

# MANUAL DOCENTE DA DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO E E INOVAÇÃO

Ensinar com coragem. Aprender com propósito.  
Empreender com impacto.

UNIFIMES-2025/2



**PROEPE**  
Pró-Reitoria de Ensino, de Pesquisa e de Extensão  
**UNIFIMES**

**40**  
ANOS



**INOVAÇÃO e  
EMPREENDEDORISMO  
UNIFIMES**

Organização: Docentes da disciplina de Empreendedorismo e Inovação

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MINEIROS – UNIFIMES**

**MANUAL DOCENTE DA DISCIPLINA DE  
EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

UNIFIMES  
Mineiros – GO  
2025

## **Créditos Institucionais | Manual Docente da Disciplina de Empreendedorismo e Inovação – UNIFIMES 2025/2**

Centro Universitário de Mineiros – UNIFIMES

Rua 22, s/nº, Esq. c/ Avenida 21, Setor Aeroporto, CEP 75.833-130, Caixa Postal: 104

Mineiros, Goiás, Telefone: (64) 3672-5100

[www.unifimes.edu.br](http://www.unifimes.edu.br)

### **Reitora**

Prof.<sup>a</sup> Juliene Rezende Cunha

### **Pró-Reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão (PROEPE)**

Prof. Evandro Salvador Alves Oliveira

### **Diretor de Inovação e Empreendedorismo**

Prof. Daniel Resende Freitas

### **Autores e Colaboradores**

Este manual foi construído de forma colaborativa pelos(as) docentes que vêm atuando, desde 2023, no planejamento, aplicação e aprimoramento da disciplina de Empreendedorismo e Inovação, com base na metodologia EBL – Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo.

Docentes colaboradores:

- Daniel Resende Freitas
- Evandro Salvador Alves Oliveira
- Lua Cristine Siqueira Reis
- Romulo Renato Cruz Santana
- Fábio Trindade Longhi
- Wanda Pereira Lima
- Júlia Stefanne de Souza Teixeira
- Danilo Marques Oliveira

### **Consultoria e Apoio Técnico na Organização do Manual**

ChatGPT – Assistente de Inteligência Artificial da OpenAI

Apoio na redação, estruturação, padronização e curadoria de conteúdos e referências.

## **DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

A UNIFIMES, por meio da Diretoria de Inovação e Empreendedorismo (DIE), desenvolveu uma proposta pedagógica integrada para a disciplina “Empreendedorismo e Inovação”, alinhada à metodologia EBL – *Entrepreneurship-Based Learning*.

Esta proposta une ensino, extensão e pesquisa de forma indissociável, fomentando o protagonismo estudantil, o uso de ferramentas digitais e o compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. A disciplina é aplicada em diversos cursos da instituição, com atividades práticas, produção de resumos científicos, participação em eventos e desenvolvimento de projetos com impacto social.

O manual docente, disponível abaixo, é fruto de trabalho colaborativo entre professores que, semestre a semestre, atualizam as práticas e constroem uma jornada de aprendizagem empreendedora comprometida com a transformação local e regional.

Link: [https://unifimes.edu.br/inovacao\\_empreendedorismo/](https://unifimes.edu.br/inovacao_empreendedorismo/)

## **PREFÁCIO**

### **Esforço Docente**

A disciplina de Empreendedorismo e Inovação da UNIFIMES é resultado de um esforço contínuo de professores comprometidos com a formação cidadã e protagonista de nossos estudantes. Desde 2023, docentes de diferentes cursos vêm se reunindo para discutir, aplicar e evoluir uma proposta pedagógica comum, que respeita a identidade de cada área do conhecimento, mas compartilha o desafio de formar egressos com DNA empreendedor.

Esses professores planejam, testam, avaliam, refazem e compartilham práticas a cada semestre, nutrindo uma cultura colaborativa em torno do ensino, da extensão e da pesquisa aplicada. Esta publicação representa um marco institucional nesse processo, ao consolidar uma proposta estruturada de ensino por meio da EBL – Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo, em sintonia com os ODS<sup>1</sup> da ONU, com o PDI da UNIFIMES e com as diretrizes da Resolução CNE/CES nº 7/2018.

Mais do que ensinar sobre empreender, buscamos formar sujeitos comprometidos com suas famílias, comunidades e o bem comum – cidadãos que ousam, que sonham e que realizam.

Este manual contou com apoio técnico da Inteligência Artificial ChatGPT (OpenAI), utilizada para organização textual, checagem de fontes, curadoria de metodologias e clareza pedagógica. A IA foi aplicada como ferramenta de apoio criativo e não substituiu a autoria humana.

---

<sup>1</sup> Os ODS fazem parte da Agenda 2030, lançada pela ONU em 2015.

# MANUAL DOCENTE DA DISCIPLINA DE EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

UNIFIMES - Diretoria de Inovação e Empreendedorismo - Versão 2025-2.

## APRESENTAÇÃO

A disciplina “Empreendedorismo e Inovação” da UNIFIMES representa uma resposta estratégica aos desafios contemporâneos da formação superior. Alinhada à Portaria UNIFIMES nº 012/2021 e ao PDI 2021–2025, ela integra os valores institucionais de inovação, inclusão, sustentabilidade e empreendedorismo, com enfoque prático e interdisciplinar.

Este manual tem como objetivo orientar a aplicação da disciplina de Empreendedorismo e Inovação nos cursos da UNIFIMES, com base na metodologia da Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL)<sup>2</sup>. A proposta é garantir uma experiência prática, reflexiva e conectada à realidade, utilizando metodologias ativas, ferramentas digitais, eventos institucionais e incentivo à produção acadêmica.

Imagine uma sala de aula onde o estudante não receba uma receita pronta, mas sim uma pergunta real para resolver. Um desafio que poderia surgir na sua casa, na sua cidade ou no seu bairro. E se, em vez de apenas estudar para passar numa prova, você fosse convidado a criar algo útil, que pode realmente ajudar alguém de verdade? Ou seja, que pudesse melhorar a vida de alguém?

Essa é a proposta desta disciplina. E ela se baseia numa metodologia chamada Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL). Parece complicado? Mas não é. Ela nasceu da união de duas ideias: aprender resolvendo problemas do mundo real (isso vem do PBL – Problem-Based Learning) e aprender agindo como um empreendedor, alguém que vê um problema, busca soluções, testa hipóteses e melhora sua ideia com base no que as pessoas realmente precisam. E, ao contrário do que alguns imaginam, empreender não é apenas abrir empresa ou ganhar dinheiro. Aqui, empreender é abrir caminhos para resolver desafios da sociedade com ética, criatividade e empatia.

No lugar de só copiar anotações do quadro, você estimula os alunos a pesquisar, conversar com gente de verdade, criar protótipos, apresentar ideias e testar se elas fazem sentido para outras pessoas. O estudante vai usar IA, criar vídeos, aplicar enquetes, montar seu plano de negócio e até se apresentar como em um show de talentos... só que com ideias empreendedoras!

A gente quer que estudantes aprendam como resolver problemas reais com criatividade, ética e responsabilidade, usando o que sabem para melhorar o lugar onde vivem. E que, no final, eles vejam que podem mais do que imaginam.

Tudo começa lá atrás, nos anos 1960, quando um médico chamado Howard Barrows percebeu que os alunos aprendiam melhor não quando decoravam, mas quando tentavam resolver problemas reais. Nascia assim a Problem-Based Learning (PBL) ou seja, a aprendizagem baseada em problemas. No começo, era só para a Medicina. Mas a ideia foi tão boa que logo se espalhou para outras áreas.

Agora, imagine essa ideia ganhando uma nova roupa. Não mais apenas resolver problemas para aprender, mas resolver problemas para transformar. Com impacto, com propósito, com coragem. Isso é a EBL – Entrepreneurship-Based Learning.

Se o PBL nos convida a identificar o que está errado, a EBL nos convida a montar uma barraca de limonada e descobrir como torná-la acessível até para quem não tem dinheiro para pagar.

Inspirada em Kolb (1984) com seu ciclo da aprendizagem experiencial, fortalecida por Blank (2013) e seu conceito de “Customer Development”, alinhada à Startup Enxuta de Eric Ries (2012) e fundamentada no Business Model Canvas de Osterwalder e Pigneur (2010), a EBL que propomos aplicar aqui na UNIFIMES vai além dos negócios: ela se conecta ao território e às causas sociais. Aqui, os

---

<sup>2</sup> Conceito adaptado de Blank e Dorf (2012) e Dornelas (2018), aplicando princípios do empreendedorismo na prática docente.

estudantes são chamados desde o primeiro dia a pesquisar, dialogar, validar ideias, aplicar a IA de forma ética, produzir conteúdos digitais e testar soluções que façam sentido para a vida das pessoas.

Em 2025, por exemplo, nossos alunos não apenas participaram de feiras e eventos, mas foram protagonistas na organização da primeira Plenária de Inclusão da UNIFIMES, realizando vivências com cadeiras de rodas, desafios de acessibilidade e escuta ativa da comunidade. Mais do que isso: estudantes de Direito elaboraram um abaixo-assinado com base na Lei de Iniciativa Popular, propondo a criação do Conselho Municipal da Pessoa com Deficiência em Mineiros, como forma de mobilizar o poder público para a inclusão real.

Esse é o espírito da disciplina: ensinar o que transforma. E transformar exige mais do que planilhas: exige sensibilidade com as dores do outro, escuta ativa e coragem para agir.

Aqui na UNIFIMES, empreender também significa incluir quem está fora, ouvir quem nunca foi ouvido, e propor caminhos sustentáveis e justos para quem mais precisa.

É isso que a torna tão especial. Almejamos despertar em nossos alunos não apenas pensar como empreendedores: levar eles a agirem como tal, assimilar o comportamento empreendedor, desde o primeiro dia de aula. Investigar problemas do cotidiano, validar dados, criar soluções com apoio da IA, apresentar pitches, participar de feiras e, no fim, deixar uma marca no mundo – mesmo que pequena, mesmo que seja só a ideia de que são capazes.

E o melhor? Tudo isso está alinhado com o Projeto de Desenvolvimento Institucional (PDI) da UNIFIMES (2021–2025), que reconhece o empreendedorismo social e a inovação cidadã como pilares da formação superior. Além disso, atendemos às exigências da Resolução CNE/CES nº 7/2018, que estabelece a integração entre ensino, pesquisa e extensão, e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, com destaque para o ODS 4 (educação de qualidade), ODS 8 (trabalho decente), ODS 9 (inovação), ODS 10 (redução das...

Essa abordagem também dialoga diretamente com o compromisso da UNIFIMES com o desenvolvimento regional, consolidando-se como uma das estratégias que integram extensão universitária, responsabilidade social e a formação cidadã, com vistas à promoção da qualidade de vida e do bem-estar da população.

A disciplina de “Empreendedorismo e Inovação” que você vai aplicar (ou cursar) é uma experiência viva. É curricular, mas é também extensão, pesquisa, impacto. E cada aula, cada canvas, cada feedback faz parte de algo maior: formar cidadãos criativos, éticos, capazes de mudar a realidade.

