



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

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

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

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

Yasmin Júlia Vasiluk de Souza | julianavasiluk112@gmail.com

Romulo Arthur Tomazini | romuloarthurtomazini@gmail.com

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, promovendo o protagonismo discente, o trabalho em equipe e o desenvolvimento de competências empreendedoras. A metodologia envolveu aulas teóricas, oficinas, mentorias 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, bem como a incorporação de práticas sustentáveis e inovadoras. O projeto consolidou-se como uma ação de ensino-aprendizagem significativa, articulando ensino, pesquisa e extensão, e contribuindo para a formação de jovens empreendedores.

Palavras-chave: empreendedorismo. protagonismo discente. educação técnica.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo tem se consolidado como uma competência essencial para o desenvolvimento econômico e social, contribuindo para a formação de cidadãos críticos, criativos e capazes de propor soluções inovadoras para os desafios do mundo do trabalho. No contexto educacional, iniciativas voltadas ao ensino do empreendedorismo permitem que estudantes desenvolvam habilidades práticas de planejamento, gestão e liderança, aproximando teoria e prática.

O empreendedorismo é um campo relevante nas ciências sociais aplicadas, com impactos econômicos, sociais e educacionais. Schumpeter (1982) define o empreendedor como agente de inovação e transformação, promovendo a destruição criativa que renova a economia. No Brasil, Dolabela (1999) e Dornelas (2005) reforçam que empreender envolve transformar ideias em realidade, identificar oportunidades e gerar valor.

O projeto Going Live, desenvolvido no IFSC Câmpus Caçador, tem por objetivo integrar os conteúdos do curso Técnico em Administração ao Ensino Médio, proporcionando aos estudantes do terceiro ano a experiência de criar e gerenciar um negócio real. Essa vivência favorece o protagonismo discente e estimula a aprendizagem, promovendo competências como autonomia, criatividade, responsabilidade e trabalho em equipe.

Desta maneira, este relato tem por objetivo apresentar a metodologia e os resultados já alcançados no desenvolvimento do projeto Going Live, destacando sua contribuição para o desenvolvimento de competências empreendedoras e para a consolidação de uma aprendizagem prática e colaborativa.

Os objetivos específicos do projeto são:

- a) 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;
- b) 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;
- c) Preparar os alunos para os desafios do mercado de trabalho, promovendo o desenvolvimento de competências empreendedoras fundamentais para o sucesso profissional.

A educação empreendedora é um eixo estratégico para o desenvolvimento da região e para a formação de estudantes com autonomia e senso crítico. Assim, o incentivo à cultura empreendedora no Ensino Médio, contribui para o fortalecimento da economia local e para a ampliação das oportunidades de trabalho e renda para os jovens que estão ingressando no mercado de trabalho.

A relevância deste projeto está em oferecer aos estudantes uma vivência prática que ultrapassa as teorias das disciplinas, estimulando o protagonismo, o pensamento criativo e a capacidade de resolver problemas reais. O contato com a prática empreendedora permite compreender os desafios do mercado, exercitar a liderança com a turma, realizar o planejamento e a gestão financeira da empresa, bem como desenvolver habilidades

comportamentais indispensáveis para o mundo do trabalho. Assim, ao longo da execução do projeto, conhecimentos técnicos são praticados neste negócio real.

2 METODOLOGIA

A abordagem metodológica do projeto combinada aulas teóricas, oficinas práticas e aprendizagem baseada em projetos. Inicialmente, os alunos 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 foi fundamental para a aprendizagem prática e promover o desenvolvimento de competências empreendedoras associadas à tomada de decisão, liderança e inovação.

3 PRINCIPAIS RESULTADOS

Os resultados obtidos até o momento evidenciam o êxito e a riqueza pedagógica do projeto Going Live. As atividades iniciaram-se com uma dinâmica de brainstorming, cujo objetivo foi estimular a criatividade coletiva e favorecer a tomada de decisão em grupo para a escolha do produto ou serviço a ser desenvolvido. Embora esse primeiro momento não tenha resultado em uma definição imediata, ele despertou o interesse dos alunos em explorar diversas possibilidades empreendedoras.

Na sequência, a proposta do projeto foi apresentada em detalhes à turma, ressaltando sua finalidade de criar e avaliar produtos em um ambiente simulado de mercado. O método adotado foi estruturado em fases de planejamento, execução, avaliação e ajustes, priorizando a aprendizagem prática e o desenvolvimento de competências

empreendedoras. Para garantir a organização do trabalho, estabeleceu-se uma estrutura organizacional, permitindo definir funções, setores e responsabilidades internas.

O retorno à técnica de brainstorming possibilitou o amadurecimento de novas ideias. As sugestões de produtos refletiram preocupações ambientais e tendências de consumo contemporâneo, valorizando itens sustentáveis e personalizados. Após a análise de viabilidade, considerando custos, atratividade e praticidade, foram selecionadas as ecobags personalizadas (ArtBags) e os bottons personalizados como produtos principais.

Para validar essas escolhas, realizou-se uma pesquisa de mercado entre alunos e professores do IFSC Caçador. Os resultados demonstraram boa aceitação das ecobags, especialmente quando associadas a elementos artísticos e à possibilidade de personalização. A partir dessa percepção, criou-se um concurso interno de arte para definir as estampas das bolsas, estimulando o engajamento estudantil e fortalecendo a identidade coletiva do projeto.

Com base nas informações levantadas, as equipes estruturaram o modelo de negócios utilizando o 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. Além disso, adquiriu-se uma máquina para confecção de bottons, o que reduziu custos, ampliou a autonomia produtiva e diversificou o portfólio. Com o nome Octus e o logotipo oficial, a empresa iniciou suas operações com base na ferramenta 5W2H, que orientou metas e responsabilidades de cada setor.

As etapas seguintes envolveram a produção, divulgação e comercialização dos produtos. As vendas alcançaram estudantes do IFSC e de outras escolas, demonstrando a efetividade das estratégias de comunicação. Contudo, as ArtBags tiveram menor aceitação, devido à qualidade do tecido fornecido, resultando em apenas duas vendas. Já os bottons apresentaram boa saída, mas a substituição do material metálico por plástico reduziu a durabilidade e exigiu reparos manuais para garantir as entregas.

Esses desafios levaram à criação de um setor de inspeção de qualidade, ao reforço da comunicação entre as equipes e à reorganização das funções internas. Diante das limitações financeiras, a coordenação do projeto apoiou a aquisição de novos materiais, evitando desperdícios e garantindo a continuidade das atividades.

A gestão também aprimorou a apresentação dos produtos, com a aquisição de uma cristaleira para exposição, o que valorizou visualmente o trabalho e fortaleceu a identidade da marca. Todo o processo foi marcado pela resolução colaborativa de problemas, pela busca de soluções criativas e pela consolidação de práticas de gestão alinhadas à qualidade e à eficiência.

No campo pedagógico, o projeto promoveu avanços expressivos no planejamento, trabalho em equipe, liderança e gestão financeira, além de integrar ensino, pesquisa e



extensão de forma concreta. Essa vivência prática consolidou o Going Live como uma experiência inovadora e transformadora no contexto do ensino técnico integrado.

REFERÊNCIAS

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1982.