder às perguntas: O quê? Onde? Por quê? Quanto? Como? Quando?

4. Conceito do Negócio: Apresentação (histórico) Visão e Missão (valores e diferenciais do negócio) Oportunidade Produtos e Serviços (resumo conceitual) Aspectos legais e composição societária Certificações, licenças, regulamentações Localização e abrangência Terceiros e parcerias. **5. Mercado e Competidores:** Análise Setorial (análise macro) Mercado Alvo (nicho de mercado) Necessidades do cliente (onde está a oportunidade) Análise dos Competidores Vantagens Competitivas (do negócio e dos concorrentes). **6.**

Equipe de Gestão: Descrição dos principais executivos (pontos fortes, experiência, adequação ao negócio). **7. Produtos e Serviços:** Descrição dos produtos e serviços Benefícios e Diferenciais Utilidade e Apelo Tecnologia, P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), Patentes (PI) Ciclo de Vida Matriz BCG (opcional). **8. Estrutura e Operações:** Organograma Funcional Máquinas e equipamentos necessários Processos de Negócio Processos de Produção e Manufatura Política de Recursos humanos Previsão de Recursos humanos Fornecedores (Serviços, matéria-prima) Infra-estrutura e planta (lay-out) Infra-estrutura tecnológica. **9. Marketing e Vendas:** Posicionamento do Produto/Serviço Praça/Canais Promoção Preço Estratégia e Projeção de Vendas e Market-share Parcerias. **10. Estratégia de Crescimento:** Análise Estratégica (plano de desenvolvimento) •SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) • Objetivos e Metas Cronograma Riscos Críticos do Negócio. **11. Finanças:** Investimentos (usos e fontes) Composição de Custos e Despesas Principais Premissas (base para as projeções financeiras) Evolução dos Resultados Financeiros e Econômicos (5 anos, mensal no ano 1 e semestral/trimestral nos demais) •Demonstrativo de Resultados •Fluxo de Caixa •Balanço Indicadores Financeiros •Taxa Interna de Retorno •Valor Presente Líquido •Breakeven Payback Necessidade de Aporte e Contrapartida Cenários Alternativos Plano incluindo expansão.

A disciplina de empreendedorismo aborda a elaboração do plano de negócios, aplicando atividades práticas de elaboração de um plano, baseado no projeto, essa metodologia é fundamental para visualizar de forma operacional o principal objetivo de um plano de negócios que é mapear, estruturar e desenvolver um empreendimento, analisar o mercado e a concorrência, aumentar as chances de atrair investidores e elaborar um plano de marketing efetivo.

4.1.2 BUSINESS MODEL GENERATION

É uma metodologia criada pelo Suíço Alexander Osterwalder e o Belga Yves Pigneur, com 470 coautores e colaboradores de diversos países, que busca simplificar o processo de criar e entender rapidamente um modelo de negócio e ensaiar algumas inovações de uma forma mais visível e mutável. Em 2010, eles publicaram um livro Business Model Generation, que rapidamente se tornou um best-seller. O BMG apresenta uma abordagem visual para se pensar o Business Model Canvas, que é um painel, que abrange nove setores descritos em blocos: **Segmento de clientes, Proposta de valor, Canais, Relacionamento, Receitas, Custos,**

Parceiros, Atividades e Recursos. Eles fazem parte de quatro pilares: **Oferta, Cliente, Infraestrutura e Finanças.** A ferramenta permite descrever e manipular facilmente modelos de negócios, (NAKAGAWA, 2013).

O modelo foi criado para ser um quadro visual e dinâmico, em contraste com a tradicional descrição linear textual, ele utiliza nove blocos segregados que auxiliam a compreensão das relações complexas entre cada setor e os pontos vitais de um modelo de negócio.

Os autores recomendam imprimir o quadro ou desenhar o mesmo, pois o Canvas é algo visual, o deixando em um ponto fixo e visível para todos que participarão do processo de construção do mesmo. Eles recomendam a utilização de post-its, para que se troque uma ideia quando não estiver satisfeito com o que está no quadro por uma nova ideia. Pode-se começar a fazer o modelo por qualquer quadro, contudo recomendam que comece pela proposta de valor e pelo segmento de clientes, pois nesses blocos estão a essência da empresa. Outro ponto importante é não ter medo de errar, e que ele seja feito em equipe. (OSTERWALDER E PIGNER, 2011).

Segmento de clientes: Define os diferentes grupos de pessoas ou organizações que uma empresa busca alcançar e servir. Os clientes são o âmago de qualquer Modelo de Negócios. Sem clientes, nenhuma empresa pode sobreviver por muito tempo. Tipos de segmentos: Mercado de massa, nicho de mercado, segmentado, diversificada, plataforma multilateral. Para quem estamos criando valor? Quem são nossos consumidores mais importantes?

Proposta de valor: Descreve o pacote de produtos e serviços que criam valor para um Segmento de Clientes específico. É o motivo pelo qual os clientes escolhem uma empresa ou outra. Os valores podem ser: preço, desempenho, design, novidade, personalização, marca, acessibilidade, conveniência, redução de custo, redução de risco, fazendo o que deve ser feito. Que valor entregamos ao cliente? Qual problema estamos ajudando a resolver? Que necessidades estamos satisfazendo? Que conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada segmento de cliente?

Canais: Descreve como uma empresa se comunica e alcança seus Segmentos de Clientes para entregar uma Proposta de Valor. Os canais servem para diversas funções: Ampliar o conhecimento dos clientes, ajudar os clientes no processo de avaliação, permite adquirir os produtos e serviços, leva uma proposta de valor e fornece suporte pós-compra. Os Canais têm cinco fases distintas: Conhecimento; avaliação, compra, entrega e pós-venda. Os canais podem se distinguir em canais diretos e indiretos bem como o entre canais particulares e canais em parceria. Através de quais canais nossos segmentos de cliente querem ser

contatados? Como os alcançamos agora? Como nossos canais se integram? Quais apresentam melhor custo-benefício?

Relacionamento: Descreve os tipos de relação que uma empresa estabelece com Segmentos de Clientes específicos. As relações podem variar desde pessoais até automatizadas. O Relacionamento com Clientes serve para: Conquista do cliente; Retenção do cliente; Ampliação das vendas. Categorias de relacionamento com clientes: Assistência pessoal, Assistência pessoal dedicada, self-service comunidades, serviços automatizados, co-criação. Que tipo de relacionamento cada um dos nossos segmentos de cliente espera que estabeleçamos com eles? Quais já estabelecemos? Qual o custo de cada um?

Fontes de Receitas Representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada Segmento de Clientes (os custos devem ser subtraídos da renda para gerar o lucro). Pode envolver tipos diferentes de fontes: Transação de renda resultante de pagamento único; renda recorrente, resultante de pagamento constante. Maneiras de se gerar Fontes: Vendas de recursos, taxa de uso, taxa de assinatura, empréstimo/aluguel/leasing licenciamento taxa de corretagem, anúncios. Precificação: fixa ou dinâmica. Quais valores nossos clientes estão realmente dispostos a pagar? Pelo que eles pagam atualmente? Como pagam? Como prefeririam pagar? O quanto cada fonte de receita contribui para o total da receita?

Estrutura de Custos Descreve todos os custos envolvidos na operação de um Modelo de Negócios. Este componente descreve os custos mais importantes envolvidos na operação de um Modelo de Negócios específico. Pode ser direcionadas por: Custos e por valor. Pode ter as seguintes características: Custos fixo, custos variáveis, economia de escala, economia de escopo Quais são os custos mais importantes em nosso modelo de negócio? Que recursos principais são mais caros? Quais atividades-chave são mais caras?

Parcerias principais Descreve a rede de fornecedores e os parceiros que põem o Modelo de Negócios para funcionar. Podem ter três motivações: Otimização e economia de escala, Redução de riscos e incertezas, Aquisição de recursos e atividades particulares. Existem quatro tipos de parcerias: Aliança estratégica entre não competidores, competição, Joint venture e relação comprador-fornecedor. Quem são nossos principais parceiros? Quem são nossos fornecedores principais? Que recursos principais estamos adquirindo dos parceiros? Que atividades-chave os parceiros executam?

Dentro da disciplina de empreendedorismo, aprender sobre **Business Model Generation**, tem grande valia, pois nos ensina a ter uma visão sistêmica com base na análise do todo por meio das estruturas de partes e da interação entre elas. Isso viabiliza a cocriação

em que pessoas de diferentes hierarquias podem, juntas, elaborar um Modelo de Negócio que seja mais assertivo para a empresa em diferentes aspectos, o que o torna inovador.

5. A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

A origem da Educação Empreendedora se deu nos Estados Unidos com foco na educação superior, em 1947, as Universidades de Harvard e Michigan introduziram os primeiros programas de EE. A partir de 1980, com a passagem do Ato Bayh-Dole houve um aumento na atividade empreendedora americana, fomentando a transferência de tecnologia e criando um ambiente e redes de inovação e, também empresas e pesquisas em empreendedorismo (LOPES, 2010).

O ensino de empreendedorismo no Brasil se deu na década de 1980 o suíço Ronald Jean Degen iniciou sua disciplina de Diretrizes Administrativas na administração de Empresas - EASP da Fundação Getúlio Vargas - FGV, com o objetivo de incentivar os alunos a empreender como opção de carreira. Degen, (2008) destaca duas categorias de empreendedorismo de acordo com a motivação empreendedora: necessidade e oportunidade. A primeira não diminui o ato de empreender, mas os empreendedores motivados por necessidade não impactam na economia de um país porque seus negócios se desenvolvem sem considerar as novas tecnologias e a inovação. Já na segunda, os empreendedores por oportunidade conseguem um grande impacto no desenvolvimento econômico de um país porque esses são altamente qualificados, consideram as novas tecnologias e desenvolvem negócios baseados em inovações. Assim, o impacto da atividade empreendedora em países industrializados gera mais riqueza que os empreendedores em países em desenvolvimento como é o caso de nosso país:

“Os empreendedores motivados por oportunidade têm maior impacto sobre o crescimento econômico de um país, porque eles, mais bem preparados, desenvolvem mais negócios baseados em inovações e novas tecnologias, e muitos desses negócios têm grande potencial de “crescimento sustentado” , gerando mais riqueza e empregos” (DEGEN, 2008).

Percebe-se, portanto, que a educação empreendedora deve pertencer ao contexto universitário para que as instituições de ensino superior possam promover práticas de apoio ao empreendedorismo que promovam nos alunos uma maior interação entre o conhecimento e as

demandas da sociedade, potencializando a sua formação e o desenvolvimento econômico e social (SCHAEFER; MINELLO, 2016).

O empreendedorismo no mundo globalizado de hoje é desafiador, e as pessoas que podem aplicar o conhecimento de forma inteligente, criativa e inovadora se destacam. O empreendedorismo está associado à inovação, ao profundo conhecimento do potencial do negócio, à sólida formação em gestão e à capacidade de aplicação do conhecimento. (SCHAEFER; MINELLO, 2016)

O grau de escolaridade da população brasileira que empreende é uma das características sociodemográficas analisadas pelo relatório do GEM, que aponta para um elevado crescimento de pessoas que iniciaram um negócio e não têm nenhuma educação formal ou apenas o ensino fundamental incompleto. Nesta categoria analisada, a elevação foi de 104% em 2020 ao comparar com ano anterior. Em contraponto, no ano passado, registou-se uma diminuição de 32% em empreendedores com nível superior ou mais. A educação e a capacitação estão entre as principais recomendações listadas por especialistas ouvidos pela GEM para desenvolver o seu próprio empreendimento (GEM, 2020).