Por isso, este manual é mais que um roteiro de aula. É um convite a ensinar com coragem e aprender com propósito, portanto, não é apenas um conjunto de aulas. É um convite a ensinar com coragem, a olhar para o empreendedorismo como forma de justiça social, e a formar cidadãos críticos, criativos e comprometidos com um futuro melhor — para todos.

O manual está estruturado por aulas (100 minutos cada – total de 18 aulas), abrangendo conteúdos conceituais, práticas interativas, sugestões de dinâmicas, trechos teóricos, referências e instrumentos de avaliação formativa. Ao final, inclui-se uma planilha de acompanhamento avaliativo e sugestão de encerramento comemorativo.

Quadro 1 - Panorama Geral da Disciplina: Etapas e Aulas

<b>Etapas da Jornada Empreendedora</b>	<b>Aulas Correspondentes</b>
Introdução e Sensibilização	Aulas 1 a 3
Mapeamento de Problema e Solução	Aulas 4 a 6
Modelagem de Negócio (Canvas – BMC)	Aulas 7 a 10
Viabilidade Financeira e Marketing	Aulas 11 a 13
Escrita Científica e Comunicação	Aulas 14 a 16
Validação, Pitch e Encerramento	Aulas 17 e 18

Este manual na UNIFIMES foi elaborado de forma colaborativa pelos professores da disciplina de empreendedorismo e inovação, com base nos princípios da Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL), a fim de inspirar, apoiar e orientar os docentes na condução da disciplina Empreendedorismo e Inovação – UNIFIMES 2025/2.

A disciplina tem como proposta fomentar o protagonismo estudantil, a prática extensionista, a experimentação e a construção de soluções reais para problemas contemporâneos, considerando os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), os valores da UNIFIMES e o engajamento com o ecossistema local.

O papel do professor é essencial como facilitador e mentor. Estimular o entusiasmo, cultivar a curiosidade e proporcionar espaços seguros para criação e validação são compromissos-chave. A comunicação entre docentes é fundamental para o sucesso coletivo da disciplina. Por isso, sugerimos que este manual seja lido em conjunto, avaliado e constantemente aprimorado com base nas experiências práticas.

### ***Rede Docente de Empreendedorismo UNIFIMES***

Com o objetivo de promover o intercâmbio de experiências, boas práticas e apoio mútuo entre docentes que aplicam a disciplina “Empreendedorismo e Inovação”, foi criada a **comunidade “Rede Docente de Empreendedorismo UNIFIMES”** no WhatsApp. Essa comunidade é um espaço aberto para trocas pedagógicas, sugestões metodológicas, compartilhamento de materiais e atualização contínua sobre a proposta da Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL). Professores interessados em participar podem acessar diretamente o grupo por meio do link:

 <https://chat.whatsapp.com/KEhPvjCGaCl1vPwzBEketS>

Também é possível solicitar o link ou mais informações pelo e-mail institucional: **inovacao@unifimes.edu.br** ou pelo WhatsApp da Diretoria de Inovação e Empreendedorismo.

Este material é de uso livre para fins educacionais. Caso sua instituição deseje aplicar a metodologia apresentada, recomendamos entrar em contato com a Diretoria de Inovação e Empreendedorismo da UNIFIMES para troca de experiências e aprimoramento conjunto.

Este manual busca detalhar a aplicação das aulas com base no plano de ensino, incluindo princípios estratégicos e conceituais das obras:

ALMEIDA, M. B.; QUEIROZ NETO, J. P. Aprendizagem baseada em empreendedorismo: perspectivas e experiências. *Revista de Educação Empreendedora*, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ifam.edu.br/jspui/bitstream/4321/322/1/Aprendizagem%20baseada%20em%20empreendedorismo.pdf>. Acesso em: 19 set. 2024; 10:25h.

BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2007. (Reimpressão: 2015). – [Link para Acesso](#): [https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO\\_UMA\\_VISAO\\_DO\\_PROCESO\\_E.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO_UMA_VISAO_DO_PROCESO_E.pdf?utm_source=chatgpt.com)

BLANK, S.; DORF, B. *The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company*. Pescadero, CA: K&S Ranch, 2012.

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012. – [Link para Minha Biblioteca](#): <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597028089/epubcfi/6/2%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. – [Link para Minha Biblioteca](#):



[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents\]!/4/346/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents]!/4/346/2).

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation: inovação em modelos de negócios*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010. – [Link para Minha Biblioteca](#):

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204605/pageid/0>.

RIES, E. *A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012. – [Link para Acesso](#): [https://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf?utm_source=chatgpt.com)



## SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	4
PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA .....	10
EMENTA INSTITUCIONAL .....	10
OBJETIVO GERAL .....	10
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
PERFIL DO EGRESSO ESPERADO NA DISCIPLINA .....	10
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO.....	11
METODOLOGIA DA DISCIPLINA .....	12
BIBLIOGRAFIA BÁSICA.....	13
SUJETO FERRAMENTAS PARA EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO.....	14
ChatGPT (OpenAI).....	14
Canva .....	15
Notion.....	15
Mentimeter .....	15
Google Forms.....	15
Padlet.....	15
AI Notes .....	16
ElevenLabs.....	16
Suno .....	16
CapCut .....	16
Canvanizer (Business Model Canvas) ou SEBRAE Canvas .....	16
Magnus Presentation AI.....	16
PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS.....	17
ENCERRAMENTO DA DISCIPLINA.....	17
PLANO DE AULAS DETALHADO (18 SEMANAS - 100 MINUTOS CADA) .....	18
AULA 01 – EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS, IMPORTÂNCIA E INÍCIO DA JORNADA	18
AULA 02 – PERFIL EMPREENDEDOR E INOVAÇÃO COMO HABILIDADE ESTRATÉGICA .	22
AULA 03 – CRISES E OPORTUNIDADES: ABERTURA PARA NOVOS NEGÓCIOS COM	
APOIO DA TECNOLOGIA.....	26
AULA 04 – IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E DORES DO MERCADO .....	31
AULA 05 – VALIDAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO COM APOIO DE	
FERRAMENTAS DIGITAIS .....	34

AULA 06 – REVISÃO DIAGNÓSTICA: PERFIL EMPREENDEDOR, PROBLEMAS E OPORTUNIDADES .....	39
AULA 07 – PLANO DE NEGÓCIO EM CANVAS: ESTRUTURAÇÃO ENXUTA DE NEGÓCIOS .....	42
AULA 08 – PROTOTIPAGEM, CRIAÇÃO DE MVP COM RECURSOS TECNOLÓGICOS E FERRAMENTAS VISUAIS.....	51
AULA 09 – APRIMORAMENTO E VALIDAÇÃO FINAL DA SOLUÇÃO EMPREENDEDORA .	60
AULA 10 – PLANO DE MARKETING: COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E POSICIONAMENTO DE MERCADO .....	63
AULA 11 – PLANO FINANCEIRO E VIABILIDADE ECONÔMICA DO NEGÓCIO.....	69
AULA 12 – FECHAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO: CANVAS FINAL E AUTOAVALIAÇÃO .....	77
AULA 13 – REVISÃO DIAGNÓSTICA: CONTEÚDOS-CHAVE DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO .....	81
AULA 14 – EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: REDAÇÃO DE RESUMO CIENTÍFICO ....	82
AULA 15 – COMUNICAÇÃO EMPREENDEDORA: APRESENTAÇÃO E FEEDBACK DE PROJETOS .....	86
AULA 16 – PRODUÇÃO FINAL PARA EVENTOS: E-BOOK E COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA	88
AULA 17 – VALIDAÇÃO FINAL, AUTOAVALIAÇÃO E PREPARAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO PÚBLICA .....	89
AULA 18 – EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO AMBIENTE ACADÊMICO E SOCIAL	91
REFERÊNCIAS.....	93
ANEXOS .....	95
2. Modelo de Resumo Expandido para Eventos Institucionais.....	96
3. Roteiro de Apresentação para Pitch (3 minutos) .....	98
4. Canvas de Problemas e Oportunidades.....	99
5. Business Model Canvas (BMC).....	100
6. Planilha de Avaliação Contínua.....	101
7. Modelo de Autoavaliação .....	102
8. Rubricas de Feedback Cruzado.....	103

## **PLANO DE ENSINO DA DISCIPLINA EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO – 2025/2**

### **EMENTA INSTITUCIONAL**

Empreendedorismo: conceitos e definições. Perfil e características do empreendedor. Habilidades e competências necessárias aos empreendedores. Importância do Empreendedorismo para sociedade. Identificação de oportunidades de negócios. Conceitos e definições sobre crises e oportunidades. Recursos Tecnológicos na criação de novos negócios. Ferramentas e planilhas na elaboração do plano de negócios. Empreendedorismo na era do Comércio Digital. Elaboração do Plano de Negócio. A estrutura do Plano de Negócio. Plano de Marketing. O Plano Financeiro.

### **OBJETIVO GERAL**

Capacitar os acadêmicos no desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora, permitindo-lhes identificar oportunidades, validar hipóteses de negócios de forma ágil, aplicar técnicas inovadoras na criação e gestão de empreendimentos e compreender os impactos do empreendedorismo na sociedade e no ambiente organizacional.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Apresentar conceitos e aplicações do empreendedorismo em diferentes contextos (negócios tradicionais, startups e impacto social);
- Desenvolver habilidades empreendedoras como resolução de problemas, criatividade, resiliência e pensamento crítico;
- Aplicar metodologias modernas, como Lean Startup, Design Thinking e MVP<sup>3</sup>, para validação de ideias;
- Incentivar o uso de ferramentas tecnológicas e modelagens financeiras para estruturar negócios viáveis;
- Promover a experimentação e interação com o mercado por meio de testes reais de validação de soluções;
- Fomentar a participação em eventos acadêmicos e feiras de empreendedorismo;
- Estimular a publicação de artigos e projetos para fomentar o ecossistema empreendedor na UNIFIMES.

### **PERFIL DO EGRESSO ESPERADO NA DISCIPLINA**

A disciplina de Empreendedorismo e Inovação visa contribuir, de forma transversal e prática, para a formação de um egresso com:

- Comportamento Empreendedor: capacidade de se manter disciplinado, entusiasmado, perseverante, leal, constante e comprometido com metas e resultados mesmo diante de incertezas.
- Iniciativa e Liderança: postura ativa frente a problemas, com habilidade de mobilizar pessoas, recursos e ideias para transformar realidades.

---

<sup>3</sup> Conceito central no desenvolvimento ágil de produtos, conforme Blank e Dorf (2012).

- **Criatividade com Responsabilidade:** habilidade de propor soluções inovadoras com senso crítico, alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e à ética cristã e social.
- **Resiliência e Adaptabilidade:** preparo emocional e técnico para lidar com erros, mudanças de rota e desafios típicos de ambientes inovadores.
- **Consciência de Impacto:** visão ampliada sobre o papel do empreendedor no desenvolvimento regional, inclusão produtiva e sustentabilidade.

Essa formação integra competências técnicas e comportamentais, pois mais importante do que saber *o que fazer*, é desenvolver o *como agir* de maneira empreendedora, comprometida e transformadora.

## ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação da disciplina de Empreendedorismo e Inovação será realizada de forma contínua e processual, em consonância com os princípios da Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL), priorizando o engajamento, a colaboração, a criatividade e a aplicação prática do conhecimento.

Os principais instrumentos avaliativos incluem:

1. Participação ativa nas aulas e atividades em grupo: envolvimento nas discussões, dinâmicas, apresentações e construção do projeto de solução empreendedora.
2. Entregas parciais e protótipos intermediários: apresentações de pitches, mapas de problemas, modelagem Canvas<sup>4</sup>, validação de hipóteses, vídeos ou protótipos.
3. Produto final obrigatório (*escolher uma das opções abaixo*):
  - Participação no Prêmio UNIFIMES de Inovação e Empreendedorismo 2025, com entrega formal do projeto na plataforma do evento, apresentação em pitch e entrega de materiais exigidos pelo regulamento; ou
  - Submissão de resumo simples para a Semana Universitária (Edital 004/2025/PROEPE), relatando a proposta desenvolvida durante o semestre, conforme modelo de publicação do evento.

Observação: O grupo que participar do Prêmio UNIFIMES não precisa submeter o resumo à Semana Universitária, pois o pitch do evento já servirá como avaliação final prática. O professor deve acompanhar esse processo e orientar os alunos em ambas as modalidades.

4. Autoavaliação e avaliação entre pares: promovidas em momentos estratégicos ao longo da disciplina, visando desenvolver o senso crítico, empatia e responsabilidade coletiva.

### Critérios orientadores sugeridos:

Critério	Peso Sugerido (%)
Participação e engajamento	20%
Atividades intermediárias	30%
Produto final (pitch ou resumo)	40%
Auto e coavaliação	10%

A disciplina será dividida em dois bimestres (com duração aproximada de 9 semanas cada). Ao final de cada bimestre, será atribuída uma nota de 0 a 10. A média final será composta da média aritmética simples das duas notas bimestrais. Para aprovação, o aluno deve atingir média igual ou superior a 6,0 e frequência mínima de 75%.

Caso a média final seja inferior a 6,0, será ofertada uma **Prova Substitutiva**, com nota de 0 a 10. A nova média será recalculada, substituindo a menor nota bimestral pela nota da prova.

### Avaliação por Bimestre

<sup>4</sup> Modelo desenvolvido por Osterwalder e Pigneur (2010), utilizado amplamente como ferramenta de modelagem de negócios.

### **1º Bimestre:**

- Participação e atividades em sala (individuais ou em grupo): **30%**
- Avaliações práticas e teóricas (provas ou projetos): **50%**
- Produção e submissão de publicação em evento (colóquio ou semana universitária): **10%**
- Frequência, autoavaliação e engajamento: **10%**

### **2º Bimestre:**

- Participação no Colóquio/Semana Universitária: **50%**
- Produção de artigo acadêmico adaptado para publicação: **20%**
- Avaliações do professor (pitches, mentorias, envolvimento): **30%**

Todos os instrumentos estão descritos no plano por aula e garantem coerência entre o ensino, a extensão e a avaliação.

**Nota ao professor:** Recomenda-se registrar todas as atividades e entregas no sistema acadêmico e manter cópias digitais dos materiais. Estimule os alunos a reconhecerem o valor da entrega real para a comunidade ou mercado, indo além da nota.

A disciplina será avaliada de forma contínua e formativa, com base na participação dos alunos nas atividades propostas, entregas práticas e capacidade de trabalhar em equipe, refletir criticamente e aplicar os conceitos aprendidos.

O semestre será dividido em dois bimestres, cada um valendo nota de 0 a 10. A média final será a média aritmética simples das duas notas. Para aprovação, o aluno deverá obter média final igual ou superior a 6,0.

Caso a média final seja inferior a 6,0, o aluno poderá realizar **prova substitutiva** (de 0 a 10), cujo valor substituirá a menor das duas notas bimestrais. Após essa substituição, será recalculada nova média.

Cada bimestre utilizará mais de um instrumento de avaliação, tais como:

- Produção escrita individual ou em grupo (atividades em aula, fichamentos, resumos, quadros);
- Atividades práticas e apresentações orais (como pitches e seminários);
- Participação em eventos institucionais (como o Prêmio UNIFIMES e a Semana Universitária);
- Elaboração e submissão de resumo simples com base nas propostas desenvolvidas em aula (modelo fornecido no manual).

**Importante:** Todos os alunos deverão, obrigatoriamente:

- Submeter um resumo simples com base na ideia desenvolvida, que poderá ser enviado para publicação na Semana Universitária (caso não participem do Prêmio UNIFIMES); **ou**
- Estudantes que não participarem do Prêmio UNIFIMES deverão, obrigatoriamente, submeter um resumo simples de sua proposta à Semana Universitária, seguindo o edital vigente, como critério de avaliação parcial.
- A **submissão de trabalhos acadêmicos na Semana Universitária**, será realizada no período de 07/07 à 08/09/2025 até as 23h59 (Sexta Semana de Aula).

Professores devem reforçar com os alunos, desde as primeiras aulas, os prazos de submissão e as orientações específicas para cada caso. Recomenda-se reservar ao menos 10 minutos em sala, nas aulas da 7ª à 12ª semana, para atualizar os estudantes sobre:

- O cronograma do evento,
- O andamento dos resumos,
- E os critérios avaliativos.

## **METODOLOGIA DA DISCIPLINA**

A disciplina segue uma abordagem prática e dinâmica, utilizando metodologias ativas para tornar o aprendizado mais significativo. Realizar os encontros conduzidos de forma interativa, combinando aulas expositivas, estudos de caso, workshops e dinâmicas práticas.

Entre as estratégias didáticas, destacam-se:

- Pitch inicial em todas as aulas – Cada grupo apresenta, em 1 a 3 minutos, a evolução de seu projeto desde a última aula. Isso permite treinar oralidade, reforçar aprendizado progressivo e promover avaliação formativa.
- Desenvolvimento progressivo do projeto – Os alunos trabalham em grupos para criar e validar ideias de negócios, utilizando ferramentas como BMC, MVP e Design Thinking.
- Aprendizagem baseada em problemas – Os estudantes exploram desafios reais para encontrar soluções inovadoras, garantindo a conexão entre teoria e prática.
- Uso de tecnologia e IA – Os alunos são incentivados a utilizar Inteligência Artificial para pesquisa e validação de ideias, sempre com uso ético e estruturado.

## PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO

Data	Conteúdo	Metodologia	Prática Supervisionada	Carga Horária	Classificação
Aula 01	Empreendedorismo: conceitos, importância e início da jornada	Apresentação interativa	Dinâmica de apresentação	2	Aula Expositiva
Aula 02	Perfil empreendedor e inovação como habilidade estratégica	Roda de conversa	Debate sobre perfis	2	Estudo de caso
Aula 03	Crises e oportunidades: abertura para novos negócios com apoio da tecnologia	Estudo de Caso	Estudo de caso	2	EBL/PBL
Aula 04	Identificação de oportunidades e dores do mercado	Brainstorming, Design thinking	Construção de mapa mental	2	Aula Expositiva
Aula 05	Validação de oportunidades de negócio - ferramentas digitais	Dinâmica ativa	Identificação de oportunidades	2	Sala de aula invertida
Aula 06	Revisão diagnóstica	Canvas Colaborativo	Exercício com ferramentas	2	Estudo de caso
Aula 07	Plano de negócio em Canvas: estruturação enxuta de negócios	Construção guiada	Preenchimento do Canvas	2	Trabalho prático
Aula 08	Prototipagem, criação de MVP com recursos tecnológicos e ferramentas visuais	Produção guiada, Mentoria orientada	Análise crítica do Canvas	2	Seminário
Aula 09	Aprimoramento e validação final da solução empreendedora	Seminário avaliativo	Análise crítica de modelos	2	EBL/PBL
Aula 10	Plano de marketing: comunicação estratégica e posicionamento de mercado	PBL/EBL (aprend. prob.)	Elaboração MVP	2	Projeto experimental
Aula 11	Plano financeiro e viabilidade econômica do negócio	PBL/EBL (Trab. cooperativo)	Produção de apresentações	2	Estudo de caso
Aula 12	Fechamento do plano de negócio: Canvas final e autoavaliação	Simulação prática, Pitch guiado	Simulação de negócios	2	Sala de aula invertida
Aula 13	Revisão diagnóstica: conteúdos-chave do empreendedorismo e inovação	Oficina aplicada, Simulação prática	Planejamento financeiro	2	Verificação aprendizagem
Aula 14	Empreendedorismo acadêmico: redação de resumo científico	Feedback coletivo	Revisão de estratégias	2	EBL/PBL
Aula 15	Comunicação empreendedora: apresentar e feedback projetos	Roteiro formativo,	Escrita resumo científico	2	Evento
Aula 16	Produção final para eventos: e-book e comunicação científica	Curadoria ativa e digital	Submissão de trabalho	2	Projeto experimental
Aula 17	Validação final, autoavaliação e preparação para apresentação	Painel interativo	Apresentação de seminários	2	Apresentação
Aula 18	Empreendedorismo e inovação no ambiente acadêmico e social	Reflexão integrativa	Avaliação reflexiva	2	Verificação aprendizagem

## Quadro Comparativo: Ementa x Planos de Aulas

Tópico da Ementa	Aulas Correspondentes
Conceitos e definições de Empreendedorismo	Aulas 01, 02
Perfil e características do empreendedor	Aulas 02, 06
Habilidades e competências empreendedoras	Aulas 02, 03
Importância do Empreendedorismo para sociedade	Aulas 01, 02, 14, 18
Identificação de oportunidades de negócios	Aulas 03, 04, 05
Crises e oportunidades	Aula 03
Recursos tecnológicos na criação de novos negócios	Aulas 03, 05, 08
Ferramentas e planilhas na elaboração do plano de negócios	Aulas 07, 11
Empreendedorismo na era do comércio digital	Aulas 10, 11, 15
Elaboração do plano de negócio	Aulas 07 a 12
Estrutura do plano de negócio	Aulas 07, 08
Plano de marketing	Aula 10
Plano financeiro	Aula 11

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2007. (Reimpressão: 2015). – Link para Acesso:

[https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO\\_UMA\\_VISAO\\_DO\\_PROCESO\\_E.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO_UMA_VISAO_DO_PROCESO_E.pdf?utm_source=chatgpt.com)

CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012. – Link para Minha Biblioteca:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597028089/epubcfi/6/2/%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>.

DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. – Link para Minha Biblioteca:

[https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents\]!/4/346/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents]!/4/346/2).

## SUGESTÃO FERRAMENTAS PARA EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

### ChatGPT (OpenAI)

O que é: Ferramenta de inteligência artificial que simula conversas e gera textos com base em perguntas e comandos do usuário.

Como utilizar na disciplina:

- Apoio à criação de ideias de negócio, roteiro de pitch, resumo científico e validação de hipóteses.
- Simular entrevistas com empreendedores fictícios ou especialistas ou gerar perguntas para pesquisa de campo.
- Sugestão de prompt: "Crie um Canvas de Modelo de Negócio para uma startup de entrega de refeições saudáveis em cidades pequenas". Utilizar prompts claros como: "Liste 3 ideias de negócio para resolver o problema de lixo urbano."

