



Fomentando o Empreendedorismo entre Estudantes do Ensino Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio

Danielle Regina Ullrich | danielle.ullrich@ifsc.edu.br¹

Sayonara Varela | sayonara.varela@ifsc.edu.br²

Eduardo Guedes Villar | eduardo.villar@ifsc.edu.br³

Monica Maria Liberato | monica.liberato@ifsc.edu.br⁴

Yasmin Júlia Vasiluk de Souza | julianavasiluk112@gmail.com⁵

Romulo Arthur Tomazini | romuloarthurtomazini@gmail.com⁶

Edital 2025 DIREN-PROEN 01 - Apoio a Projetos de Ensino
Trabalho de Ensino

DT 1 - Cultura, Comunicação, Territórios e Mediações Organizacionais

Resumo:

O projeto *Going Live*, desenvolvido no IFSC Câmpus Caçador, tem como objetivo fomentar o empreendedorismo entre estudantes do curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio, por meio da criação e execução de um negócio real. A iniciativa busca aproximar teoria e prática, e promover o protagonismo discente, o trabalho em equipe e o desenvolvimento de competências empreendedoras. A metodologia do projeto envolveu aulas teóricas, oficinas e a aplicação do *Business Model Canvas* para modelagem do empreendimento. A partir da técnica de *brainstorming*, os estudantes criaram uma empresa voltada ao público interno do IFSC, definindo proposta de valor, estratégias de mercado e plano financeiro. Após a avaliação e os ajustes sugeridos por uma banca, a turma iniciou a prática empreendedora, que incluiu captação de recursos, produção, controle de qualidade e comercialização de produtos como *bottons* personalizados e *artbags*. Os resultados evidenciam o desenvolvimento de habilidades de planejamento, liderança, criatividade e gestão. O projeto consolidou-se como uma ação de ensino-aprendizagem capaz de articular ensino, pesquisa e extensão, e contribuir para a formação de jovens empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo; criação de empresas; protagonismo discente; educação técnica.

Introdução

¹ Servidora Docente EBTT / Administração do IFSC Câmpus Caçador.

² Servidora Docente EBTT / Administração do IFSC Câmpus Caçador.

³ Servidor Docente EBTT / Administração do IFSC Câmpus Caçador.

⁴ Servidora Docente EBTT - Substituta / Administração do IFSC Câmpus Caçador.

⁵ Estudante egressa do curso Técnico Integrado em Administração do IFSC Câmpus Caçador.

⁶ Estudante egresso do curso Técnico Integrado em Administração do IFSC Câmpus Caçador.

O empreendedorismo tem se consolidado como uma competência essencial para o desenvolvimento econômico e social, uma vez que contribui para a formação de estudantes críticos, criativos e preparados para os desafios do mundo do trabalho (Dornelas, 2005). No contexto educacional, seu ensino favorece o desenvolvimento de habilidades comportamentais de planejamento, gestão e liderança, aproximando teoria e prática.

Nesse cenário, o projeto de ensino *Going Live*, desenvolvido no IFSC Câmpus Caçador, tem como objetivo integrar os conteúdos do curso Técnico em Administração ao Ensino Médio, proporcionando aos estudantes a experiência de criar e gerenciar um negócio real. A iniciativa estimula o protagonismo discente e promove competências como autonomia, criatividade, responsabilidade e trabalho em equipe.

Este trabalho apresenta a fundamentação teórica, metodologia e os resultados do projeto, destacando sua contribuição para o desenvolvimento de competências empreendedoras.

Os objetivos específicos do projeto são: (i) capacitar os estudantes do curso Técnico em Administração integrado ao Ensino Médio do IFSC Câmpus Caçador a desenvolverem habilidades empreendedoras por meio da montagem e execução de um negócio real; (ii) proporcionar uma experiência prática e interdisciplinar que integre os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso, estimulando a criatividade, a inovação e o trabalho em equipe; (iii) preparar os alunos para os desafios do mercado de trabalho, promovendo o desenvolvimento de competências empreendedoras fundamentais para o sucesso profissional.