A relevância da educação empreendedora para o desenvolvimento de um país tem ganhado destaque, não somente no território brasileiro, mas em várias outras nações, tendo sido inserida como prioritária nas agendas e discussões políticas, acadêmicas e econômicas, incluindo os mais elevados níveis de debate das Nações Unidas (LIMA et. al., 2015).

No que tange ao Brasil, nota-se a necessidade e a consequente oportunidade de se fomentar uma educação empreendedora que possibilite que uma maior parcela de sua população desenvolva o seu potencial empreendedor (DOLABELA; FILION, 2013).

A educação empreendedora pode alavancar a qualidade da preparação e a quantidade de jovens proativos, inovadores e com iniciativa, tanto para trabalharem em uma atividade autônoma quanto para atuarem em uma organização, ou até mesmo para gerirem seu próprio empreendimento. Em ambas as situações, o resultado reflete no crescimento econômico do país (GUERRA; GRAZZIOTIN, 2010; LIMA et. al., 2014). A educação empreendedora perpassou por um longo caminho nas últimas décadas, e se instalou em disciplinas, programas de formação e atividades preparatórias, entretanto, as pesquisas relacionadas ao tema ainda carecem de mais estudos empíricos e teóricos (LIMA et. al., 2014).

Nesse cenário, não há dúvida de que a pesquisa sobre "empreendedorismo" cresceu consideravelmente em termos de visibilidade e relevância, mas o tema "educação para o

empreendedorismo" ainda carece de um debate mais sólido e fundamentado, que ajude a orientar e amadurecer . Sua divulgação é mais eficiente.

Souza e Guimarães (2006) e Pereira (2010), indicam que as instituições de ensino devem desempenhar um papel de agente promotor, disseminando uma cultura empreendedora em todos os níveis. Neste sentido, Oliveira (2006), diz ser necessário criar, aplicar e disponibilizar mecanismos integradores, uma vez que o evento empreendedor não é um fator isolado e as instituições de ensino constituem uma organização que reúne condições necessárias para promovê-lo.

Desse modo, a ação e reflexão sobre o desempenho exercido pelas instituições de ensino enquanto atores de desenvolvimento regional, no âmbito do ensino do empreendedorismo, também revelam-se importantes.

A abordagem da importância da educação empreendedora no ensino teórico e prático dentro da disciplina de empreendedorismo, nos faz entender como a educação empreendedora contribui para o amadurecimento de competências comportamentais como boa comunicação, criatividade, liderança, negociação, pensamento crítico, proatividade, resiliência e trabalho em equipe. Assim, os alunos conquistam a qualificação e o preparo necessários para buscarem soluções que os permitam superar os desafios do mundo atual e acompanhar as mudanças que vivemos

5.1 ENSINO DE EMPREENDEDORISMO

Os desafios atuais exigem que os estudantes desde da educação básica possuam proficiências desenvolvidas em habilidades relacionadas ao empreendedorismo, atitudes e comportamentos inovadores, identificação e uso de oportunidades, trabalho em equipe, criação de projetos e atitudes e comportamentos que contribuam para o desenvolvimento da sociedade (PEE, 2018).

Desde o século XX, o mundo passou por muitas mudanças, com tecnologias e invenções que revolucionaram a vida das pessoas. Indiscutivelmente, essas mudanças são o resultado da inovação, ou uma nova visão de como usar o que já existe. Por trás destas inovações existem pessoas, ou equipes com um conjunto de características especiais, visionárias, que questionam, investigam, arriscam, que fazem as coisas acontecerem, enfim, que empreendem (DORNELAS, 2001).

A existência de indivíduos denominados empreendedores é condição básica para o surgimento de novos negócios. Como todos sabemos, muitas pessoas criam empresas, mas só os empreendedores podem fazê-las durar e progredir. Dolabela (1999), diz que o empreendedor é o motor da economia, um grande agente de mudanças.

O empreendedorismo é um campo de pesquisa emergente, onde não existe ainda uma teoria estabelecida. Mas não se pode ensinar empreendedorismo da mesma forma que se ensina outras disciplinas de administração. O ensino de empreendedorismo precisa valer-se de estratégias que levem os alunos a definir, estruturar contextos e compreender várias etapas de sua evolução. A educação empreendedora deve ajudar os alunos no seu desenvolvimento, devendo ainda, ser pró-ativa, e utilizar-se de métodos de ensino diversificados, incluindo um acompanhamento pessoal dos objetivos de aprendizagem, individualizado e personalizado a cada participante (FILION, 2000).

Ferreira e Mattos (2003), falam que as práticas de ensino que incentivam o empreendedorismo são aquelas que simulam uma situação de empreendimento e que são atividades práticas, interativas e construtivistas. Para os autores, as metodologias se limitam a simples disseminação de conhecimento muitas vezes inibe o potencial de auto desenvolvimento e criatividade dos alunos. O empreendedorismo não é uma tecnologia, mas uma experiência de vida. Os empresários são formados como resultado da cultura econômica e da ação escolar. Nesse sentido, um conjunto de esforços entre os cursos de negócios executivos e incubadoras de empresas para estimular novos.

Segundo Dornelas (2001), existem vários programas de empreendedorismo sendo trabalhados em universidades e escolas técnicas, sendo que qualquer curso deveria abordar os seguintes aspectos: A identificação e entendimento das habilidades do empreendedor; a forma como ocorre a inovação e o processo empreendedor; a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; como preparar e utilizar um plano de negócios; como identificar fontes e obter financiamentos para o novo empreendimento; como gerenciar e fazer a empresa crescer.

Filion (1999), aponta a responsabilidade do professor no processo de ensino aprendizagem. Ele diz que o trabalho do professor de empreendedorismo requer um comprometimento e empenho que ultrapassam o papel tradicional do professor. Este deve utilizar estruturas que facilitarão o processo de implantação de uma sociedade na qual será possível a eclosão do potencial empreendedor brasileiro. Em relação às técnicas pedagógicas, pode-se dizer que as mais apropriadas são as do tipo ativo-aplicadas, sendo estas jogos de papéis, simulações,

exercícios estruturados, projetos de campo e as atividades ativo-teóricas, como trabalho em equipe, discussões, experimentos e pesquisas, leituras indicadas, análise de artigos (ULRICH; COLE, 1987).

Rushing (1990), identifica uma falha no processo de ensino do empreendedorismo, quando diz que as universidades possuem como característica bastante difundida a cultura de grandes organizações e se esquecem por muitas vezes de dar ênfase aos pequenos empreendimentos, já que são estes os grandes responsáveis pela economia moderna.

O momento que estamos vivenciando pode ser considerado a era do empreendedorismo, uma vez que os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2001).

Dada a importância econômica e social do empreendedorismo, surge a necessidade de ensinar os graduandos a serem empreendedores. Muitos autores fazem questionamentos sobre a possibilidade de se ensinar empreendedorismo. Segundo Dornelas (2001,) anos atrás, acreditava-se que só seria empreendedora a pessoa que nascia com o perfil empreendedor. Os demais indivíduos seriam predestinados ao insucesso no mundo dos negócios. Hoje, porém, esse pensamento mudou. Acredita-se que qualquer pessoa pode ensinar empreendedorismo, desde que os métodos, conteúdos e estratégias de ensino sejam adequados ao processo de aprendizagem do empreendedorismo.

Vale destacar que no Brasil o processo de ensino de empreendedorismo nas universidades vem crescendo, pois elas buscam estimular a criação de novos empreendimentos, agregando a disciplina de empreendedorismo à sua matriz curricular. E esse tipo de formação profissional por meio do ensino do empreendedorismo é a chave para a formação de uma economia competitiva em escala global (TEIXEIRA, 2012).

Para Marcarini; Silveira; Hoeltgebaum (2003) quanto maior for a exposição do estudante à experiência empreendedora e às pequenas empresas, maior será o referencial com o qual ele buscará se identificar e mais significativo será o seu potencial empreendedor.

É nesse sentido que surge o papel das universidades e principalmente da disciplina de empreendedorismo que pela adoção de metodologias ativas, garantem por meio do ensino, que o aluno absorva de forma prática as informações da disciplina e do meio onde ele está inserido e inicie o processo de construção de conhecimentos a respeito do mundo e de si

mesmo. Dessa forma o ensino dessa disciplina, torna -se responsável por disseminar o conhecimento e facilitar a formação e o avanço dos alunos como profissionais.

5.2 METODOLOGIAS DE ENSINO

A educação básica no Brasil passa por grandes desafios e desmontes das políticas, uma vez que o direito à educação é assegurado a apenas uma parcela da população. Entretanto, neste momento de pandemia mundial, trazida pelo novo coronavírus, as desigualdades no ensino ficaram ainda mais evidentes, de forma que os professores precisam incorporar estratégias pedagógicas de ensino para que haja o cumprimento das atividades educacionais propostas sem maiores prejuízos aos alunos (IPEA, 2020).

Na concepção de Veiga (2006), o professor não pode mais ser aquele que tem uma didática definida com papel de apenas ensinar o conteúdo, ele deve assumir seu papel de mentor e facilitador, deve priorizar e intermediar o acesso do aluno à informação. Com isso, suas técnicas devem ser aprimoradas constantemente e seus métodos e metodologias de ensino, conseqüentemente, atender às necessidades que vão surgindo.

Tanto os estudantes quanto a sociedade passaram e estão passando por significativas, grandes e paradigmáticas mudanças, e que por isso, as tradicionais formas de ensinar já não servem, ou não são tão eficientes como no passado, despertando a necessidade de aprimoramento dessas práticas docentes (VAILLANT; MARCELO, 2012).

Para Wall et al. (2008), o processo de ensino-aprendizagem acontece quando o aluno passa a ser protagonista de seu processo de aprendizagem e os professores assumem o papel de mediadores/facilitadores. Silva et al. (2016), refere que a educação não deve ser resumida à simples transferência de conhecimentos, mas deve ser instrumento de conscientização para a sua construção.

É possível constatar a defasagem do processo ensino-aprendizagem em função das metodologias tradicionais de ensino, tratando os alunos como meros expectadores, reprodutores de informação, que são expostos a um modelo de ensino mecanicista, no qual o professor reproduz a informação e o aluno a retém e repete (FUJITA et al. , 2016).

No ensino superior é a busca por metodologias ativas que possibilitem uma prática pedagógica eficaz no sentido de ultrapassar os limites do treinamento exclusivamente técnico e tradicional, para efetivamente alcançar a formação de um sujeito ativo como um ser ético, histórico, crítico, reflexivo, humanizado e transformador do espaço onde está inserido (SUHR, 2016).

Segundo Sobral e Campos (2012), as metodologias ativas de aprendizagem, deixam para trás as práticas passivas e com pouca interação empregadas em sala de aula durante muito tempo. Essas metodologias estimulam a autonomia e a independência dos estudantes, Por serem estratégias de ensino e aprendizado que colocam o estudante no centro do processo de aquisição de conhecimento. Para que ele seja efetivado, o discente precisa ter maturidade e participar ativamente do processo. São exemplos de metodologias ativas: Aprendizagem baseada em problemas, Aprendizagem baseada em projetos, Sala de aula invertida, Gamificação , Estudo de caso, Design thinking, entre outra (BARBOSA E MOURA, 2013).

Aprendizagem baseada em problemas é uma das metodologias ativas mais difundidas. Para ser posta em prática, ela precisa ser dividida em três grandes etapas: Compreensão sobre o problema, Conflito cognitivo e Resolução. Essa metodologia incentiva o trabalho em equipe e a interação entre os membros da turma. Por isso, a ideia é que os problemas simulem situações cotidianas, que podem ser vivenciadas pelos estudantes.