Acesso: <https://chat.openai.com>.



## **Canva**

O que é: Plataforma gratuita de design gráfico e produção visual com modelos prontos e intuitivos.

Como utilizar na disciplina:

- Criar slides, logos, posts de redes sociais e cartazes de projetos.
- Usar para produção de conteúdo visual nos pitches e apresentação de ideias.
- Sugestão: criar um cartaz de divulgação do projeto do grupo com QR Code vinculado ao Instagram ou formulário.

Acesso: <https://www.canva.com>

## **Notion**

O que é: Ambiente digital de produtividade que permite criar páginas com listas, cronogramas, textos, tabelas e anotações.

Como utilizar na disciplina:

- Organizar as atividades e etapas de cada grupo como um portfólio digital.
- Registrar validações, reuniões, devolutivas e evolução do projeto em uma única página. Ideal para professores monitorarem o andamento dos projetos semanalmente.
- Criar links com checklist e responsabilidades de cada integrante.

Acesso: <https://www.notion.so>

## **Mentimeter**

O que é: Ferramenta de interações online em tempo real, que permite criar quizzes, enquetes e nuvem de palavras.

Como utilizar na disciplina:

- Dinâmicas de entrada: "Qual seu maior medo ao empreender?" ou "O que você espera aprender nesta disciplina?" ou "Qual a primeira palavra que vem à mente quando falamos de 'empreendedorismo'?"
- Coletar opiniões para definição de temas dos grupos ou feedback sobre uma aula.
- Resultado aparece instantaneamente na tela e estimula a participação.

Acesso: <https://www.mentimeter.com>

## **Google Forms**

O que é: Ferramenta gratuita do Google para criação de formulários, quizzes, enquetes e pesquisas.

Como utilizar na disciplina:

- Aplicar questionários diagnósticos e atividades individuais.
- Cada grupo pode aplicar uma validação com público externo usando o Forms.
- Pode ser usado para autoavaliação e avaliação cruzada (entre grupos).

Acesso: <https://forms.google.com>

## **Padlet**

O que é: Mural digital colaborativo onde todos os usuários podem postar e comentar textos, imagens, links e vídeos.

Como utilizar na disciplina:

- Criar mural de problemas identificados por cada grupo no início da disciplina.
- Criar mural de ideias de negócio, validando com curtidas e comentários.
- Usar como galeria final dos projetos da turma.

Acesso: <https://padlet.com>

## **AI Notes**

O que é: Ferramenta que transforma áudios em anotações e resumos organizados com IA.

Como utilizar na disciplina:

- Registrar reuniões e mentorias para depois gerar atas ou relatórios por grupo.
- Pode ser usada por professores para registrar momentos-chave da aula.

Acesso: <https://www.getainotes.com>

## **ElevenLabs**

O que é: Ferramenta de IA que gera narração de textos com vozes realistas em vários idiomas.

Como utilizar na disciplina:

- Criar áudios para vídeos e podcasts dos grupos.
- Transformar texto do pitch em voz para apresentações animadas.
- Usar com atenção às regras de ética e originalidade.

Acesso: <https://www.elevenlabs.io>

## **Suno**

O que é: IA que cria músicas originais a partir de textos ou temas definidos.

Como utilizar na disciplina:

- Criar trilhas sonoras originais para vídeos dos projetos ou pitches animados.
- Estimular criatividade e diferenciação nas apresentações finais.

Acesso: <https://www.suno.ai>

## **CapCut**

O que é: Editor de vídeos gratuito e intuitivo, ideal para produção de conteúdo rápido para redes sociais.

Como utilizar na disciplina:

- Editar vídeos para o pitch.
- Editar vídeos curtos dos projetos com narração, música e efeitos visuais.
- Estimular a produção de vídeos como forma de engajamento com o público externo.
- Criar teasers para divulgação da ideia do grupo.
- Estimular o uso criativo e comunicativo dos alunos.

Acesso: <https://www.capcut.com>

## **Canvanizer (Business Model Canvas) ou SEBRAE Canvas**

O que é: Ferramenta digital gratuita para criação de Canvas de Modelo de Negócio.

Como utilizar na disciplina:

- Preencher os 9 blocos do BMC com os alunos em tempo real.
- Compartilhar links entre membros do grupo e com o professor.
- Usar como base para validar estrutura de viabilidade do projeto.

Acesso: <https://www.canvanizer.com> ou [ttps://www.canva.com](https://www.canva.com).

## **Magnus Presentation AI**

O que é: Aplicativo de inteligência artificial que cria apresentações de slides automaticamente a partir de um tema ou prompt textual.

Como utilizar na disciplina:

- Os alunos podem gerar apresentações para seminários ou pitches com poucos cliques.
- Ideal para grupos que têm mais dificuldade com design gráfico.
- Pode ser usado como apoio visual para expor o Canvas ou o resumo da ideia do grupo.

Acesso: <https://www.getmagnus.app>

## PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS

A disciplina será conduzida com base na metodologia EBL – Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo, inspirada no *PBL (Problem-Based Learning)*, adaptada à realidade de projetos reais de negócios. Os procedimentos adotados incluem:

- Aulas expositivas dialogadas com base em dilemas reais;
- Dinâmicas de grupo, simulações e jogos de empresas;
- Desenvolvimento em equipes de 3 a 5 integrantes;
- Mentorias individualizadas e coletivas com o docente;
- Produção de planos de negócio, pitches e artigos acadêmicos;
- Participação em eventos como colóquios, feiras e bancas avaliadoras;
- Utilização de ferramentas como o Business Model Canvas, Lean Startup, protótipos e validações de hipóteses com o mercado real.

A proposta é colocar o estudante como protagonista da própria aprendizagem, assumindo responsabilidades, tomando decisões, aprendendo com os erros e compartilhando descobertas com o coletivo.



## ENCERRAMENTO DA DISCIPLINA

Sugere-se que, ao fim da disciplina, os alunos participem de uma atividade comemorativa institucional (ex: roda de apresentações, pitch final, entrega de certificados simbólicos), acompanhada de feedback coletivo e entrega de autoavaliação. A publicação de um e-book com os melhores projetos pode ser proposta com apoio institucional (EduFIMES, DIE, coordenação de curso).

A disciplina deve ser compreendida como uma vivência formativa, prática, conectada ao desenvolvimento regional e à cultura de inovação da UNIFIMES.

## **PLANO DE AULAS DETALHADO (18 SEMANAS - 100 MINUTOS CADA)**

### **AULA 01 – EMPREENDEDORISMO: CONCEITOS, IMPORTÂNCIA E INÍCIO DA JORNADA**

#### **Objetivos da Aula:**

- Receber e acolher os estudantes com uma proposta inspiradora e prática.
- Apresentar o plano de ensino e os objetivos da disciplina, promovendo o engajamento inicial.
- Alinhar expectativas e explicar como serão formados os grupos e conduzida a disciplina.
- Iniciar reflexões sobre o uso ético e responsável da Inteligência Artificial (IA) no contexto da inovação e do empreendedorismo.
- Estimular o pensamento crítico, o autoconhecimento e a curiosidade como atitudes empreendedoras.

#### **Storytelling de Abertura – “O mundo está em transformação. E você?”**

Imagine que você acaba de ser contratado por uma startup que quer mudar o mundo. Você não tem ainda todos os conhecimentos, mas tem algo essencial: vontade de aprender, coragem de errar e disposição para fazer diferente.

Essa disciplina é o seu “laboratório de voo”. Aqui, você e sua equipe vão testar ideias, errar com inteligência, aprender com propósito e, quem sabe, criar soluções que ninguém imaginou.

Mas atenção: para navegar neste mundo novo, é preciso bússola (ética), mapa (projeto) e equipe (grupo). E tudo começa hoje.

#### **Roteiro da Aula**

##### **1. Boas-vindas e alinhamento inicial**

- Roda de conversa: “O que você espera desta disciplina?”
- Apresentação do plano de ensino (objetivos, carga horária, estrutura das aulas, eventos previstos).
- Explicação clara sobre o funcionamento em grupos (3 a 5 pessoas) e a lógica da avaliação por bimestres (ver item de avaliação geral ao final do manual).
- Nesta disciplina, você terá a oportunidade de desenvolver uma ideia que poderá ser apresentada na Semana Universitária. Fique atento aos prazos e orientações nas próximas aulas.

##### **2. Reflexão inicial com diagnóstico**

- Atividade: “O que é inovação para você?”
- Pergunta bônus: “Quais ferramentas digitais você já utiliza no seu dia a dia?”
- Ferramentas sugeridas: Google Forms, Kahoot, Mentimeter, Socrative – para gerar nuvens de palavras, enquetes ou gráficos interativos.

##### **3. Mini-exposição com debate: Ética e Inteligência Artificial**

- Trecho para leitura em aula:

“A inteligência artificial, se usada de forma crítica e responsável, pode ampliar a criatividade, testar ideias e otimizar processos. O protagonismo do estudante exige discernimento e ética no uso das ferramentas digitais.” (Adaptado de UNESCO/CAPES)

- Perguntas para debate:
  - A IA pode substituir o pensamento humano?
  - Usar IA para criar trabalhos escolares é trapaça ou estratégia?
  - Quais limites você acredita serem justos no uso dessas tecnologias?

#### **4. Demonstração prática (5 a 10 min)**

- Exibir o ChatGPT respondendo a uma pergunta provocativa.
- Mostrar o Canva ou o Notion como ferramentas de apoio ao projeto do grupo.
- Exemplos: criação de logotipo, organização de tarefas, brainstorm criativo.

#### **5. Mini-exposição teórica: O que é Empreendedorismo?**

Empreender não é apenas abrir um negócio. É identificar problemas e propor soluções criativas, responsáveis e viáveis.

Segundo Dornelas (2016), empreender é “agir transformando oportunidades em negócios lucrativos ou em soluções inovadoras com impacto social”.

Já Schumpeter via o empreendedor como agente de mudança que rompe padrões estabelecidos.

A disciplina vai explorar diferentes tipos de empreendedorismo:

- Tradicional (comercial),
- Social (impacto coletivo),
- Intraempreendedorismo (dentro de organizações),
- Público (em políticas públicas), entre outros.

##### **Pergunta disparadora:**

Você já empreendeu alguma vez, mesmo sem saber?

##### **Atividade sugerida (opcional):**

Responda, individualmente ou em dupla: “Qual foi a sua maior atitude empreendedora até hoje?”

- Compartilhe no grupo ou registre em papel/cartolina para compor o mural da turma.

##### **Material complementar opcional:**

Inserir na lista da aula:

- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*.
- SEBRAE. *Empreendedorismo na prática*. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>

##### **Atividade Diagnóstica (sem nota):**

- Respostas coletadas de forma anônima serão usadas para adaptar a abordagem às turmas.

##### **Sugestões de combinados com a turma**

- Frequência mínima exigida pela UNIFIMES (75%).
- Participação ativa nas apresentações e interações.
- Comprometimento com os encontros e com o grupo.
- Autorização para uso ético de IA em atividades, com menção clara no trabalho quando for utilizada.