A relevância da proposta reside na oferta de uma experiência que ultrapassa o ensino teórico, permitindo aos estudantes compreender os desafios do mercado, desenvolver habilidades técnicas e comportamentais e aplicar conhecimentos em situações reais, contribuindo para sua formação profissional e para o fortalecimento da cultura empreendedora.

Fundamentação teórica

O empreendedorismo consolidou-se como um campo relevante das ciências sociais aplicadas, especialmente por seu impacto econômico e social. Para Schumpeter (1982), o

empreendedor está diretamente associado à inovação e à transformação da economia. Nessa mesma linha, Stevenson e Jarillo (1990) definem o empreendedorismo como a busca por oportunidades, mesmo diante de recursos limitados.

Swedberg (2000) amplia essa visão ao considerar o empreendedorismo também como fenômeno social e cultural. Já Dornelas (2005) e Chiavenato (2012) destacam que empreender envolve identificar oportunidades, inovar e transformar ideias em ações que gerem valor.

O conceito de empreendedorismo aliado às principais características empreendedoras e a um fato gerador dá início ao processo empreendedor. Gartner (1985) diz que empreender é uma atividade socialmente construída, que depende de interações com o ambiente. Dornelas (2005) descreve esse processo em etapas: identificação de oportunidades, elaboração de plano de negócios, mobilização de recursos e implementação.

Assim, o processo empreendedor pode ser compreendido como um percurso complexo, que envolve não apenas fases sequenciais, mas também constantes ajustes e aprendizados. Para estudantes do ensino técnico em Administração, compreender esse processo, permite que aos mesmos, desenvolver competências práticas e comportamentais que favorecem sua inserção no mundo do trabalho e sua capacidade de inovação.

Procedimentos metodológicos

A abordagem metodológica do projeto combinou aulas teóricas, oficinas práticas e aprendizagem baseada em projetos. Inicialmente, os estudantes participaram de encontros sobre conceitos de empreendedorismo, modelagem de negócios, plano de negócios, e gestão financeira.

Na etapa prática, os estudantes criaram uma empresa a partir da aplicação da técnica de brainstorming, utilizada para gerar e selecionar ideias de negócios com potencial de execução. O grupo definiu como segmento de mercado principal o público interno do IFSC Câmpus Caçador (estudantes e servidores) e, a partir dessa delimitação, elaborou a proposta de valor do empreendimento.



Com base nesse alinhamento, foi aplicada a metodologia de modelagem de negócios *Business Model Canvas*, que possibilitou a estruturação dos principais elementos da empresa: proposta de valor, segmentos de clientes, canais, relacionamento, fontes de receita, recursos-chave, atividades, parcerias, estrutura de custos. O modelo de negócios desenvolvido foi apresentado a uma banca avaliadora, composta por docentes, que ofereceram feedbacks e sugestões de aprimoramento.

Após a incorporação dos ajustes propostos, o grupo deu início à fase operacional, transformando o projeto em uma empresa efetiva. A primeira ação consistiu na captação de recursos financeiros necessários para a aquisição do primeiro lote de produtos. Em seguida, foram desenvolvidas as atividades de gestão do empreendimento, abrangendo planejamento, controle financeiro, compras, produção e vendas.

Durante a execução, as equipes realizaram melhorias nos processos produtivos, instituíram um setor de controle de qualidade e elaboraram estratégias de marketing e divulgação voltadas ao ambiente escolar. Essa etapa gerou a aprendizagem prática e o desenvolvimento de competências empreendedoras associadas à tomada de decisão, liderança e inovação.

Resultados e discussões

Os resultados evidenciam o êxito e a relevância pedagógica do projeto Going Live. As atividades iniciaram com dinâmicas de brainstorming, que estimularam a criatividade e a tomada de decisão coletiva, seguidas da estruturação do projeto em fases de planejamento, execução, avaliação e ajustes, com definição de funções e organização interna.