Aprendizagem baseada em projetos o aluno aprende a analisar e a resolver problemas por meio de etapas e ações coordenadas. Ele entende a importância de definir e seguir um plano de ação, com prazos e metas, por exemplo. Outra característica dessa metodologia é que ela pode ser realizada em grupo ou individualmente.

Sala de aula invertida É uma abordagem pedagógica na qual a aula expositiva passa da dimensão da aprendizagem grupal para a dimensão da aprendizagem individual, enquanto o espaço em sala de aula é transformado em um ambiente de aprendizagem dinâmico e interativo, no qual o professor guia os estudantes na aplicação dos conceitos

Gamificação é outra metodologia ativa utilizada e cada vez mais difundida é a gamificação. Ela é definida pela aplicação de jogos em situações de ensino e aprendizado. De modo geral, essa é uma metodologia que gera bastante engajamento entre os estudantes, que se sentem desafiados e estimulados a melhorar para atingir determinado nível ou obter algum ganho ou vantagem. Outra função é incentivar e ensinar a turma a persistir até o final. Há, então, vários modos de gamificar os conteúdos ensinados em sala de aula

Estudo de caso integra o rol das metodologias ativas porque ele coloca os estudantes como sujeitos centrais para a compreensão e resolução do caso apresentado e discutido. Em geral, é utilizado quando há a necessidade de o estudante obter uma técnica prática, e não apenas o conhecimento teórico, sobre determinada função.

Design thinking O foco dessa metodologia são as pessoas e o objetivo é inovar para criar uma solução criativa e eficiente para um problema. Trata-se de uma metodologia ativa de

aprendizagem, pois coloca os envolvidos no centro do problema e os obriga a encontrar soluções. Ela visa olhar para os problemas de novas maneiras, utilizando da lógica, imaginação e intuição, bem como materialização da solução por meio da prototipagem e testagem.

Proporcionar um ambiente de aprendizagem em que há oportunidade para todos os alunos de pensar e interagir com o material de estudo é essencial para promover uma educação transformadora. Essa é a importância das metodologias ativas de aprendizagem (GAROFALO, 2018).

O uso de metodologias ativas na monitoria como forma de abordagem e fixação de conteúdo se torna necessário, uma vez que a mesma permite o diálogo entre discente, monitor e professor como uma forma de troca de conhecimentos e tira dúvidas, facilitando a aproximação e aprendizagem mútua. Assim, ressalta-se que a presente iniciativa de aplicar métodos ativos na aprendizagem foi uma experiência construtiva, positiva, e enriquecedora.

A prática docente se caracteriza pelo constante desafio em propor educação ativa, de forma que articule o processo de ensino-aprendizagem aos métodos e objetivos pretendidos às ações educativas (MAZZIONI, 2013).

A monitoria acadêmica surge como uma importante ferramenta no processo de aquisição de conhecimentos. Inserida de forma legalizada no âmbito acadêmico no dia 28 de novembro de 1968, com a lei Federal nº. 5.540 / artigo 41, estabelecendo que as universidades devem criar funções de monitores para os alunos de graduação (BRASIL, 1968).

Portanto, o conceito de monitoria vai além das expectativas, pois a oportunidade de participar das atividades de monitoria proporciona ao aluno o despertar do interesse pela docência, como também possibilitam novas perspectivas acadêmicas.

A metodologia de ensino serve como pano de fundo da atividade de monitoria. A monitoria na UFRPE é regulamentado pelas. Resoluções N°s 130/88 e 035/2001. Enquanto experiência pedagógica oferecida ao aluno regularmente matriculado em curso de graduação, a monitoria tem por objetivos despertar, no aluno, o interesse pela docência e promover a cooperação entre os corpos docente e discente, em benefício da qualidade do ensino de graduação, ministrado pela Instituição.

A adoção de metodologias ativas na da disciplina de empreendedorismo e na monitoria, como Canvas, projeto, estudo de caso, avaliação 360, sala de aula invertida, design thinking foram muito produtivas, pois possibilitam ao aluno um maior envolvimento e engajamento, Autonomia, inovação e vantagem competitiva além de aprimorar as habilidades de

pensamento crítico, melhorar os índices de motivação dos alunos e diminuir as taxas de reprovação na disciplina, Funcionando como um bom treinamento pois ajudam a preparar o aluno para o mercado de trabalho, onde os benefícios citados são competências comportamentais desejadas.

6. IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA O CURSO DE GASTRONOMIA NA PERSPECTIVA DA MONITORIA - APRESENTAÇÃO DO CURSO, DISCIPLINA E MONITORIA

6.1 CARACTERIZAÇÃO DA MONITORIA

A disciplina de Empreendedorismo, ofertada no 7º período do curso, com carga horária de 60hs, tem em sua grade aulas teóricas e algumas práticas. Abrange o eixo Gestão e Empreendedorismo onde a formação permitirá aos egressos do Curso agregar capacidades gerenciais e estratégicas às organizações da área de alimentos e bebidas. Para tanto, deverão cursar as disciplinas: Planejamento físico e organizacional dos serviços de alimentação, Aplicativos de informática para a gastronomia, Segurança do trabalho, Organização de eventos, Serviço de bar e restaurante, Gestão de pessoas e serviços, Gestão ambiental e responsabilidade social, Ética e legislação: trabalhista e empresarial, Empreendedorismo, Controle de custos aplicado à gastronomia e Projeto de ambientação e design para restaurantes e similares.

A missão da disciplina, além de preparar os estudantes para o mercado de trabalho, é formar cidadãos críticos e conscientes, que possam contribuir como agentes de mudança na sociedade.

O sistema educacional atual se concentra em fornecer conteúdo aos alunos e medir o quão bem esse conteúdo é assimilado. Do ponto de vista das habilidades técnicas para conseguir um bom emprego, essa abordagem está correta. Por outro, ela pode não desenvolver um conjunto de habilidades que tornaria o aluno apto a viver em uma sociedade cada vez mais rápida, digital e competitiva. Ao ingressar no mercado, esse aluno já como profissional descobre que essas habilidades serão cobradas dele, tais como adaptação a mudanças, autoconfiança, trabalho em equipe, planejamento, criatividade, além de várias outras que irão depender da profissão escolhida. Essas mesmas habilidades também são essenciais aos empreendedores, que muitas vezes precisam desenvolvê-las com muitas dificuldades para abrir um negócio. (GIL, A.C 2007)

A proposta da disciplina de empreendedorismo também abrange despertar ideias e atitudes visando desenvolver essas habilidades. Assim, quando chegarem ao mercado, os estudantes poderão aplicar esse conhecimento não só como empreendedores, mas também como executivos, autônomos, empregados ou servidores públicos.

Dessa forma, eles serão profissionais preparados para conviver no ambiente atual de constante transformação devido às novas tecnologias. Essa é a importância do empreendedorismo na educação.

A disciplina de empreendedorismo colabora para o desenvolvimento da carreira profissional dos alunos, independentemente das suas áreas de atuação. Cada vez mais, as empresas apresentam um interesse por candidatos que possuam um perfil empreendedor, o que explica o aumento do empreendedorismo corporativo, conhecido como intraempreendedorismo. E essas companhias não só estimulam seus funcionários a empreenderem, como chegam a desenvolver parcerias com esses novos negócios, visando melhorar seus processos.

Neste contexto, o ensino de empreendedorismo surge como uma vertente. Aprender a ser empreendedor e tornar-se um deles faz parte integrante do currículo de uma série de cursos de graduação, uma vez que o empreendedorismo e o empreendedor fazem parte dos contextos social, econômico, cultural e de negócios, em diversas áreas de atuação. Com este entendimento, há lugar para estudos sobre o ensino de empreendedorismo em IES que oferecem disciplinas específicas neste tema no currículo de seus cursos. A disciplina que aborda conceitos e enfoques referentes ao empreendedorismo e ao empreendedor, desta forma, se constitui no objeto deste estudo

6.1.1 PLANOS DE ENSINO EMPREENDEDORISMO - 2020.1 E 2020.2 (APRESENTAÇÕES E MUDANÇAS)

**DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO: PERÍODO DE REALIZAÇÃO DA
UNIDADE CURRICULAR: 2020.1 (06/4/2021 a 13/07/2021)**

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 horas Teórica: 30 horas Prática: 30 horas

EMENTA (Sinopse do Conteúdo): Fundamentos conceituais de empreendedorismo; Características do empreendedor; Comportamento empreendedor e cultura empreendedora; Identificação de oportunidades de negócios; Inovação e criatividade; Plano de Negócio.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA: Apresentar um quadro conceitual sobre a inovação e o empreendedorismo. Discutir as diferenças entre os empreendedores. Estimular o processo de geração de ideias associadas ao desenvolvimento de novos negócios visando uma mudança comportamental para um perfil empreendedor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: Apresentação da disciplina; A Era do Empreendedorismo; O empreendedorismo e o comportamento empreendedor; Diferenciação entre empreendedor e empresário e a cultura empreendedora; O intra-empreendedorismo e o comportamento intra-empreendedor; Tendências e Moda; Ideias e oportunidades de negócio; Autoconhecimento e Perfil empreendedor; Inovação, Criatividade e agregação de valor; Planejando o empreendimento: Planejamento e Plano de Negócios; Plano de Negócios: análise de mercado e ambiente; Plano de Negócios: plano de marketing; Plano de Negócios: plano operacional;

MÉTODOS DIDÁTICOS DE ENSINO: Comunicações e orientações síncronas e assíncronas. Vídeo aulas e tutoriais em vídeo. Podcasts. Atividades individuais e em grupo. Mediação da aprendizagem e esclarecimento de dúvidas (terça-feira- manhã).

PLATAFORMA DE ENSINO REMOTO: Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA/moodle), google classroom Outras: Telegram, Google Meet, indicações de MOOCs (Coursera, Udemy, entre outros).

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO: Realização e entrega de atividades/implementações postadas no Google Classroom da disciplina no prazo estabelecido (atividades assíncronas).

- 1- VA: (somatório das atividades) pontuação máxima 10 pontos.
- 2- VA: (somatório das atividades e/ou atividade de projeto interdisciplinar) (critério será definido com a turma, de acordo com o perfil) - pontuação máxima 10 pontos.
- Final e 3-VA: Avaliação ou Atividade contemplando todo conteúdo abordado na disciplina - pontuação máxima 10 pontos. (a ser definido pelo professor)

DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO: PERÍODO DE REALIZAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR: 2020.2 (31/08/2021 a 11/12/2021)

CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 horas Teórica: 30 horas Prática: 30 horas

EMENTA (Sinopse do Conteúdo): (Sinopse do Conteúdo) Fundamentos conceituais de empreendedorismo; Características do empreendedor; Comportamento empreendedor e cultura empreendedora; Identificação de oportunidades de negócios; Inovação e criatividade; Plano de Negócio.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA: Apresentar um quadro conceitual sobre a inovação e o empreendedorismo. Discutir as diferenças entre os empreendedores. Estimular o processo de geração de ideias associadas ao desenvolvimento de novos negócios visando uma mudança comportamental para um perfil empreendedor.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO: Apresentação da disciplina; A Era do empreendedorismo; O empreendedorismo e o comportamento empreendedor; Diferenciação entre empreendedor e empresário e a cultura empreendedora; O intra-empreendedorismo e o comportamento intra-empreendedor; Tendências e Moda; Ideias e oportunidade de negócio; 8. Autoconhecimento e Perfil empreendedor; Inovação, Criatividade e agregação de valor; Planejando o empreendimento: Planejamento e ferramentas para modelar o negócio e fazer um plano de negócio; Plano de Negócios;

MÉTODOS DIDÁTICOS DE ENSINO: Comunicações e orientações síncronas e assíncronas, Vídeo aulas e tutoriais em vídeo, Podcasts, Atividades individuais e em grupo, Mediação da aprendizagem e esclarecimento de dúvidas

PLATAFORMA DE ENSINO REMOTO: Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA/moodle)GoogleClassroom(link:<https://classroom.google.com/c/MjI2NTU4NDAYNTU1?cjc=aszucmk>).Outras: Telegram (link <https://t.me/joinchat/9lbke66zAOg1ODVh>), Google Meet, indicações de MOOCs (Coursera, Udemy, entre outros).