##### **Materiais e Ferramentas Sugeridas**

- **Ferramentas digitais:** ChatGPT, Canva, Notion
- **Vídeos:**
  - “Como usar IA com ética” (UNESCO Brasil)
  - “Empreendedores que usaram IA para crescer” (Canal StartSe ou SEBRAE)
- **Leituras rápidas:**
  - RIES, Eric. *A Startup Enxuta*.
  - BLANK, Steve; DORF, Bob. *The Startup Owner’s Manual*.
  - Trechos do material da CAPES/UNESCO sobre IA e educação.

##### **Exercício de Fixação (opcional para casa):**

### Parte 1 – Expectativas pessoais:

Escreva um pequeno parágrafo sobre o que você espera construir (ou transformar) ao longo desta disciplina.

### Parte 2 – Fixação conceitual:

Em suas palavras, como você definiria *empreendedorismo*?

Escolha uma das abordagens discutidas em sala (ex: Dornelas, Schumpeter, SEBRAE etc.) e diga qual mais faz sentido para você.

Se quiser, cite um exemplo (pessoal, familiar ou de alguém conhecido) que represente essa visão.

Dica: você pode usar IA para ajudar a escrever, mas indique no final se teve ajuda e como usou.

**Tabela – Mitos e Verdades sobre o Empreendedor**

Afirmativa	Mito ou Verdade?	Comentário Explicativo
Empreendedores já nascem prontos.	❌ Mito	Habilidades empreendedoras podem ser aprendidas, desenvolvidas e treinadas.
Para empreender é preciso ter muito dinheiro.	❌ Mito	Muitos negócios começam com recursos limitados e crescem com planejamento e criatividade.
O fracasso faz parte do processo empreendedor.	✅ Verdade	Errar e recomeçar são experiências comuns e valiosas na jornada empreendedora.
Empreendedores são avessos a riscos.	❌ Mito	Eles assumem riscos calculados, com planejamento e análise.
Inovação é fundamental para empreender com sucesso.	✅ Verdade	Negócios inovadores têm maior chance de se destacar e se manter no mercado.
Empreender é trabalhar menos e ganhar mais.	❌ Mito	Empreender exige dedicação intensa, resiliência e gestão eficaz.

### Nota para o Professor

Esta primeira aula é essencial para construir vínculo. Use sua autenticidade para mostrar que essa jornada é real. Estimule o entusiasmo e a disciplina desde o início. Mostre aos alunos que comportamento empreendedor — como curiosidade, ética, comprometimento e resiliência — vale mais do que qualquer conteúdo decorado. Esta aula é sobre plantar sementes. E elas crescem melhor quando há calor humano e propósito claro.

Nesta disciplina, o(a) estudante terá a oportunidade de desenvolver uma ideia que poderá ser apresentada na Semana Universitária/Colóquio. Ficar atento aos prazos e orientações nas próximas aulas.

A submissão de trabalhos acadêmicos para Semana Universitária será realizada no período de 07/07 à 08/09/2025 até as 23h59.

### Que Tal? Estruturar proposta para a atividades de Socialização da Turma (Grupo Serviço)

Explicar aos alunos que a turma será organizada em *grupos de trabalho para agirem como responsáveis em contribuir com a realização da Disciplina* de Empreendedorismo e Inovação, de forma que esta seja interessante, agradável a todos e atenda seus objetivos. Serão formados três grupos:

○ **Gestores da governança:** grupo responsável por cuidar do clima do ambiente da turma durante a realização da oficina. O grupo deverá ficar atento a fatores como o nível de respeito entre as pessoas, a motivação, a colaboração e a participação dos alunos como um todo, agindo para minimizar conflitos e promovendo ações para melhorar a integração de todos;

○ **Gestores da organização:** grupo responsável por apoiar o professor, a IES e os demais alunos na organização geral para a realização da disciplina, considerando: espaço, tempo, recursos necessários, entre outros aspectos; e

○ **Gestores da informação e conhecimento:** grupo responsável por prover a turma de informações atualizadas e ampliar o conhecimento dos alunos. O grupo deverá oferecer aos demais alunos dicas de conteúdo adicional, buscando informações atualizadas relacionadas aos temas de estudo na disciplina e outras que julguem oportunas e relevantes, dicas de estudo e prática dos comportamentos empreendedores, entre outras ideias.

○ **Grupo gestor do blog:** grupo responsável por gerenciar o blog da turma participante da Disciplina de Empreendedorismo e Inovação.



## AULA 02 – PERFIL EMPREENDEDOR E INOVAÇÃO COMO HABILIDADE ESTRATÉGICA

### Objetivos:

- Compreender os tipos de inovação: incremental, radical e disruptiva.
- Refletir sobre o comportamento empreendedor como base para transformar ideias em soluções.
- Estabelecer a relação entre problema, ideia e validação como um ciclo contínuo e essencial no processo empreendedor.
- Reconhecer o papel do empreendedorismo no enfrentamento de desafios sociais, ambientais e econômicos, com base nos princípios dos ODS e da agenda ESG.

### Metodologia:

- Sala de aula invertida com pesquisa orientada.
- Discussão em grupos e socialização em plenária.
- Estímulo à escuta ativa e empatia com o contexto local.
- Dinâmicas práticas de levantamento e validação de problemas.

### Ferramentas sugeridas:

- **Padlet:** mural digital colaborativo onde grupos publicam problemas reais que desejam resolver. Link é compartilhado pelo professor.
- **Canva:** para infográficos e síntese visual das ideias e problemas mapeados.
- **Kahoot / Mentimeter / Socrative:** para quiz ou enquête inicial sobre tipos de inovação e perfil empreendedor.
- Sugira aos alunos que criem uma pasta no Google Drive para organizar os materiais da equipe, pois esses serão usados futuramente no evento.
- **Vídeos recomendados:**
  - [TEDx: O que é Inovação de Verdade](#)
  - [Sebrae: Empreender é Resolver Problemas](#)

### Referências:

- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*.
- Artigos do Portal Sebrae sobre validação de ideias.
- KURATKO, D. F. *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*.

### Trecho para leitura em aula:

"O empreendedor identifica oportunidades antes que outros percebam os sinais. Mas não basta ter uma boa ideia: é preciso testar, validar e escutar o mercado."  
(DORNELAS, adaptado)

### Início da Aula 02 – Atividade de Retomada (5–10 min)

**Objetivo:** resgatar os conceitos iniciais de empreendedorismo a partir das percepções da turma.

#### Opções práticas:

- **Nuvem de palavras:** use Mentimeter ou similar com a pergunta:  
“Quando você pensa em *empreender*, qual palavra vem à mente?”
- **Quiz rápido:** com perguntas como:  
“Empreendedorismo é sinônimo de abrir empresa? (V/F)”  
“Quem é considerado o pai do empreendedorismo moderno?”  
“Qual destas é uma característica comum dos empreendedores: curiosidade, acomodação, passividade?”

### Conexão direta com a Aula 01:

"Vamos ver o que a turma escreveu no exercício de casa. Alguém gostaria de compartilhar sua definição de empreendedorismo ou um exemplo real que marcou?"

### **Narrativa de Abertura (Storytelling)**

Imagine uma menina de 12 anos chamada Marina. Um dia, ao sair da escola, percebe que seu avô tem dificuldades para lembrar os horários dos remédios. Ela anota isso num caderno e pensa: "Será que outras famílias também passam por isso?" Nas semanas seguintes, Marina começa a perguntar aos vizinhos, colegas, professores... Descobre que sim. Um problema real está diante dela. Surge então a ideia de um "relógio inteligente para idosos", que emite alertas com mensagens carinhosas.

Essa história — fictícia, mas inspirada em muitos jovens empreendedores — ilustra o coração desta aula: **todo projeto nasce de um problema real percebido com empatia.**

### **Conteúdo Expandido**

Nesta aula, vamos olhar para três conceitos fundamentais:

1. **Inovação:**
  - *Inovação tradicional* melhora o que já existe (como atualizar um produto).
  - *Inovação disruptiva* muda tudo — como o Uber mudou o transporte ou o Pix mudou os pagamentos.
  - Inovar não é só criar algo novo — é resolver um problema de forma mais eficaz.
2. **Empreendedorismo como atitude:**
  - Segundo Baron & Shane, o empreendedor não espera “ter dinheiro” ou “ter tempo”. Ele age.
  - O comportamento empreendedor envolve: **iniciativa, constância, criatividade, coragem e escuta ativa.**
3. **Validação de Ideias:**
  - Você já achou que uma ideia era incrível, mas ninguém mais achou útil? Isso acontece quando não validamos.
  - Validar significa conversar com possíveis usuários, ouvir críticas e adaptar antes de investir tempo e recursos.
4. **ODS e ESG: Empreender com propósito**
  - **ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável)** são metas globais da ONU para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e promover bem-estar até 2030.
  - **ESG** é a sigla para *Environmental, Social and Governance* — critérios usados para avaliar o impacto ambiental, social e ético das organizações.
  - Um empreendedor do século XXI precisa alinhar seus projetos a essas agendas. Não basta dar lucro — é preciso gerar valor social e ambiental.
  - **Exemplos práticos:**
    - Criar soluções para reduzir o desperdício de alimentos (ODS 12).
    - Desenvolver tecnologias de inclusão (ODS 10).
    - Projetos que respeitam o meio ambiente, cuidam de pessoas e têm gestão transparente (ESG).

### **Atividade Principal**

#### **Desafio Empático - Mapa de Problemas**

1. Divida a turma em grupos.
2. Cada grupo escolhe um problema do seu contexto (família, igreja, bairro, faculdade...).
3. Criem um relato de até 5 frases sobre esse problema.
4. Publiquem no mural do **Padlet** da turma.

5. Leitura cruzada: cada grupo lê os relatos dos outros e faz comentários.
6. Escolham juntos, em plenária, quais problemas parecem mais relevantes ou com maior potencial empreendedor.

+ Dica 1: pensem em problemas que estejam relacionados a pelo menos um dos ODS (ex: saúde, educação, desigualdade, meio ambiente) ou que possam gerar impacto social positivo. Sugira que, ao entrevistar pessoas, os alunos reflitam se esses desafios se relacionam com algum ODS ou aspecto ESG.

### ODS e ESG no Empreendedorismo

O empreendedor moderno precisa estar atento às grandes transformações globais e sociais. Os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)**, propostos pela ONU, e os princípios **ESG** (Environmental, Social and Governance) influenciam diretamente as práticas empresariais e de inovação.

**ODS:** Agenda global com 17 objetivos para um mundo mais justo, sustentável e inclusivo. Exemplos: erradicação da pobreza, igualdade de gênero, ação climática.

**ESG:** Critérios usados para avaliar a responsabilidade ambiental, social e de governança de empresas. Ex.: uso consciente de recursos naturais, inclusão social, transparência.