A escolha dos produtos, *ecobags* personalizadas (*ArtBags*) e *bottons*, foi baseada em análise de viabilidade e validada por pesquisa de mercado, que indicou boa aceitação, especialmente para itens personalizados. O modelo de negócios foi estruturado por meio do *Business Model Canvas*. O preenchimento dos blocos contemplou a proposta de valor, o público-alvo, as estratégias de marketing, as fontes de receita e os recursos necessários. O *Canvas* foi então apresentado a uma banca avaliadora, composta por docentes, que sugeriu ajustes referentes à precificação, à análise de riscos, ao portfólio de artes e ao ponto de equilíbrio financeiro.

Após as recomendações, o modelo foi aperfeiçoado. Definiu-se que as *ArtBags* teriam uma estampa padrão com temática musical, permitindo personalização livre pelos compradores. Adquiriu-se uma máquina para confecção de *bottons*, o que reduziu custos, ampliou a autonomia produtiva e diversificou o portfólio. Com o nome *Octus*, a empresa iniciou suas operações com base na ferramenta 5W2H, que orientou metas e responsabilidades de cada setor.

Na fase operacional, foram desenvolvidas atividades de produção, divulgação e comercialização. Os *bottons* apresentaram bom desempenho de vendas, enquanto as *ArtBags* tiveram menor aceitação, evidenciando a importância da prototipagem e da qualidade dos insumos. Tais desafios exigiram ajustes, como a criação de um setor de controle de qualidade e reorganização das equipes.

O processo foi marcado pela resolução colaborativa de problemas, aprimoramento das estratégias e fortalecimento da identidade do empreendimento. No âmbito pedagógico, destacam-se avanços no desenvolvimento de competências como planejamento, liderança, trabalho em equipe e gestão financeira, além da integração entre ensino, pesquisa e extensão, o que consolida o projeto como uma experiência formativa significativa no ensino técnico.

Considerações finais

A análise do desenvolvimento do projeto *Going Live* permite concluir que os objetivos propostos foram alcançados, especialmente ao proporcionar uma experiência concreta de criação e gestão de um empreendimento no ambiente escolar. A metodologia adotada, articulando aulas teóricas, oficinas práticas e aprendizagem baseada em projetos, mostrou-se adequada e flexível, permitindo ajustes ao longo do processo.

No âmbito da formação profissional, o projeto contribuiu para o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, como planejamento, liderança, tomada de decisão e resolução de problemas, além de estimular autonomia, criatividade e trabalho em equipe, alinhando-se às demandas do mundo do trabalho.

A execução também evidenciou desafios inerentes à prática empreendedora, como limitações de insumos, ausência de prototipagem inicial e restrições financeiras. Tais aspectos exigiram reorganização interna e implementação de controle de qualidade,

contribuindo para o amadurecimento dos estudantes e a compreensão dos riscos do processo.

Entre os principais resultados, destacam-se a integração entre teoria e prática, o engajamento discente e o fortalecimento da cultura empreendedora. Por fim, considera-se que a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão foi efetivamente contemplada, ainda que passível de aprofundamento em futuras ações, especialmente pela ampliação da interação com a comunidade externa.

Referência ao fomento recebido

Este trabalho foi financiado pelo edital interno 2025 DIREN-PROEN 01 - Apoio a Projetos de Ensino.

Referências

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. São Paulo: Manole, 2012.
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- GARTNER, William B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. **Academy of Management Review**, v. 10, n. 4, p. 696–706, 1985.
- SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1982.
- STEVENSON, Howard H.; JARILLO, Carlos J. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. **Strategic Management Journal**, v. 11, p. 17–27, 1990.
- SWEDBERG, Richard. The social science view of entrepreneurship: introduction and practical applications. In: SWEDBERG, Richard. **Entrepreneurship**: the social science view. Oxford: Oxford University Press, 2000.