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO: Realização e entrega de atividades/implementações postadas no Google Classroom da disciplina no prazo estabelecido (atividades assíncronas).

- 1- VA: (somatório das atividades) pontuação máxima 10 pontos.
- 2- VA: (somatório das atividades e/ou atividade de projeto- plano de negócio (em grupo), (critério será definido com a turma, de acordo com o perfil) - pontuação máxima 10 pontos.
- Final e 3-VA: Avaliação ou Atividade contemplando todo conteúdo abordado na disciplina - pontuação

Vale salientar que as atividades supracitadas também foram adotadas no semestre 2020.2, contudo elas foram invertidas. Ideias e oportunidades de negócios veio como primeiro módulo no semestre 2020.2 e não como segundo como no semestre 2020.1. Essa mudança aconteceu porque percebemos que essa é uma atividade muito elucidativa, pois permite que se

conheça as pessoas na perspectiva de seu propósito de vida, já que no momento as aulas eram à distância e esse contato pessoal com o aluno foi prejudicado, essa atividade nos proporcionou um contato mais íntimo com os alunos e a partir disso conhecê-los além das suas intimidades, mas na perspectiva de propósito de vida, dos gostos, dos interesses e da forma como ele se enxerga no mundo.

7. O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO E A MONITORIA - ATIVIDADES

A monitoria acadêmica realizada no ensino superior é uma modalidade de ensino e aprendizagem que proporciona uma formação integrada ao discente. A prática da monitoria também estabelece uma cooperação mútua e um vínculo entre o discente-monitor e o docente-orientador e promove a vivência das atividades técnicas e didáticas. Como monitor, o estudante aprende muito através da relação interpessoal de troca de saberes. E também se desenvolve vínculos com os alunos, aumentando seu círculo de amizades no ambiente acadêmico, um fator de extrema importância para o bem-estar e progresso do monitor (ANASTASIOU E ALVES, 2006).

A Prática da monitoria é um apoio que auxilia tanto no desenvolvimento dos alunos com dificuldades para aprender, quanto na formação acadêmica do monitor. O exercício da monitoria é percebido como um subsídio necessário à prática docente, pois o aluno-monitor além de complementar seus conhecimentos, adquire habilidades, capacidade de interação e trabalha a postura diante de determinadas situações, seja na vida acadêmica ou na profissional, ou seja, a monitoria atua como uma prática relevante para a formação do estudante ao se caracterizar como uma atividade de iniciação à docência (BATISTA E FRISON, 2009).

Desta forma, a monitoria assume papel importante na formação acadêmica, pois entra como auxílio na aprendizagem do indivíduo e é entendida como instrumento para a melhoria do ensino de graduação. Diante desta realidade, o monitor exerce funções que englobam o auxílio na elaboração do cronograma e planejamento de aulas da disciplina; no preparo e atualização de exercícios e na elaboração e aplicação de provas/exames. Além de soluções de dúvidas, sugestão de bibliografia complementar, orientação de relatórios e nos exercícios, auxiliando nas correções, apoiando e estimulando aos alunos, que procuram a monitoria (BORSATO et al, 2006).

A experiência que descrevo, não sucedeu como o esperado, devido às situações inesperadas, como a pandemia do COVID-19 que trouxe consigo a obrigatoriedade do

distanciamento social. Um dos maiores obstáculos que a pandemia apresentou foi a mudança na forma de assistir a aulas. Na graduação alunos se queixam do cansaço de ficar horas na frente do computador e de terem mais dificuldade para aprender e absorver as informações. Do outro lado da tela, professores batalham para diversificar os formatos de aula, de forma que consigam tanto atrair a atenção, mas também gerar participação.

A minha experiência como aluna da disciplina de empreendedorismo no formato presencial e como monitora da disciplina no formato online, me fez perceber inúmeros desafios nesse formato de ensino, seja por parte do professor como dos alunos. Pois na maioria das aulas online, uma grande parte dos alunos fica com a câmera fechada o que deixa um clima desconfortável, tanto para o professor como para os alunos.

Nesse cenário as ferramentas de comunicação online possibilitaram aos estudantes novos meios de aprendizagem e foram importantes instrumentos nas aulas e monitoria online. Foram feitas a utilização de plataformas digitais para que as aulas fossem ministradas e auxiliasse os alunos a sanar suas dúvidas como o meet, o google classroom, AVA, telegram e email. Nesses canais tanto a professora como a monitora disponibilizaram seus contatos aos alunos, com intuito de ajudar a sanar as possíveis dúvidas que pudessem surgir, decorrentes das aulas ou atividades. Contudo, muito provavelmente em virtude das dificuldades no uso e acesso às novas tecnologias, pude perceber que apenas alguns alunos buscaram auxílio pela monitoria.

Durante a monitoria acadêmica, eu tive a oportunidade de realizar inúmeras atividades como auxiliar na correção dos trabalhos e elaboração de atividades práticas, ministrar aulas sobre alguns assuntos, orientar os alunos nos trabalhos e projetos, além de participar como integrante de um grupo de trabalho que estava desfalcado. Esta foi uma experiência rica em todas as etapas, pois me proporcionou exercitar a rotina dos professores do ensino superior.

7.1 PLATAFORMAS: A SALA DE AULA VIRTUAL E INSTRUMENTO DE COMUNICAÇÃO 2020.1 E 2020.2

O grande crescimento tecnológico, a criação das redes sociais virtuais, geraram a necessidade de novas formas de aprendizado que abrange estes novos meios e tecnologias. Buscando não somente a inserção destes dentro dos AVAs (Ambiente Virtual de Aprendizagem), mas também a mudança do caráter puramente comunicacional destes meios, mas as aplicações educacionais necessárias para o desenvolvimento dos estudantes.

Durante os Semestres letivos 2020.1 e 2020.2 diante da obrigatoriedade do distanciamento social e da interrupção das aulas presenciais, devido a pandemia do COVID-19, o uso de instrumentos tecnológicos, para proporcionar esses encontros virtuais e de comunicação com os alunos foram indispensáveis.

Foram colocados à disposição dos alunos, três canais diretos de comunicação como o E-mail oficial da professora e da monitora, a plataforma Classroom e o aplicativo de mensagens Telegram, esses dois disponibilizados através de links. Em todos esses canais era possível a comunicação através de postagem de mensagens, comentários ou esclarecimento de dúvidas em tempo real tanto pela professora como pela monitora.

Fazendo uma comparação entre a metodologia tradicional e esses novos canais de comunicação que se fez necessário pelo do distanciamento social, imposto pela pandemia, é possível afirmar que essas novas tecnologias educacionais tornaram os processos de aprendizagem mais dinâmicos, atraentes, flexíveis e até mesmo mais eficientes. O modelo tradicional traz diversos problemas na educação, principalmente na oferta de práticas educativas em sala de aula, justamente por estar muito atrelado às metodologias do passado.

Ao invés de buscar novas soluções para os problemas na educação e demandas atuais da sociedade na qual vivemos, a metodologia tradicional parece andar na contramão da chamada era tecnológica, não levando em conta o novo perfil de educador que se forma em meio às tecnologias existentes.

Tendo em vista essa nova configuração social marcada pelos avanços tecnológicos, o professor deixa de ser o centralizador da informação para atuar a favor do conhecimento e com outra característica, a de mediador de saberes. Isso quer dizer que, o educador facilita e direciona o caminho dos alunos, e nesse sentido, cabe aos próprios alunos encontrarem as informações e produzirem o seu próprio conhecimento.

8. ATIVIDADES DE ENSINO (TEORIA E PRÁTICAS) 2020.1 E 2020.2 E A MONITORIA

Os planos de ensino das disciplinas de empreendedorismo de 2020.1 e 2020.2 compreenderam os períodos de 06 de abril de 2021 a 13 de julho de 2021 e 31 de agosto de 2021 a 11 de dezembro de 2021 respectivamente ambos com carga horária de 60 horas sendo dividida entre teoria e prática. tiveram como método didático de ensino encontros Síncronos e Assíncronos, Videos aula e tutoriais em vídeo, podcasts, atividades individuais e em grupos.

Ministrados em plataforma de ensino remoto como o google classroom, telegram, google meet. Foram disponibilizados material para leitura complementar e alguns dos obrigatórios na sala de sala google no tópico repositório da disciplina, bem como foram disponibilizados os planos de ensino dos respectivos semestre supracitados, estes visam servir de instrumentos para aprofundamento do conhecimento acerca das diversas temáticas abordadas na disciplina.

No plano 2020.1 o semestre foi dividido em 5 módulos. No primeiro módulo foi abordado o assunto empreendedorismo e intraempreendedorismo, esse módulo que foi iniciado com a apresentação da disciplina. Logo em seguida teve início a primeira aula sobre empreendedorismo. Como forma de exercitar o tema foi passada a primeira atividade, que foi a elaboração de um mapa conceitual sobre empreendedorismo. Essa atividade consistiu em elaborar um mapa conceitual manual ou digital, para essa opção foi disponibilizada uma ferramenta em um site específico, para elaboração desse mapa. Esses mapas foram postados e posteriormente analisados pelos próprios alunos, onde eles escolheram dois mapas conceituais entre eles, com o intuito de analisar e eleger um deles como o melhor e o outro indicando um ponto a ser melhorado, tendo que justificar suas escolhas.

Essa é uma metodologia ativa, chamada de 360, o objetivo dela é que o aluno aprenda avaliando a atividade do colega e se autoavaliando. Além de propor a integração e o trabalho em equipe para que o aluno construa o conhecimento de forma participativa, desenvolvendo todas as suas habilidades e potencializando o aprendizado.

Um mapa conceitual é a representação gráfica por meio de um esquema de um conjunto de ideias ligadas por meio de conectores. A disposição dos conceitos dessa forma torna-os mais fáceis de serem compreendidos. Esse tipo de esquema mostra a relação entre os conceitos e ideias e abrange desde conceitos mais abrangentes até conceitos mais inclusivos, ou seja, os conceitos são gradativamente desdobrados em conceitos secundários e assim sucessivamente, criando um tipo de hierarquia (MOREIRA, M. A. 1980).

Pelos mapas conceituais nós podemos representar conhecimento interligando-o por meio de linhas, que podem ter rótulos (designações) para descrever a relação entre os conceitos ligados. Por meio dos mapas conceituais os alunos passam a enxergar os conceitos de maneira menos repetitiva e mais de maneira hierarquizada e relacionada. (AUSUBEL, 2003)

Aprender sobre construção de mapas conceituais dentro da disciplina de empreendedorismo é de suma importância. Pois eles exercem um cunho pedagógico dentro da área do ensino como a função de auxiliar os futuros empreendedores a formular e a planejar seus negócios.

Como monitora eu me inserir nessa atividade auxiliando a professora na avaliação e correção desses mapas, para posteriormente debatemos a respeito. Essa experiência me fez rever a gama de funcionalidades de onde podemos aplicar esses mapas conceituais, já que são linguagens que descrevem e comunicam conceitos e suas relações, organizam e representam o conhecimento, e tornam as informações mais acessíveis. Como ferramenta metacognitiva, apoia a verbalização do conhecimento.