👉 **Reflexão:** Seu projeto de negócio contribui com algum ODS? Atende a alguma diretriz ESG? Utilize a tabela comparativa abaixo para entender melhor:

Tabela Comparativa – ODS × ESG

Aspecto	ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável	ESG – Environmental, Social and Governance
<b>Origem</b>	Criado pela ONU em 2015	Termo difundido por investidores e empresas a partir de 2004 (ONU/IFC)
<b>Abrangência</b>	17 objetivos globais e 169 metas	3 pilares principais: Ambiental, Social e Governança
<b>Foco principal</b>	Desenvolvimento sustentável em escala global	Sustentabilidade corporativa e responsabilidade empresarial
<b>Aplicação</b>	Políticas públicas, projetos sociais, ONGs, educação, governos, empresas	Empresas, startups, investidores, instituições financeiras
<b>Objetivo prático</b>	Erradicar pobreza, proteger o planeta e garantir prosperidade até 2030	Avaliar e melhorar práticas empresariais sustentáveis e éticas
<b>Exemplos práticos</b>	Reduzir desigualdade social (ODS 10), acesso à educação de qualidade (ODS 4), energia limpa (ODS 7)	Neutralizar emissões de carbono (E), inclusão e diversidade (S), transparência e ética corporativa (G)
<b>Conexão com Empreendedorismo</b>	Negócios de impacto alinhados aos ODS geram valor para a sociedade	Empresas com boas práticas ESG têm mais credibilidade e atraem investidores

**Sugestão de uso em sala:**

Apresente a tabela após a explicação dos conceitos de ODS e ESG.

Promova um debate com a pergunta:

- “Qual pilar ESG e qual ODS se conectam com a ideia/problema do seu grupo?”
- Proponha como exercício: cada grupo deve indicar **pelo menos um ODS e um pilar ESG** que possam se relacionar ao seu projeto empreendedor.

### Exercício de Fixação

#### Quiz inicial via Kahoot (sugestão de perguntas):

- Qual destas é uma inovação disruptiva?
- O que é validação de uma ideia?
- Qual das atitudes abaixo é típica de um empreendedor?

### **Perguntas para reflexão ou debate**

- Você já teve alguma ideia que não deu certo? O que aprendeu com isso?
- É mais importante ter uma ideia genial ou resolver um problema real?
- Quais comportamentos você já tem que te aproximam de um perfil empreendedor?

### **Indicação de Prompts para IA**

- “Liste problemas comuns enfrentados por estudantes universitários e possíveis soluções inovadoras.”
- “Crie um roteiro de entrevista para validar uma ideia de negócio com base em um problema social.”
- “Gere uma apresentação em slides que explique os tipos de inovação com exemplos brasileiros.”
- “Quais Objetivos de Desenvolvimento Sustentável podem ser associados ao problema que minha equipe identificou? Explique a conexão.”

### **Encaminhamentos para a próxima aula**

- Cada grupo deverá **entrevistar ao menos 3 pessoas** sobre o problema que escolheram.
- As entrevistas devem buscar entender como o problema afeta essas pessoas e quais soluções já foram tentadas.
- Os dados serão compartilhados e analisados na Aula 3.

## AULA 03 – CRISES E OPORTUNIDADES: ABERTURA PARA NOVOS NEGÓCIOS COM APOIO DA TECNOLOGIA

### Objetivos Da Aula:

- Ampliar o olhar estratégico dos alunos para o contexto em que vivem;
- Compreender o conceito de oportunidade e diferenciá-lo de ideia de negócio;
- Analisar como as crises podem gerar soluções inovadoras;
- Apresentar ferramentas tecnológicas acessíveis para empreender;
- Articular o conteúdo à realidade local, aos ODS, ao ESG e aos valores institucionais da UNIFIMES;
- Iniciar a construção de uma visão mais analítica e propositiva sobre problemas reais.

### Metodologia:

- Ensino investigativo com PBL e EBL;
- Roda de conversa
- Estudo de caso com roteiro orientador
- Trabalho em grupos
- Atividade reflexiva com uso de tecnologia (digital ou analógica) e com uso de IA generativa
- Avaliação formativa entre pares

### Ferramentas sugeridas:

- Padlet ou Jamboard para mural de conceitos aprendidos
- Google Docs ou caderno físico para o “Caderno de Situações Empreendedoras”
- Kahoot, Mentimeter ou IA generativa (ChatGPT) para desafios de revisão

### Referências:

- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 6. ed.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão do processo*.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*.

### Trecho para leitura em aula:

*Crise como mãe da inovação*: “O comportamento empreendedor nasce da atitude de enxergar oportunidades onde a maioria só vê problemas.” [...] “Grandes ideias surgem nos momentos mais difíceis. As crises expõem necessidades urgentes, e os empreendedores atentos são capazes de enxergar oportunidades onde outros veem obstáculos. A escassez de recursos, o desemprego, a exclusão digital — todos esses desafios podem dar origem a soluções criativas com alto potencial de impacto.” (Adaptado de DORNELAS, 2020)

“Toda crise carrega consigo a semente da oportunidade.” - Napoleão Hill.

### Abertura – Revisão ativa (15 min)

- Promova uma roda de conversa com a pergunta: “O que você aprendeu até aqui?”
- Convide os estudantes a registrar suas ideias em post-its, quadro branco ou mural digital (Padlet, Jamboard).
- Sugira que usem exemplos do cotidiano para descrever inovação, problema e validação.

## 1. INTRODUÇÃO MOTIVADORA (10 MIN)

### Sugestão de fala do professor:

"Muitos empreendedores não começaram porque queriam, mas porque precisaram. A necessidade os empurrou para criar soluções. Quando falta alguma coisa, aparece uma chance de fazer diferente. Você sabe enxergar essas chances?"

Projete no quadro ou datashow a frase de Albert Einstein:

*"No meio da dificuldade encontra-se a oportunidade."*

Provoque uma conversa breve com os alunos sobre:

- Exemplo de algo que surgiu em tempos difíceis (ex.: pandemia);
- Situações da cidade, da escola ou da vida pessoal que incomodam.

**Transição:** Essa aula nos ajuda a **olhar com lente de oportunidade** para o que normalmente é visto como problema.

## 2. CONCEITOS-BASE PARA A AULA (20 MIN)

### Ideia x Oportunidade

Ideia	Oportunidade
Uma possibilidade criativa	Uma ideia que resolve um problema real e pode ser executada
Pode ser interessante, mas sem aplicabilidade imediata	Tem aplicabilidade, mercado e momento certo
Exemplo: criar um refrigerante de banana	Exemplo: vender marmitas saudáveis perto de uma academia

### Definição de oportunidade de negócio:

É a percepção de uma demanda (explícita ou não) que pode ser atendida com um produto, serviço ou solução, de forma viável e inovadora.

### Crises como combustíveis para inovação

Crises (econômicas, sociais, ambientais, sanitárias) abrem espaço para novas formas de fazer as coisas. Muitos negócios surgem porque algo mudou drasticamente.

### Exemplos reais:

- **Pandemia (COVID-19):** escolas criaram canais no WhatsApp para aulas; costureiras produziram máscaras personalizadas.
- **Crise climática:** empresas de energia solar explodiram em número de instalações.
- **Inflação:** plataformas de troca de roupas e objetos ganham força (ex.: Enjoei, OLX).

### Reflexão em sala:

Você consegue lembrar de algo que melhorou ou surgiu por causa de uma dificuldade?

## Tecnologias como ferramentas para empreender

Apresente tecnologias simples que qualquer aluno pode acessar:

Tecnologia	Para que serve
Google Trends	Descobrir o que as pessoas estão buscando
Formulários Google	Fazer pesquisa com possíveis clientes
Canva	Criar logo, panfleto e posts
WhatsApp Business	Divulgar e atender clientes
ChatGPT	Tirar dúvidas, criar textos, ter ideias
Instagram	Mostrar o produto e interagir

**Ressalte:** Nenhum desses recursos exige investimento inicial.

### 3. DINÂMICA: MAPEANDO OPORTUNIDADES (30 MIN)

**Passo 1 – Formação de grupos (4 a 6 alunos)** **Passo 2 – Cada grupo deve pensar em:**

- Um problema real do bairro, cidade, escola, comunidade ou de seu cotidiano;
- Discutir o que poderia ser feito para resolver ou amenizar esse problema;
- Identificar o que já existe de tecnologia ou hábito que poderia ajudar na solução.

**Passo 3 – Preencher a Ficha de Oportunidade:**

Item	Resposta do grupo
Qual problema escolheram?	
Quem é afetado por ele?	
Que ideia surgiu?	
Essa ideia resolve ou reduz o problema? Como?	
Há algum exemplo de lugar que já fez algo parecido?	
Que tecnologia pode ser usada?	
Essa ideia pode se transformar num negócio?	

**\* Sugestão Atividade prática: Estudo de caso por áreas (30 min)**

- Apresente dois casos diferentes (ou mais, conforme as turmas) com situações empreendedoras contextualizadas.

**Caso 1 – Área de Saúde:**

*Carla, aluna de Enfermagem, percebe que muitos idosos de um bairro periférico não comparecem às consultas agendadas. Ao investigar, descobre que o motivo é a dificuldade de locomoção e a ausência de acompanhante. Carla pensa em organizar, com colegas, um programa de visitas domiciliares orientativas, mas não sabe por onde começar.*

**Caso 2 – Área de Negócios:**

*Marta é manicure há 12 anos. Com a chegada de novos salões na cidade, sua clientela diminuiu. Ela pensa em oferecer atendimento domiciliar com agendamento via WhatsApp e divulgar pelo Instagram. Já ouviu falar em proposta de valor e validação, mas ainda não sabe aplicá-los.*

**Caso 3 – Área de Exatas (Engenharias, Agronomia, Computação):**

*João e Mariana são estudantes de Engenharia Civil. Durante uma visita técnica, observaram que muitas pequenas construtoras locais ainda calculam o consumo de materiais de forma empírica, o que gera desperdícios e estouros no orçamento. Eles pensam em desenvolver um aplicativo simples que auxilie pedreiros e mestres de obra a calcular com mais precisão o uso de materiais como cimento, areia e tijolos. Mas não sabem como validar se os usuários realmente desejam e usariam essa ferramenta.*

**Apresentação dos grupos (20 min)**

- Cada grupo compartilha suas percepções sobre o caso estudado.
- Incentive o uso de linguagem simples e objetiva.

### 4. ENCERRAMENTO E CONEXÃO COM A AULA 04 (10 MIN)

Vamos perceber que empreender não começa com dinheiro, mas com sensibilidade. Quem sente a dor com empatia e vê uma chance de ajudar, já começou a empreender.



### **Tarefa para casa (individual ou em dupla):**

Responder em até meia página:

1. Qual ideia de negócio você teve ou gostaria de desenvolver?
2. Qual crise ou situação difícil inspirou essa ideia?
3. Como a tecnologia pode ajudar você a tirar essa ideia do papel?

### **Conexão com a próxima aula:**

Na próxima aula vamos trabalhar com a ideia escolhida por cada grupo e organizá-la em um quadro chamado "Mapa de Problemas e Soluções". Isso vai nos ajudar a construir o modelo de negócio.

### **ANEXO PARA O PROFESSOR – DICAS DE MEDIAÇÃO**

- Dê exemplos próximos da realidade local (ex.: vendedores ambulantes, serviços criativos da cidade, soluções improvisadas);
- Encoraje alunos tímidos com frases como: “toda ideia é válida”, “a gente melhora junto”, “nada nasce perfeito”;
- Se possível, traga um convidado para contar sua trajetória (alguém da comunidade);
- Use o ChatGPT ou Canva ao vivo para mostrar como gerar ideias ou montar um panfleto da ideia do grupo.

### **INDICAÇÕES DE LEITURA E CONTEÚDO COMPLEMENTAR**

- SEBRAE – Empreendedorismo em tempos de crise: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos>
- Vídeo: “Transformando problemas em negócios” – Canal Geração de Valor.
- Ferramenta complementar: <https://www.modelcanvas.com> (site para montar Canvas online)

### **Outras Sugestões extras para o professor**

Professor, comece a despertar nos alunos a ideia de que o problema mapeado será a base do projeto a ser apresentado. Faça perguntas como: vocês veem esse problema como algo que valeria ser resolvido e mostrado em um evento?

- *A submissão de trabalhos acadêmicos para Semana Universitária será realizada no período de 07/07 à 08/09/2025 até as 23h59.*
- *Reforce aos alunos que suas ideias podem ser aprimoradas nas próximas semanas e submetidas à Semana Universitária como forma de avaliação. Grupos mais engajados podem se inscrever no Prêmio UNIFIMES. Incentive que comecem a registrar seus insights.*

### **Storytelling sugerido para inspirar o início da aula:**

"Imagine que você é o treinador de um time que vai disputar uma grande final. Os jogadores já treinaram fundamentos nas duas primeiras semanas: aprenderam a identificar o jogo (problema), ler o adversário (validação) e treinaram jogadas (inovação). Agora é hora de revisar o que foi aprendido, identificar o que precisa ser reforçado e, principalmente, começar a pensar como um time. Essa aula é o aquecimento estratégico para o que vem pela frente."

### **Dica de IA:**

Antes de aplicar esta aula, o professor pode utilizar a IA com prompts como:

“Atue como um especialista em empreendedorismo. Estou preparando uma aula sobre comportamento empreendedor e validação de ideias para um curso de [nome do curso, ex: Direito]. Quais exemplos e histórias posso usar para tornar esse tema mais próximo da realidade dos alunos?”  
“Liste 3 situações reais de empreendedorismo que envolvam desafios de validação, preferencialmente ligadas à área da Saúde.”

### **Atividades complementares**

#### **Exercício individual opcional:**

Peça para que cada estudante escreva uma breve situação empreendedora real de sua vida ou da sua área de atuação e indique:

- O problema
- A possível solução
- O comportamento empreendedor envolvido

#### **Material extra sugerido:**

- Podcast Sebrae: “Empreender na Prática”
- Vídeo: “Como validar uma ideia de negócio em 5 passos” – Canal Startups de Alto Impacto
- Artigo: “Comportamento empreendedor: o que é e por que importa?” – Endeavor Brasil
- Livro complementar: McMullen, J. S.; Shepherd, D. A. “Entrepreneurial action and the role of uncertainty”

## AULA 04 – IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES E DORES DO MERCADO

**Duração:** 100 minutos

**CONEXÃO COM AULAS ANTERIORES**

Na Aula 3, falamos sobre o olhar do empreendedor. Agora, aprofundamos esse olhar para enxergar problemas reais e iniciar o mapeamento do projeto que cada grupo vai desenvolver até o final da disciplina.

**OBJETIVOS:**

- Compreender e aplicar o conceito de problema real como base para a criação de soluções empreendedoras.
- Ajudar os alunos a identificar e formular problemas reais que podem ser convertidos em soluções inovadoras.
- Introduzir o conceito de "dor de mercado" e estimular o início da escolha de um problema-chave por grupo, para nortear o desenvolvimento de toda a disciplina.
- Utilizar a abordagem do Design Thinking para aprofundar o mapeamento de problemas e oportunidades.
- Realizar validações iniciais com pessoas do convívio pessoal e comunitário para confirmar a relevância do problema.

**METODOLOGIA:**

- Exposição dialogada com storytelling;
- Análise de vídeos curtos;
- Dinâmica em grupo com quadro de priorização de problemas;
- Início da construção do projeto da disciplina (produto, serviço ou processo com impacto real).

**FUNDAMENTAÇÃO:**

A literatura empreendedora (Dornelas, Osterwalder & Pigneur, Sebrae) indica que a identificação de problemas com profundidade e validação prévia são etapas decisivas na ideiação. O Design Thinking propõe empatia e escuta ativa como ponto de partida para soluções centradas no usuário.

- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation*.
- SEBRAE. (2022). *Validação de ideias e identificação de problemas*.
- Dornelas, J. C. A. (2016). *Empreendedorismo Inovador*.

**FERRAMENTAS**

- Quadro branco e post-its virtuais (Jamboard, Padlet ou mural físico);
- Aparelho multimídia (data show);
- Celulares dos alunos;
- Google Forms (questionário complementar de validação de problemas).

**FRASE REFLEXIVA PARA O DIA:** “Grandes negócios nascem de grandes dores mal resolvidas.”

— Eric Ries, autor de *A Startup Enxuta*

### QUADRO-RESUMO (AGENDA DA AULA)

Etapa da Aula	Atividade
Boas-vindas	Frase do dia, alinhamento e conexão com Aula 3
Exposição com exemplos	Storytelling sobre “dores” e identificação de problemas
Dinâmica em grupo	Cada grupo levanta 3 problemas e justifica
Apresentações parciais	Troca rápida entre grupos para escutar e opinar
Encerramento	Orientações para próxima aula + tarefa complementar

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO DA AULA

### 1. Acolhida e provocação:

Inicie a aula pedindo para cada aluno dizer um problema que enfrentou recentemente. Incentive o humor, a espontaneidade e registre no quadro. Depois, pergunte: “Alguém aqui já pensou em resolver isso com uma ideia de negócio?”

Traga a frase do dia e conte a história real de como a dor de esperar em consultórios inspirou o aplicativo Dr. Consulta.

Metáfora: “Todo problema é uma pedra no sapato. O empreendedor é quem decide se vai chutar a pedra ou construir com ela.”

### 2. Apresentação do conceito de dor de mercado:

Explique com linguagem simples e relacione com diferentes realidades profissionais (ex: saúde, agro, educação). Estimule perguntas como: “Isso acontece com frequência?” “Quem mais sofre com isso?”

Exemplo real: O caso do aplicativo 'Água Camponesa', criado por estudantes para ajudar agricultores com a gestão de irrigação.

#### **Exemplo de História para contar em sala:**

“Pensem comigo: imaginem que vocês estão em uma cidadezinha do interior, durante o verão mais quente dos últimos 10 anos. O sol está rachando, o asfalto parece derreter. E o único vendedor de picolés da cidade... decidiu tirar férias.

As crianças estão suando. Os trabalhadores da obra precisam de algo gelado. As mães, desesperadas por refresco pros filhos. E não tem ninguém vendendo picolé.

Isso, meus amigos, é o que chamamos de dor de mercado:

👉 uma necessidade real, sentida por um grupo de pessoas, que ainda não está sendo atendida de forma adequada.

Não é sobre um produto em si — é sobre um sofrimento, uma frustração, uma dificuldade, uma necessidade não atendida.

E o papel de quem quer empreender com propósito e impacto é enxergar essa dor antes dos outros.

Quem aqui seria capaz de montar um carrinho de picolé em uma semana e resolver o problema da cidade?

Quem conseguir identificar a dor antes, consegue também criar uma solução mais ajustada, simples e valiosa.”

#### **Ampliação com metáforas simples:**

- Dor de mercado é como sapato apertado: só quem sente sabe. O bom empreendedor é quem escuta as queixas dos outros e diz: “espera aí, acho que dá pra melhorar isso aí.”
- É como goteira no telhado: pequena no início, mas se ninguém resolve, vira um problemão. Se você chega com um balde (solução simples), já se destaca.

#### **Perguntas para provocar debate:**

1. Você consegue lembrar de alguma situação em que sentiu falta de algo simples, mas que ninguém estava oferecendo?
2. Você já viu alguém resolver uma dor de mercado com uma solução criativa?
3. Qual a diferença entre uma dor real e uma dor inventada (ou moda passageira)?
4. Uma “dor social” (como exclusão, acessibilidade, fome, saúde precária) também pode virar negócio?

#### **Resumo para o professor falar em voz alta:**

“Identificar uma dor de mercado é o primeiro passo para criar algo que realmente tenha valor. É mais do que ter uma ideia genial — é resolver algo que está doendo de verdade em alguém. É por isso

que nesta disciplina, cada grupo vai construir seu projeto pensando primeiro nisso: qual dor social, ambiental ou econômica você quer resolver?”

### 3. Dinâmica de grupo – Mapeando dores:

Em grupos de 3 a 5, os alunos devem listar 3 problemas reais e justificar quem é afetado. Depois, usar a estrutura:

“A [pessoa X], que sofre com [problema Y], precisa de uma solução que [resultado Z].”

### 4. Rodízio de apresentações rápidas:

Cada grupo apresenta uma de suas ideias para outro grupo, que devolve sugestões e perguntas. O professor circula entre os grupos, incentivando o pensamento crítico.

### 5. Encerramento e tarefa para casa:

Orientar que validem o problema com ao menos 5 pessoas. Pode ser entrevista ou formulário (ex: Google Forms). Dar exemplos de perguntas. Estimular que tragam resultados para a próxima aula.

#### **Atividade Complementar para Casa**

##### **Entrevista informal ou formulário online para validar o problema. Perguntas como:**

- Isso te incomoda?
- Você já tentou resolver?
- Pagaria por uma solução?

##### **Perguntas para Debate ou Reflexão**

- O problema que escolhemos é mesmo relevante?
- Existe alguém tentando resolver isso?
- É uma dor frequente ou pontual?

##### **Sugestões de Atividades Práticas**

- Mural de dores da comunidade
- Mapa de empatia
- Simulação de prioridades (se você fosse prefeito, qual resolveria primeiro?)

##### **Materiais Complementares**

- Vídeo SEBRAE: [https://youtu.be/HGqCfaKZG\\_A](https://youtu.be/HGqCfaKZG_A)
- Artigo StartSe: <https://www.startse.com/artigos/problemas-bons/>

##### **Prompt de IA Sugerido**

“Liste 5 problemas reais enfrentados por estudantes universitários no Brasil que poderiam virar oportunidades de negócio ou projetos sociais.”

##### **Dicas para o Professor**

Use exemplos próximos da realidade dos alunos. Evite que os grupos pulem direto para soluções. Encoraje que escolham um problema como base para o projeto da disciplina.

##### **Conexões com as Próximas Aulas**

Aula 5: Validação do problema levantado hoje.

Aula 6: Prova + monitoramento do andamento dos grupos.

Aula 7: Introdução ao Canvas com base nos problemas escolhidos.

## AULA 05 – VALIDAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO COM APOIO DE FERRAMENTAS DIGITAIS

**Duração:** 100 minutos

### CONEXÃO COM AULAS ANTERIORES

Na Aula 4, os alunos mapearam dores reais e começaram a exercitar o olhar de quem resolve problemas. Agora, eles vão testar se a dor escolhida é realmente sentida por outras pessoas, iniciando um processo essencial da metodologia EBL: a validação prática com o público-alvo.