A aula seguinte do módulo um, abordou o assunto intraempreendedorismo. Baseado nesse assunto, foi solicitada uma atividade que consistia que os alunos assistissem um filme chamado " OS CROODS" , Tratasse de uma animação que apesar de ser voltada para o público infantil, traz lições valiosas para empreendedores. A sinopse do filme apresenta a história de uma família em plena pré-história, a família Crood vive a maior parte do tempo em uma caverna com medo do mundo exterior; mesmo quando os continentes começam a se separar, colocando em risco a sobrevivência deles, o chefe Grug prefere permanecer onde está e não se arriscar e cabe à filha adolescente Eep encontrar um meio de salvá-los;

Essa atividade teve como objetivo despertar de forma lúdica, o senso de observação, pois eles avaliam sob uma perspectiva de empreendedorismo, aplicando um olhar avaliativo do comportamento empreendedor e intraempreendedor ou empreendedor corporativo. Nesse contexto é possível observar como o processo de mudança existente no filme afeta os colaboradores. Percebe-se como cada personagem representa essa diversidade de sensações que os indivíduos sentem quando estão nesse processo.

A segunda parte dessa atividade foi os alunos formarem grupos de no mínimo cinco e no máximo seis integrantes. Cada participante do grupo escolheu um personagem do filme : Grug;. A jovem Eep;. A vovó; O Guy;. A esposa Ugga; O garoto Thunk ou a pequena e feroz Sandy. Para representarem e desenvolverem um debate/discussão baseado em um roteiro de perguntas já estabelecidas, foram elas:

- O empreendedorismo está presente no filme? Justifique.
- Existem personagens que têm o empreendedorismo desenvolvido ou se comportam como empreendedores?
- Quem se comporta e quem não se comporta como empreendedor? Justifique.
- De acordo com o filme e a teoria dada em sala quem não é empreendedor pode ser empreendedor? Justifique.
- Se o filme retratasse uma empresa familiar e a entrada de um novo funcionário na empresa, como você analisaria a empresa e os personagens?

- Qual a importância do empreendedorismo para a empresa X sociedade (o coletivo)?
- Qual a importância do empreendedorismo para a vida de cada um de nós (individual)?
Justifique.

Esse debate teve o tempo mínimo de 45min e foi feito no grupo via "Whatsapp" intitulado com o nome do filme. Após a conclusão, o debate foi enviado na íntegra para a professora.

O objetivo dessa atividade dentro da disciplina é fazer os alunos aprenderem de uma forma lúdica sobre o empreendedorismo e intraempreendedorismo. O filme sob a ótica empreendedora é rico em detalhes relativos às características comportamentais do empreendedor, como: A busca de fazer as mesmas coisas mas de maneira diferente; Coragem para arriscar mesmo em ambientes hostis e desconhecidos; Criatividade; Perseverança.

Como monitora eu auxiliei a professora na leitura dos scripts postados nos grupos pelos alunos e também participei como ouvinte do debate relacionado ao filme, entre os alunos. Essa atividade me deu a oportunidade de ter um outro olhar, a partir da leitura feita pelos alunos, sobre outros aspectos relacionados ao empreendedorismo, que outrora não havia despertado em mim.

O feedback dos alunos acerca dessa atividade foi bastante positiva e produtiva, haja vista que esse filme já havia sido visto por muitos deles, contudo sem essa visão empreendedora. Dessa forma, muitos deles se comprometeram em assistir novamente na companhia de seus familiares, apontando os aspectos, pertinentes ao assunto agora conhecidos.

No 2º módulo abordando foi um que contemplava IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS. A primeira atividade proposta foi fazer a leitura do material indicado, respondendo as missões que levam a descoberta do IKIGAI; Postando o Link com um vídeo estilo "pitch" de 2min, falando do seu ikigai ou sobre a experiência de fazer a atividade.

No plano de 2020.2 o semestre foi dividido em 4 módulos. O primeiro módulo abordando IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS, teve início com a aula de apresentação da disciplina de empreendedorismo. A primeira atividade proposta foi fazer a leitura do material indicado, respondendo as missões que levam a descoberta do IKIGAI; Postando o Link com um vídeo estilo "pitch" de 2min, falando do seu ikigai ou sobre a experiência de fazer a atividade.

Ikigai (missão de vida) é um termo japonês que descreve sua motivação para viver. É uma maneira filosófica de descrever a busca de uma carreira ou projeto de vida. Para Rosa (2015) Por mais longa que seja essa jornada de descoberta, encontrá-la é fundamental. Quanto mais

cedo procurar seus “ikigai” escondidos, mais cedo descobrirá o que traz significado à sua vida. (AFRÂNIO, 2015).

A adoção do ikigai possibilita uma reflexão que se inicia com uma jornada de autodescoberta e auto conhecimento. Esse processo obtém informações que podem ser valiosas para o crescimento pessoal e profissional. Essa filosofia propõe um movimento contínuo pela motivação diária, fornecendo a energia necessária para uma vida ativa e repleta de sentido (ROSA, CLÁUDIO AFRÂNIO, 2015).

O conceito de Ikigai também pode ser aplicado ao negócio. Nessa visão, é preciso descobrir a razão de sua empresa existir. Atuar a partir disso traz mais saúde ao ambiente e às finanças. Os colaboradores também se sentem mais entusiasmados a bater metas. Os clientes, por sua vez, sentem-se mais propensos a estabelecer longas relações com a marca.

Trazer esse conteúdo para as aulas de empreendedorismo faz com que os alunos possam se conectar um pouco consigo mesmos, ou seja, perceber suas vontades, pontos fortes e o que poderiam fazer para melhorarem o mundo. Esse é um desafio para muitos que, em alguns casos, jamais pensaram sobre isso, pelo menos não de forma sistematizada. No empreendedorismo o Ikigai proporciona uma forma de otimizar a atuação e melhora as relações com clientes e colaboradores.

Essa reflexão oferece um olhar um pouco mais profundo sobre seus desejos e vontades. Essa atividade é considerada desafiadora pelos alunos, pois os levam a um momento de reflexão que não está dentro da sua rotina.

A minha contribuição como monitora, foi assistir os vídeos postados pelos alunos e junto com a professora analisamos e discutimos para ser deliberada a nota. Essa atividade foi uma oportunidade de conhecer os alunos em sua intimidade, seus gostos, suas paixões, interesses, trajetórias, além de me dar a oportunidade de autoconhecimento para avaliar de forma mais clara sobre a vida que estou construindo no dia a dia. Vale ressaltar que no semestre 2020.2 esse assunto foi posto como primeiro, devido a riqueza com que o aluno se apresenta, o que nos fez o conhecer em sua intimidade e como o empreendedorismo pode fazer sentido enquanto propósito na vida de cada um.

O quarto módulo do semestre, abordou Ferramentas e Modelagem de negócios, esse módulo foi dividido em duas partes a 3.1 e a 3.2.

Na primeira parte 3.1 foi abordado na aula o Design Thinking e teve como atividade a elaboração de um seminário em dupla abordando essa ferramenta, o objetivo proposto foi a Escolha de uma ferramenta do design thinking, com a elaboração de um vídeo de 7 minutos

falando da ferramenta e da sua aplicação, devendo ser Postado o link do vídeo no YouTube. Os vídeos postados deveriam ser assistidos e cada integrante da dupla deveria escolher o vídeo de um colega e fazer comentários, avaliando-o de forma construtiva, juntamente com uma auto avaliação do próprio vídeo.

Design thinking é o termo utilizado para se referir ao processo de pensamento crítico e criativo, possibilitando a organização de ideias de modo a estimular tomadas de decisão e a busca por conhecimento (MAURICIO VIANA et al. 2012).

É uma abordagem focada no ser humano que vê na multidisciplinaridade, colaboração e tangibilização de pensamentos e processos, caminhos que levam a soluções inovadoras para negócios. Design Thinking se refere à maneira do designer de pensar, que utiliza um tipo de raciocínio pouco convencional no meio empresarial, o pensamento abduutivo. Assim, ao pensar de maneira abduativa, a solução não é derivada do problema: ela se encaixa nele (MAURICIO VIANA et al. 2012).

Em um cenário no qual os clientes estão cada vez mais exigentes e impacientes, o design thinking pode ser a chave para melhorar essa relação e satisfazer o público (VIANA et al. 2012).

O *design thinking* está ligado ao processo criativo. Na educação, dialoga com o ensino baseado por meio de projetos e resolução de problemas. Na disciplina de empreendedorismo, foi solicitado aos alunos a elaboração de um seminário, pela amplitude do assunto e a existência de várias ferramentas, a partir disso eles poderiam utilizar nos projetos a serem desenvolvidos na disciplina.

Nessa atividade Como monitora minha contribuição foi assistir as apresentações e auxiliar os alunos nas possíveis dúvidas. Posteriormente junto com a professora fizemos um debate com relação aos trabalhos. O assunto Design Thinks, me trouxe a oportunidade de poder formular questionamentos através da apreensão ou compreensão dos fenômenos, ou seja, são formuladas perguntas a serem respondidas a partir das informações coletadas durante a observação do universo que permeia o problema. Com relação aos comentários postados, notamos que as críticas expostas, muitas vezes se igualavam ao nosso ponto de vista acerca de cada seminário bem como nos comentários dos mapas conceituais.

O Módulo cinco do semestre teve como assunto abordado, inovação. Esse assunto foi dado na primeira aula deste módulo, em seguida foi proposto como atividade um desafio, que consistiu na formação de duplas entre os alunos onde escolheram entre duas opções sugeridas pela professora. A primeira foi “Eu desafio duplas a escolherem dois utensílios domésticos

não relacionados que nunca tenham sido combinados ex: vaso de flor e sapato, a escolha dos itens é livre.”

Devem descobrir uma forma de combinar os dois para criar algo valiosos. Irão apresentar o planejamento, o processo e o resultado na aula. (devem começar entendendo o que é valor para daí avançarem no desafio).

A segunda opção foi: O que você jogou fora hoje? garrafas, latas, papel, canetas, equipamento eletrônico, eletrodomésticos, caixas de papelão, caixas de leite, caixas de cereais, sapatos, sacos de sanduíche, embalagens de doces, caroços de maçã, elásticos, chiclete, frascos de xampu, folha de alumínio, notas adesivas, tubo de pasta de dente, recipientes de fast food, meia tonelada, canudo, sachês de açúcar, palitos de madeira, recipientes de isopor, borra de café, canhotos de ingressos, etc.

“Eu desafio uma dupla a criarem o máximo de valor possível ao conteúdo de uma lata de lixo”. (devem começar entendendo o que é valor e depois o que é lixo, para daí avançarem no desafio). Irão apresentar o planejamento, o processo e o resultado na aula.

Seu desafio é pegar o conteúdo de uma lata de lixo e criar o máximo de valor possível usando o conteúdo. O valor pode ser medido da maneira que você quiser.

Nesse sentido entende-se que : o conhecimento é o combustível para a imaginação; a imaginação é a catalisadora da transformação do conhecimento em ideias; Esse processo é influenciado por diversos fatores do ambiente; A atitude é uma faísca para inovação.

O objetivo dessa atividade foi usar a criatividade para inovar, descobrindo uma forma de combinar dois itens de uso distinto, para criar algo valioso. Essa atividade teve como propósito fazer os alunos entenderem o conceito de valor. Nessa metodologia Aprendizagem baseada em projetos o aluno precisa se esforçar para explorar as soluções possíveis dentro de um contexto específico, seja utilizando a tecnologia, ou pelos diversos recursos disponíveis, o que incentiva a capacidade de desenvolver um perfil investigativo e crítico perante alguma situação.

Essa atividade foi apresentada pelas duplas descrevendo suas etapas desde o planejamento até o resultado final. Os resultados desses trabalhos foram surpreendentes, foram apresentados vários tipos de produtos funcionais com o que seria lixo, como : Caixa de leite tetra park, caixas de papelão, tecido, garrafas pets, cd's entre outros. Transformados em vários produtos com utilidade, como peso de porta, descanso para os pés, Monitor moldura, entre outros. Tomando como exemplo dois desses produtos criados, se mostraram bastante úteis. foram eles: Uma Paleta de tintas e um Riga gnocchi (enrolador de nhoque). A paleta de tintas,

foi desenvolvida com o objetivo de utilizar a tinta de forma integral e evitar a mistura das cores, foram utilizados como material para elaboração desse produto CD, garrafa Pet, anel de latinha, tesoura, cola, lixa. As tampas foram cortadas logo abaixo do gargalo e coladas no CD em formato de cruz, com o objetivo de armazenar as tintas, uma outra tampa colada no centro com o objetivo de armazenar a água, para lavar o pincel, O fundo da garrafa Pet foi colada no lado oposto do CD, com o objetivo de servir como um suporte da paleta, o anel da latinha foi colada na margem do CD, com o objetivo de ser o suporte do pincel.

Esse produto foi testado por crianças (filhos do aluno) e aprovado. Eles relataram um retorno bem positivo acerca dessa atividade, já que resolveu um problema (dor), vivenciado pelas crianças, que era o não aproveitamento integral das tintas e a mistura das cores. Além de resolver o problema, também estimulou a reciclagem e a criatividade nas crianças, já que elas também participaram da execução da paleta de tintas.

O Riga Gnocchi (Enrolador para nhoque), é um produto de grande utilidade na cozinha, mas nem sempre temos esse utensílio disponível. Diante da necessidade da utilização do mesmo e do reaproveitamento de palitos de churrasco ou hashi, esse muito utilizado em restaurantes de culinária oriental e descartado sem nenhuma utilidade, após o seu uso, surgiu da necessidade de elaborar um enrolador de nhoque, tendo como objetivo principal o reuso desse “lixo”. Esse produto foi desenvolvido utilizando esses palitos, liga elástica ou fita adesiva e filme plástico.

Na execução do produto os palitos foram unidos de dois em dois com fita adesiva ou liga elástica a fim de formar uma prancha de estrutura rígida, depois de pronta envolver com papel filme, com o intuito de proteger o produto do desgaste e manter a higiene. Na devolutiva da dupla eles enfatizaram que o resultado final e utilização desse utensílio teve um resultado bastante satisfatório, seja no reaproveitamento dos palitos e no uso da prancha para fazer nhoque.

Como monitora eu assisti as apresentações e depois junto com a professora debatemos a respeito dos trabalhos. Essa foi uma experiência muito produtiva tanto para os alunos como para mim, de forma lúdica a criatividade é estimulada e a partir disso surgem as ideias, além de transformar o conceito de valor e lixo.

O módulo 3.2, foi iniciado com uma aula abordando o tema (CANVAS), em seguida foi passada uma atividade propondo aos alunos que se dividissem em grupos para estudar o Canvas de forma geral, compreendendo os conceitos do que é modelagem de negócios e como se elabora. Em seguida devem se reunir de um modo geral cada grupo via google meet ou

outro sistema . Devem falar o que aprenderam para os demais e devem acordar quem vai ficar com que peça do quebra-cabeça 1, 2, 3, 4, 5,6, 7. Em um terceiro momento devem pesquisar seus pontos ou peça do quebra-cabeça escolhida, e devem agendar um meet com os integrantes dos outros grupos que tem a mesma peça do quebra cabeça que você e devem conversar sobre o que aprenderam, Juntos devem fazer um mapa conceitual teórico da sua peça do Canvas.

Quarto momento cada um volta ao seu grupo de origem conta o que aprendeu e juntos devem fazer um mapa conceitual teórico do Canvas completo . Também gravem esse encontro, para que possamos assistir depois . Salienta-se que este método é considerado ativo e chamado método quebra-cabeça. **Recursos, Atividades, Seguimento de clientes, Relacionamento com cliente, Canais, Proposta de Valor, Custos, Parcerias.**

A abordagem desse assunto na disciplina de empreendedorismo é de grande valor. Pois o objetivo principal dessa atividade é fazer com que o aluno faça um planejamento correto e assertivo de uma forma pouco burocrática tendo diversos insights e ideias durante o processo.

Nesse módulo também foi proposta uma atividade para a turma do semestre 2020.1, onde foi sugerido a turma, que assistissem o filme **Joy : o nome do sucesso**, com o objetivo de observarem a modelagem de negócios. Esse filme é baseado numa história verídica, Joy Mangano é apresentada como a garota prodígio responsável por diversas invenções. Na linha de frente de uma família conturbada e com dificuldades financeiras, ela enfrentou muitos desafios até fazer com que uma dessas invenções fosse produzida e distribuída.

A abordagem desse assunto na disciplina de empreendedorismo é de grande valor. Pois o objetivo principal dessa atividade é fazer com que o aluno faça um planejamento correto e assertivo de uma forma pouco burocrática tendo diversos insights e ideias durante o processo.

Na monitoria eu tive a oportunidade de aprender esse assunto, já que na minha turma ele não foi abordado No semestre 2020.1 eu pude participar da atividade me juntando a um dos grupos de alunos, que estava desfalcado. Foi um desafio pois nunca tinha feito uma reunião para ajuste de trabalho de forma virtual. No semestre 2020.2 eu tive a oportunidade de poder preparar uma aula sobre um dos tópicos do canvas (Proposta de valor).

Nessa atividade também estranhei um pouco já que tive que dar essa aula virtualmente também, isso me deixou bem insegura já que a maioria das câmeras ficaram desligadas. Ambas experiências na monitoria foram muito positivas já que como empreendedora eu pude ter uma visão geral de como a minha empresa funciona, ou seja, me proporcionou uma

clareza em como uma empresa entrega valor ao seu cliente e os caminhos que devem ser seguidos para isso.

O módulo quatro do semestre foi iniciado com Plano de negócios foi ministrada uma aula, onde foi abordado esse assunto. Como atividade proposta foi disponibilizado um material de apoio para ser lido sobre Plano de negócio.

Para a turma 2020.2 foi passado um estudo de caso da ORGANIKA, empresa de produtos orgânicos no qual eles tinham que ler o plano de negócio e dali abstrair o modelo de negócio - Canvas e entregar este na forma de relatório.

8.1 ATIVIDADES AVALIATIVAS 1ºVA, 2ºVA, 3ºVA E FINAL - 2020.1 E 2020.2 E A MONITORIA

No Semestre 2020.1 a primeira verificação de aprendizagem foi determinada para ser o somatório da pontuação de todas atividades que foram: Atividade mapa mental + avaliação 360 (empreendedorismo); Debate dos Croods; Ikigai, Seminário design thinking e avaliação 360, Quebra-cabeça canvas e mapa das peças e do canvas; Estudo de caso Canvas Joy e Start do projeto final com foco para 1VA na definição do problema e escopo a ser desenvolvido. Salientando eu este projeto seria executado e concluído na 2VA. Para tanto foram passados vídeos que abordavam o tema : **A teoria da efetivação**. Na sequência aconteceu uma reunião com toda a turma onde foram passadas as instruções para a elaboração de um projeto, tendo como tema **“Problemas são somente oportunidades disfarçadas para o design e empreendedores”**. Esse projeto foi dividido em duas fases. A base para a elaboração do relatório deste projeto, foi um modelo disponibilizado na plataforma, esse módulo foi fechado com uma reunião, bem como qual os alunos deveriam escolher que trilha queriam seguir: Trilha 1 tema livre no qual os alunos iriam identificar um problema e trabalhar ele no projeto por meio da aprendizagem calcada em desafio e trilha 2 em que se dava um problema por meio da aprendizagem calcada em problema e os alunos desenvolveriam o projeto. Nesta turma inicialmente todos optaram por tema livre, contudo foi dada a oportunidade após a 1VA de refletirem se preferiam trilha A ou B, com isso em especial tivemos um grupo que optou por fazer a trilha A e três grupos que optaram pela trilha B.

Para o grupo que seguiu a trilha A o escopo do projeto para 1VA foi organizado da seguinte forma. **Na primeira fase**, o desafio é o ponto inicial de todo processo de design, é o que leva você a trabalhar. Saber definir corretamente a pergunta “como podemos” é essencial

para encontrar seu desafio. A questão deve ser suficientemente ampla para permitir possibilidades inesperadas, mas suficientemente estreita para que se tenha foco. (Tendo cuidado para não incluir a resposta na pergunta). Encontrar oportunidades é resultado da percepção de um problema. Algumas vezes elas aparecem como desejos, outras vezes como reclamações.

Exs: “Como podemos iniciar um novo negócio, na área de alimentação, rentável e diferenciado?” ou “Como podemos tornar a sala de aula um espaço mais criativo?”. ou Como podemos redesenhar bibliotecas para que sejam flexíveis para usos colaborativos barulhentos e usos contemplativos quietos? Como podemos criar um modo sistemático de revisar, discutir e apoiar estudantes com baixo desempenho? Como podemos trazer a “real” comunidade chinesa para as aulas de chinês e preparar meus alunos a fazer conexões mais autênticas com o mundo chinês? Como podemos ter colaboração de outros órgãos públicos para que as escolas possam ter mais serviços à sua disposição?

Com base em tudo que pesquisaram, precisaram elencar um problema que será tratado enquanto desafio. Juntos preencham a lacuna: Tema:/ Problema:/ Desafio.

Exs: Tema: comida/ Problema: alimentar a mente. Desafio: “Como conectar pessoas que desejam se desfazer de livros com pessoas que desejam adquiri-los a fim de usar os mesmos como combustível para alimentar a mente?”

Na segunda fase: Da imersão ao entendimento do desafio estratégico Conhecimento pré-existente e não existente (o que sabem e o que precisam saber) e mapeamento de atores e segmento de clientes Compartilhe o que vocês sabem. As chances de saberem algo sobre o tema são grandes. Compartilhe o que sabem, para então poder construir sobre essa base e focar-se nas descobertas do que não se sabe. Compartilhe e exponha o desafio em um lugar onde todo mundo possa ver. Com o grupo, escreva o que se sabe sobre o novo tema. Coloque cada informação em um papel adesivo (tipo post-it). Leia cada um dos seus papéis adesivos em voz alta, e os pendure abaixo do desafio. Peça feedback para as outras pessoas e discuta todos os aspectos que aparecerem. Defina o que quer saber como exemplo para entender a dor ou problema devemos usar o mapa da empatia. Escreva e compartilhe o que não sabe ou ainda não entendeu sobre o desafio. Exponha essas questões em uma área diferente.

Construa sobre o conhecimento que você já tem e trabalhe na forma de questões aquilo que precisa saber. Apresenta os tópicos ou um texto sobre o que sabem e a forma de perguntas aquilo que não sabe. (possivelmente esses textos irão compor o contexto de oportunidade, o problema e dados de mercado (no caso o que se sabe oriundo das pesquisas exploratórias e

desk), já o que não se sabe servirá para construir instrumentos de pesquisas) Identificando atores e segmento de clientes.

Para que?: Identifique o propósito do desafio (descubra por que esse problema é tão importante e por que vale a pena investir tempo e outros recursos para tentar resolvê-lo).

Sinais de sucesso? Identifique quais são os indicadores de sucesso e quais são **Sinais de fracasso; Para quem?** Evidencie qual o público que se espera atingir com esse projeto; **Atores-chave?**

Com a entrega desse relatório do projeto, foi definida a nota da primeira verificação de aprendizagem.

A segunda verificação de aprendizagem do semestre 2020.1 foi iniciada com a divulgação do roteiro para servir de guia para elaboração do projeto **Trilha A**. Esse projeto já havia sido iniciado na composição da primeira verificação de aprendizagem.

Os dois outros encontros seguintes com a turma foram para tirar dúvidas e prestar orientações acerca do projeto. Em seguida foi ministrada pela monitora, uma aula abordando um dos tópicos do modelo CANVAS, proposta de valor. A atividade seguinte foi o desenvolvimento do projeto para quem escolheu a Trilha A e **Trilha B**. Para quem escolheu Trilha B essa atividade teve como objetivo introduzir o Design Thinking, de maneira prática, com foco nas principais etapas que definem essa metodologia. A turma se dividiu em três grupos de quatro integrantes e dentro deste grupo foram montados dois grupos diferentes: os “projetistas” (design-thinkers) e os “clientes-alunos-projetista”. Eles tinham o seguinte desafio: O DESAFIO: Digamos que a UFRPE abra um processo seletivo de concessão de uso do espaço para montagem de um café na UFRPE, para atender a comunidade acadêmica. Os alunos devem criar uma opção de Cafeteria para UFRPE, produzindo como produto final um protótipo da ideia.

Durante o semestre de 2020.1 Alguns alunos da turma, sentiram dificuldades na operacionalização do trabalho e como sugestão a coordenação esquematizou um plano no excel com cada etapa do cronograma a ser seguida. Esse plano deu certo e por isso foi adotado também no semestre seguinte 2020.2.

A atividade seguinte foi fazer as postagens dos projetos das respectivas trilhas escolhidas e a repostagem, para quem tivesse interesse em aumentar a nota, do trabalho do filme Joy : o nome do sucesso. A nota final da segunda verificação de aprendizagem do semestre 2020.1 foi fruto da execução desses projetos.

A terceira verificação de aprendizagem e a prova Final do semestre 2020.1 Foi uma prova contemplando todo o assunto dado no semestre.

No semestre e 2020.2 a primeira verificação de aprendizagem foi determinada para ser o somatório da pontuação de todas atividades que foram: Ikigai, Atividade mapa mental + avaliação 360 (empreendedorismo); Debate dos Croods; Seminário design thinking e avaliação 360, Quebra-cabeça canvas e mapa das peças e do canvas; Estudo de caso Canvas x Plano de negócio - ORGANIKA .

No encontro seguinte foi feita uma reunião com a turma para que escolhessem o tipo de trilha que queriam seguir com o projeto da 2VA, se queriam um tema pré-determinado em que tinha que encontrara um desafio / problema a ser seguido e assim trabalhando com a metodologia ativa aprendizagem calcada em desafio ou se queriam trabalhar com a trilha que dava o desafio e que era calcada na a aprendizagem calcada em problema, também sendo uma metodologia ativa. Por votação escolheram aprendizagem calcada em desafio e a temática escolhida foi mercado PET.

Assim o start da segunda verificação de aprendizagem do semestre 2020.2 foi iniciada com uma palestra com uma empreendedora do setor pet, formada em gastronomia e as instruções acerca do roteiro do plano de negócio que deviam construir. A aula seguinte abordou as instruções e postagem do Modelo de negócios. O objetivo foi introduzir o Design Thinking, de maneira prática, com foco nas principais etapas que definem essa metodologia e aplicação do modelo do canvas e plano de negócio. A turma se dividiu em grupos, para trabalhar.

O TEMA: Maior permanência em casa e isolamento social da pandemia contribuíram para que o País encerrasse 2020 com um faturamento superior a R\$ 40 bilhões e crescimento de 13,5% no mercado pet .(Fonte:<https://mercadoeconsumo.com.br/2021/06/17/crescimento-e-oportunidades-do-mercado-pet-no-brasil/>).

A partir do tema os grupos deviam encontrar um desafio - problema, a ser entendido, pesquisado, validado. Deviam idealizar uma solução na forma de modelo de negócio, tendo como produto final um relatório. Nele deviam explicar detalhadamente, como desenvolveram cada fase do design thinking, que ferramentas usaram, explicar o produto final de cada etapa, para no fim deviam apresentar um protótipo da ideia final de modelo de negócio validado pelo cliente-usuário.

Como resultados tivemos um projeto que focou em: Proporcionar aos tutores de animais um restaurante petfriendly, onde pessoas e animais pudessem desfrutar de um ambiente

tranquilo e realizarem suas refeições, oferecendo um ambiente diferenciado como espaço ao ar livre, onde os tutores possam interagir com seus animais de estimação.

E outro projeto que objetivou auxiliar tutores de pets a fornecer mais opções de lazer, entretenimento e melhorias na qualidade de alimentação dos animais com base em produtos naturais.

Outro projeto foi o PETBOX é uma empresa voltada para pais/mães ou tutores de pets, que consomem produtos para comemorações e festividades com seus bichinhos, que tratam seus pets como parte da família ao invés de um animal de guarda.

A terceira verificação de aprendizagem e a prova final foram provas contemplando todo o assunto dado.

Fazendo uma avaliação, sob o ponto de vista da monitoria, os semestres 2020.1 e 2020.2 foram finalizados de forma bastante produtiva. Grande parte dos alunos presentes nessas turmas mostraram empenho, comprometimento, participação e responsabilidade na entrega das atividades, o que resultou em um bom aproveitamento dos alunos, isso se reflete nas notas. Não se pode deixar de reconhecer os méritos da professora da disciplina, Elisabeth Tschá, que tem grande responsabilidade nesse resultado tão satisfatório, pois conduz essa disciplina com grande domínio de conhecimento, paciência, humanidade, didática, criatividade, inovação e exigência, fatores determinantes para definir um mestre e descobrir nos alunos habilidades e competências muitas vezes desconhecidas pelos alunos.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em razão da atual pandemia provocada pela Covid-19 inúmeras adaptações tiveram que ser feitas no exercício de todas as organizações. Diante desse cenário, as Universidades tiveram que se reinventar e buscar novas técnicas de ensino. Nessa perspectiva, o Ensino Remoto surge como uma estratégia para amenizar os prejuízos decorrentes da paralisação de aulas presenciais, e com isso os programas institucionais como a monitoria, por exemplo, também tiveram que enfrentar seus desafios, frente à nova sistemática.

Diante desse cenário foi preciso inovar para que fosse possível se adequar às diferentes situações, com a necessidade de isolamento social em meio a pandemia, essas novas ferramentas tecnológicas foram aplicadas a educação desempenhando um papel relevante e sua evolução nos últimos anos tem permitido a comunicação síncrona, na qual os alunos e professores se comunicam simultaneamente, por meio de videoconferências e mensagens.

Na disciplina de empreendedorismo as aulas passaram a ser remotas e síncronas, no horário da disciplina, com a utilização da plataforma google classroom e recurso de videochamada do google meet. Criou-se um grupo no Telegram, aplicativo de mensagens instantâneas, que possibilitou o envio de textos, áudios, imagens, vídeos e documentos, podendo ser acessados por computadores, tablets ou celulares, desde que conectados à internet.

Com a intenção de ratificar ainda mais o conteúdo e de auxiliar aqueles que não conseguiram assimilá-lo, o componente curricular da disciplina de Empreendedorismo nestes dois períodos, 2020.1 e 2020.2, foram apoiados por uma monitora. A monitoria é um meio de experienciar as atividades de docente, sendo supervisionado, orientado pelo professor da disciplina. A prática favorece uma considerável relação interpessoal entre o monitor e os alunos, que, na maioria das vezes, sentem-se mais à vontade para tirar as suas dúvidas com o monitor, fortalecendo a segurança e confiança no conhecimento dele, despertando ainda mais o desejo da carreira de docência do monitor.

O ingresso no Ensino Superior é marcado por várias possibilidades proporcionadas pelo ambiente acadêmico. A monitoria estimula e reforça a importância da pesquisa científica, além de incentivar o processo ensino-aprendizagem. É o primeiro contato do aluno com o mundo da docência, e serve também como espaço para o surgimento de novas perspectivas profissionais. A vontade de ser monitor acaba surgindo, na maioria das vezes, como o resultado das experiências positivas adquiridas em determinadas disciplinas

As atividades desenvolvidas por mim como monitora da disciplina de empreendedorismo, compreenderam, em comparecer com o professor no ambiente virtual para acompanhar as aulas e o desenvolvimento da disciplina; orientar os alunos no desenvolvimento de experiências e atividades práticas e na solução de dificuldades na disciplina; participação em grupos de trabalho e de estudos auxiliando a professora nos processos de ensino e aprendizagem dos alunos.

A minha experiência na monitoria foi realizada com grande satisfação e entusiasmo, visto que foi uma experiência extraordinária para minha formação acadêmica, pois como monitora pude extrair dos alunos e principalmente de mim, a busca contínua dos conteúdos e aplicação da teoria na prática, e o trabalho como monitora se torna importante no contexto de aprendizado e construção do saber, conseqüentemente fortalece o meu aprendizado, tendo em vista que na medida em que eu auxilio os alunos eu também aprendo, e isso se resume em trocas de experiências, que por sua vez sustenta um elo de confiança, autoconhecimento e

responsabilidade para estudar e aplicar aquilo no qual me foi designado e estimulado para desenvolver.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFRÂNIO ROSA, C.; **Guia essencial para novos empreendedores: descoberta** / Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2015. 104 p. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acessado em em 15/08/2022.

ALVES, Alexandre. **Empreendedorismo e inserção no Mundo do Trabalho** / Secretaria de Ciência, Tecnologia e Meio Ambiente do Estado de Pernambuco, organizado por Alexandre Rodrigues Alves - Recife: SECTMA, 2011. v.2; p.: il. Disponível em: http://redeotec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_ctrl_proc_indust/tec_autom_ind/empreend/161012empreend.pdf. Acesso em: 23 maio. 2022.

AMIT, R.; GLOSTEN, L.; MULLER, E. **O capital de risco fomenta as empresas empreendedoras mais promissoras**. California Management Review, primavera, 1990.

ANASTASIOU, Leia das Graças C.; ALVES Leonir P. (Orgs.). **Processos de ensinagem na universidade: pressupostos para as estratégias de trabalho em aula**. Joinville, SC: UNIVILLE, p. 67-100, 2006.

AUSUBEL, David Paul. **Aquisição e retenção de conhecimento: uma perspectiva cognitiva**. Lisboa: Paralelo, 2003.

BAGGIO, Adelar; BAGGIO, Daniel. Empreendedorismo: Conceitos e Definições. **Rev. de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, 2014.

BARLACH, Lisete. Comportamento empreendedor: Um estudo empírico baseado no referencial de McClelland. **Revista de Carreiras e Pessoas**, 2014. (ReCaPe), 4(3), 272-281. Recuperado de <http://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/21837>.

BARBOSA, Eduardo F.; MOURA, Dácio G. **Metodologias ativas de aprendizagem na Educação Profissional e Tecnológica**. B. Tec. Senac, Rio de Janeiro, v. 39, n.2, p.48-67, maio/ago. 2013.

BARLACH, Lisete. O que é resiliência humana? Uma contribuição para a construção do conceito. **Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005**. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47134/tde-19062006-101545/>. Acesso em: 23 jun. 2022.

BATISTA, João, B.; FRISON, Lourdes, M. B. F.; **Monitoria e aprendizagem colaborativa e autorregulada**. In VOOS, D.; Batista J. B. (Orgs.). Sphaera: sobre o ensino de matemática e de ciências. Porto Alegre: Premier, p. 232-247, 2009.

BORSATTO, Alessandra, Z.; SILVA, Pâmela, D. D.; ASSIS, Fernanda.; OLIVEIRA, Necco.; ROCHA, Patricia, R.; LOPES, Gisele,T;. **Processo de implantação e consolidação da**

monitoria acadêmica na UERJ e na Faculdade de Enfermagem (1985-2000). Esc Anna Nery. v.10, n.2, p.187-194, 2006.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Centro de Documentação e Informação. Lei no 5.540, de 28 de novembro de 1968. **Fixa normas de organização e funcionamento do ensino superior e sua articulação com a escola média, e dá outras providências.** Disponível em: <https://www2.camara.leg.br>. Acessado em 20 de agosto de 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor.** 4. ed. São Paulo: Manole, 2012. 315 p.

COSTA, Ramos V. Introdução à edição em português. In: SCHUMPETER, **Teoria do Desenvolvimento Econômico:** Editora Nova Cultural, 1997

DEGEN, Ronald, J. Uma filosofia para o desenvolvimento sustentável. **Revista de Ciências da Administração** • v. 10, n. 21, p. 11-30, mai./ago. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-8069.2008v10n21p11>. Acessado em: 02 fev. 2022

DEGEN, Ronald, J. **O Empreendedor. Empreender como Opção de Carreira.** Ed Pearson Prattice Hall, 2009, São Paulo.

DOLABELA, Fernando.; FILION, Louis J.; Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.3, n.2, 2013.

DOLABELA, Fernando.; **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editora, 1999.

DORNELAS, José. C.A.; **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Elsevier 2008.

DORNELAS, José. C. A.; **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José. C. A. ; **Empreendedorismo corporativo.** Rio de Janeiro: Elsevier. 2003.

DORNELAS, José, C.A.; **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso:** 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.

FERREIRA, Paulo, G.G.; MATTOS, P.L.C.L. **Empreendedorismo e práticas nos cursos de graduação em administração: os estudantes levantam o problema.** In: ANPAD, 26, 2003, Rio de Janeiro, 2003.

FILION, Louis. J.; **O empreendedorismo como tema de estudos superiores.** In: IEL NACIONAL, Brasília, 2000.

FILION, Louis. J.;1999. O Empreendedorismo como tema de estudos superiores: **palestra proferida no Seminário: “A universidade formando empreendedores”**. Disponível em: <<http://www.iel.org.br/programa/empreend/discur4html> >. Acesso em 13 abr. 2021.

FUJITA, Jal da M.; CARMONA, E. V.; SHIMO, Antonieta, K. K.; MECENA, E. H. de. Uso da metodologia da problematização como Arco de Maguerez no ensino sobre brinquedo terapêutico. **Revista Portuguesa de Educação**, v. 29, n. 1, 2016.

GAROFALO, Debóra. **Como as metodologias ativas favorecem o aprendizado**. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3vFonFX> . Acesso em: 23 set. 2021.

GEM-IBQP- Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade 2020. **Taxa de empreendedorismo (% da População adulta) em 2020**. Disponível em <https://ibqp.org.br>. acessado em dez de 2021.

GIL, Antônio, C. **Didática do Ensino Superior**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007a.

GIL, Antônio, C. **Metodologia do Ensino Superior**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007b.

GIMENEZ, Fernando, A. P., FERREIRA, José, M., RAMOS, Simone, C.; Configuração Empreendedora ou Configurações Empreendedoras? Indo um pouco além de Mintzberg. In: **32 ENCONTRO ANUAL DO EnANPAD (2008: Rio de Janeiro) Anais... Rio de Janeiro) ANPAD, 2008**. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ESO-C2571.pdf>. Acesso em: 04 set. 2020.

GOMES, Romeu.; PADILHA, Roberto de Q.; LIMA, V. Valéria; SILVA, Cosme, M. F. P. da. **S.Avaliação de percepções sobre gestão da clínica em cursos orientados por competência**. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 23, 17-28, 2018

GREBEL, Thomaz.; PYKA, Andreas.; HANUSCH, Horst. **Uma abordagem evolutiva para a teoria do empreendedorismo**. *Indústria e Inovação*, v. 10, n.4, p. 493–514. (2003).

GUERRA, Maria, J.; GRAZZIOTIN, Zilá J.; **Educação empreendedora nas universidades brasileiras**. In: LOPES, R. M. A. (Org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: SEBRAE, 2010.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Brookman. 2009.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Nota técnica – **A infraestrutura sanitária e tecnológica das escolas e a retomada das aulas em tempos de covid-19**. 2020. Disponível em: [https:// bit.ly/2TOzBL9](https://bit.ly/2TOzBL9). Dispomivel em <https://ibqp.org.br> > . Acessado em: 15 nov. 2020

LEITE, Emanuel. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo, SP: Saraiva. 2012

LIMA, Edimilson., NASSIF, Vania. M. J., LOPES, Rosy, Mary.; A., SILVA, D. **Educação Superior em Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Estudantes – Relatório do Estudo GUESSS Brasil 2013-2014**, 2015.

LIMA, Edimilson.; HASHIMOTO, Marcos.; MELHADO, João.; & ROCHA, Renato.; (2014a, setembro). Caminhos para uma melhor educação superior em empreendedorismo no Brasil. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2018.**

LOPES, Rosy Mary, A.; (org.). **Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas.** São Paulo: Elsevier, 2010.

MAGRETTA, Joan.; “**Por que os modelos de negócios são importantes**”, Harvard Business Review, Vol. 80, No. 5m, pp. 86-92. 2002.

MCCLELLAND, David, C. ; **A sociedade realizadora.** Princeton, N. J.: Van Nostrand, 1961.

MCCLELLAND, David, C.; **A sociedade competitiva: realização e progresso social.** Rio de Janeiro: Expressão e Cultura. 1972.

McMULLEN, Jeffery, S.; SHEPHERD, Dean.; A. Ação empreendedora e o papel da incerteza na teoria do empreendedor. **Academy of Management Review**, v. 31, p. 132-52, 2006.

MARCARINI, Adenir.; SILVEIRA, Amélia; HOELTGEBAUM, Marianne.; **O desenvolvimento do empreendedor nas universidades como instrumento de geração de novos negócios.** In: THIRD INTERNATIONAL CONFERENCE OF THE IBEROAMERICAN ACADEMY OF MANAGEMENT, 2003, São Paulo. International Conference of the Iberoamerican Academy of Management, 2003. v.1.

MAZZIONI, Sady.; **As estratégias utilizadas no processo de ensino-aprendizagem: concepções de alunos e professores de ciências contábeis.** Revista Eletrônica de Administração e Turismo, 2(1):93-109, 2013.

MOREIRA, Marco, A.; **Mapas conceituais como instrumentos para promover a diferenciação conceitual progressiva e a reconciliação integrativa.** Ciência e Cultura, 32(4): 474-479. 1980.

NAKAGAWA, Marcelo. **Plano de negócio: teoria geral.** Baurueri/SP: Manole, 2013.

NICOLINI, Alexandre, M.; A graduação em administração no Brasil: uma análise das políticas públicas. 2000. **Dissertação – Escola Brasileira de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas, 2000.**

OLIVEIRA, Jair, A.; MEDEIROS, A. D. A formação da cultura empreendedora: uma reflexão sobre sua origem nas organizações. **Revista Administração & Sociedade.** Sumaré – 2014

OLIVEIRA, Jair, M.; Modelo para a integração dos mecanismos de fomento ao empreendedorismo no âmbito das universidades: o caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. (Tese) **Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção,** Florianópolis, 2006.

OSTERWALDER, Alexandre.; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation - inovação em modelos de negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários.** Alta Books, 2011.

PEEE. Plano Estadual de Educação Empreendedora. **Material de apoio ao currículo da Educação Básica.** São Paulo: Assembleia Legislativa. 2018. Disponível em: <https://www.to.gov.br>. Acessado em 18 de março de 2022.

PPC. Projeto Pedagógico do Curso. **Bacharelado em Gastronomia.** UFRPE 2018. Disponível em: <http://www.preg.ufrpe.br>. Acessado em 12 mar 2021.

PEREIRA, R. L. A. As competências do educador na difusão da cultura empreendedora: uma análise no ensino fundamental e superior de Belo Horizonte. 124 f. **Dissertação (Mestrado Profissional em Administração)** FIPEL - Fundação Cultural Dr. Pedro Leopoldo - Faculdades Integradas de Pedro Leopoldo, **2010**

RUSHING, Francis W.; Empreendedorismo e educação. In: KENT, Calvin.; **A. Educação para o Empreendedorismo: desenvolvimentos atuais.** New York: Quorum Books, 1990. p.41. Disponível em: <http://www.questia.com>. Acesso em: 07 nov. 2004.

SALIM, Cesar S.; **Construindo planos de negócios: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso.** 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SCHAEFER, Ricardo; MINELLO, Ítalo F. Educação Empreendedora: premissas, objetivos e metodologias. RPCA – **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 60-81, jul./set., 2016.

SEBRAE - **Como Construir um Modelo de Negócios para sua Empresa.** Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/> 2019. Acessado em 28/07/2022.

SEBRAE - TTE. **Taxa Total de Empreendedorismo no Brasil em 2021.** Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/> 2021. Acessado em 28/07/2022.

SHANE, Scott.; VENKATARAMAN, Sankaran.; **A promessa do empreendedorismo como campo de pesquisa.** Academy of Management Review 25: 217–226, 2000

SILVA, Andréia C.; BERNARDES, Andréia.; ÉVORA, Yolanda D. M.; DALRI, Maria, C. B.; SILVA, A. R.; SAMPAIO, Camila, S. J. C.; Desenvolvimento de um ambiente virtual de aprendizagem para treinamento de parada cardiorrespiratória. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 50, n. 6, p. 990-997, 2016.

SOBRAL, Fernanda, R.; CAMPOS, Claudinei. J. G.; Utilização de metodologia ativa no ensino e assistência de enfermagem na produção nacional: revisão integrativa. **Revista da escola de enfermagem da USP**, São Paulo, v. 46, n 1, p. 208-218, fev. 2012.

SOUZA, Eda C. L. de; GUIMARÃES, Tomás de A.. **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2006

SUHR, Inge, R. F.; Desafios no uso da sala de aula invertida no ensino superior. **Revista transmutare**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 4-21, jan.-jun, 2016

TEIXEIRA. Cláudia, M.M.; Educação para o empreendedorismo: um estudo sobre o projeto nacional de educação para o empreendedorismo. 2012. 194 f. Tese (**Mestrado em Intervenção Social, Inovação e Empreendedorismo**) - Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. Faculdade de Economia. Universidade de Coimbra, Coimbra, **2012**.

ULRICH, Thomas A.; COLE, George S. Para uma formação mais eficaz de futuros empreendedores. **Jornal of Small Business Managements**, v.25, n.4, p.32-9, 1987.

VAILLANT, Denise.; MARCELO, Carlos;. **Ensinando a ensinar. As quatro etapas de uma aprendizagem**. Curitiba: Editora da Universidades Tecnológica Federal do Paraná, 2012.

VEIGA, Ilma. P. A.; **Técnicas de ensino: novos tempos, novas configurações**. Papirus Editora, 2006.

VÉRIN, Hélène.; **Empreendedores, negócios: história de uma ideia**. [S.l.]: Presses universitaires de France, 1982. v. 2.

VIANNA, Mauricio., VIANNA Ysmar., ADLER Isabel., LUCENA Brenda.; e RUSSO Beatriz.; **“Design Thinking: Inovação em Negócios”**. MJV Press. Rio de Janeiro, RJ. 2012.

WALL, Marilene, L.; PRADO, Marcos, L. do; CARRARO, Telma, E.; **A experiência de realizar um Estágio de Docência aplicando metodologias ativas**. Acta Paulista de Enfermagem, v. 21, n. 3, p. 515-519, 2008.