Nesta etapa, a disciplina fortalece os pilares UNIFIMES (inclusão, sustentabilidade, inovação e empreendedorismo), promovendo escuta ativa da comunidade e pesquisa aplicada com impacto real — integrando ensino, extensão e pesquisa.

### OBJETIVOS

- Ensinar os alunos a confirmar, com dados e experiências reais, a relevância do problema identificado. Estimular senso crítico, autonomia investigativa e estruturação do diagnóstico empreendedor.
- Compreender o processo de validação de problemas como etapa central da construção de soluções empreendedoras;
- Aplicar técnicas simples de validação (entrevista, observação, formulário);
- Reforçar a escuta ativa e a empatia como habilidades empreendedoras;
- Analisar os dados levantados e ajustar o problema se necessário;
- Conectar a prática da validação com os ODS da Agenda 2030 (educação de qualidade, saúde, inovação, redução das desigualdades etc.).

### METODOLOGIA

- Investigação orientada;
- Estudo de caso em grupo;
- Aplicação prática (questionário, entrevistas ou observação);
- Rodada de socialização com feedback;
- Gamificação opcional com pontuação extra.

### FERRAMENTAS

- Celular ou notebook (para entrevistas, gravações, formulários);
- Google Forms (modelo de validação);
- Quadro branco ou mural digital (Padlet, Miro, Jamboard);
- Mural físico ou cartolina para acompanhar o avanço dos grupos (etapas validadas, número de entrevistas, desafios encontrados). (Zero To Hero).
- IA (ChatGPT ou Perplexity para gerar hipóteses e perguntas);
- Planilha de análise de dados qualitativos (disponível como sugestão de anexo ao professor).

### FUNDAMENTAÇÃO

O Design Thinking, como destaca Tim Brown, parte da empatia para gerar soluções eficazes. Validar é parte do ciclo de prototipagem. Para Steve Blank (Startup Owner's Manual), “não existe fato dentro da sala — é preciso ir à rua e escutar quem sente o problema”.

EBL aplica esse princípio ao ensino: alunos aprendem fazendo validações reais.

- Brown, T. (2009). *Change by Design*
- Blank, S.; Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual*
- SEBRAE (2023). *Validação de Ideias e Soluções Empreendedoras*

## FRASE REFLEXIVA PARA O DIA

“Validar é ouvir. Quem valida, aprende. Quem escuta com atenção, inova com impacto.”

— Adaptado de Steve Blank

## LEITURA RÁPIDA OU ANEDOTA PARA O DIA

Imagine um aluno que resolve criar um app para agendar ônibus rurais em sua cidade. Ele acha a ideia genial. Mas, ao entrevistar os moradores da zona rural, descobre que eles não têm internet nem smartphone. Resultado? A dor existe — mas a solução imaginada não era viável.

Moral da história: sem validação, uma boa ideia pode morrer no papel.

## QUADRO-RESUMO (AGENDA DA AULA)

Etapa	Atividade
Boas-vindas	Retomada da aula anterior, frase do dia e reflexão inicial
Relembrando o porquê validar	História real ou metáfora sobre validação
Dinâmica 1	Roda de conversa sobre quem já validou seu problema
Orientação	Apresentação dos métodos de validação simples
Dinâmica 2	Planejamento da validação: roteiro e aplicação em campo
Atividade extra	Gamificação (pontos para quem apresentar dados reais)
Encerramento	Dicas para aula seguinte (Aula 6: checkpoint e prova)

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO

### 1. Abertura e conexão

Comece perguntando:

“Quem aqui já teve uma ideia que os outros não levaram a sério? Ou que achava genial... até perceber que ninguém queria?”

Compartilhe a história de Thomas Edison: ao criar a lâmpada, testou **milhares de vezes** até encontrar o filamento certo.

“Edison não testava apenas o produto — testava o que o público queria e precisava. Ele não inventou a lâmpada. Ele validou a necessidade de iluminar o mundo com segurança.”

### 2. Introdução à validação

Explique: validar não é adivinhar. É **investigar com humildade**.

Compartilhe o modelo:

“A [pessoa X] que sofre com [problema Y] precisa de uma solução que [impacto Z]. Agora, precisamos **confirmar se isso faz sentido na realidade dela**.”

### 3. Métodos simples de validação

Apresente e exemplifique:

- **Entrevista rápida:** 5 a 7 perguntas abertas.
- **Formulário online:** via Google Forms (modelo abaixo).
- **Observação:** ir ao local e anotar comportamentos.
- **Feedback informal:** conversar com familiares e colegas.

Modelo Google Forms (sugestão de perguntas):

- Qual é o maior desafio que você enfrenta em relação a [tema]?
- Já tentou resolver esse problema? Como?
- O que mais te incomoda nisso?
- Se alguém criasse uma solução, você usaria?



- Quais alternativas já existem? Funcionam?

Modelo complementar de roteiro da validação (pode ser impresso ou digital):

- Quem é o entrevistado?
- Qual problema foi investigado?
- O que se confirmou? O que surpreendeu?

Sugestões por área para facilitar a validação:

- Saúde/Biológicas: entrevista com usuários do SUS ou cuidadores informais.
- Engenharia/Exatas: observação técnica de falhas (ex: sistemas, equipamentos, tempo de espera).
- Ciências Sociais Aplicadas/Humanas: escuta de minorias, usuários de serviços públicos, idosos ou comerciantes locais.

#### **4. Dinâmica de aplicação prática**

Cada grupo define a forma como irá validar seu problema durante a semana. O professor pode ajudar com sugestões e cronograma.

Incentive que busquem públicos diversos: pessoas com deficiência, idosos, estudantes, profissionais, etc.

Observação: Em turmas com restrições para ir a campo, o professor pode propor simulações em sala com enredos realistas: alunos interpretam entrevistador e persona, gravando um “vídeo-story fake” ou dramatizando uma conversa no balcão de um serviço.

#### **5. Rodada de socialização**

Forme pequenos grupos para compartilhamento:

- Como vamos validar?
- Que resultado esperamos?
- O que pode dar errado?

Ofereça pontos bônus (gamificação) para quem trazer resultados na próxima aula com prints ou áudios de validação.

#### **PERGUNTAS PARA REFLEXÃO OU DEBATE**

1. Quem define se um problema é real: quem sente ou quem observa?
2. A quem devemos escutar primeiro? Quem mais sofre? Ou quem tem poder de decisão?
3. Como validar de forma ética e respeitosa?
4. Toda dor validada gera um negócio? Ou existem dores que não devem virar lucro?

#### **SUGESTÕES DE ATIVIDADES PRÁTICAS**

- Criar uma planilha com 5 pessoas entrevistadas por grupo (nome, perfil, resposta).
- Rodada de entrevistas cruzadas entre os próprios alunos.
- Registro audiovisual opcional (vídeo curto com um “validador”).

#### **MATERIAIS COMPLEMENTARES**

- Vídeo: “Por que validar uma ideia?” (SEBRAE) – [YouTube](#)
- Artigo: “O que é validação de problema” – StartSe
- Podcast: “Ninguém Quer Sua Ideia” – [Spotify](#)

#### **PROMPTS PARA IA (USO OPCIONAL)**

“Crie um roteiro de 5 perguntas para validar se [problema X] é sentido por pessoas que moram em áreas rurais no Brasil.”

“Sugira 3 hipóteses alternativas sobre a dor enfrentada por jovens que não conseguem se organizar financeiramente.”

## DICAS PARA O PROFESSOR

- Validação é sobre escuta. Incentive que os alunos não fiquem apenas com a própria opinião.
- Use a empatia para aproximar o conteúdo de quem é mais tímido ou inseguro.
- Compartilhe exemplos reais de problemas validados com soluções simples.
- Estimule que alunos de cursos diferentes conversem com públicos distintos (ex: uma ideia para agro validada com alunos de outra área).
- Promova o contato com a comunidade externa se possível: ações integradas com extensão são bem-vindas.
- Dica bônus: Incentive o uso dos stories do Instagram para criar enquetes simples como:
  - “Você já desistiu de um serviço público por causa da fila?”
  - “Você usaria um app que ajudasse com [problema X]?”
- QUE TAL? Os vídeos mais criativos e respeitosos podem ser selecionados para publicação no perfil institucional da UNIFIMES ou na Vitrine da DIE, valorizando os alunos como protagonistas da extensão universitária.

## CONEXÕES COM AULAS FUTURAS

- Aula 6: Avaliação parcial + checkpoint dos grupos.
- Aula 7: Introdução ao Canvas com base nos problemas validados.
- Aula 8 e 9: Proposta de solução + construção do MVP inicial.
- Oriente que cada grupo deverá escolher um bloco do Canvas para explorar, preparando materiais que possam ser apresentados na próxima aula (cartazes, memes, encenações curtas ou slides).
- Sugestão: Utilizar IA generativas para aprofundar.
- Exemplo de prompt:
  - “Explique o bloco de Proposta de Valor<sup>5</sup> do Canvas com exemplos voltados para o curso de Engenharia Civil.”

## AValiação CONTINUADA – SUGESTÃO

Critérios sugeridos para nota formativa da aula:

Critério	Peso	Observação
Participação nas atividades em sala	30%	Escuta, envolvimento e clareza
Apresentação do plano de validação	40%	Clareza, viabilidade e relação com a dor
Coerência das perguntas de validação	10%	
Engajamento com o público externo - Criatividade e uso de recursos	10%	Engajamento com recursos digitais
Registro de evidência - Relato parcial dos resultados (parcial ou print)	10%	Trazido na aula seguinte

Reflexões:

“Toda dor validada gera um negócio? Ou existem dores que não devem virar lucro?”

Esse ponto ético conecta muito bem com os valores da UNIFIMES e os ODS.

- **Ao final da Aula 05**, o professor deve orientar os alunos para uma pesquisa prévia sobre o *Business Model Canvas* (*Canvas de Modelo de Negócio*) - <https://www.canvanizer.com> ou <https://www.canva.com>.

- Cada **grupo** deverá trazer para a próxima aula uma breve apresentação (3 a 5 slides) explicando os 9 blocos do BMC, com exemplos relacionados ao seu próprio projeto. OBS.: próxima aula é prova, então na verdade será para aula 7.

- Sugestão: utilizar Canva, PowerPoint ou ferramentas de IA como Magnus ou Gamma para criar os slides.

<sup>5</sup> Conceitos adaptados do Business Model Canvas de Osterwalder e Pigneur (2010).

**LISTA DE EXERCÍCIOS SUGERIDOS PARA FIXAÇÃO<sup>6</sup> – revisão de prova (próxima aula)**  
**(Aula 05 – Atividade Orientada)**

Entregar no final da aula para alunos terem material para estudo e reforço como ajuda de estudos para fazerem a prova na próxima aula.

1. Defina o que é validação de problema no contexto do empreendedorismo.
2. Qual a relação entre empatia e proposta de valor?
3. O que diferencia um 'problema real' de um 'problema aparente'?
4. Cite três formas simples de validar uma hipótese de problema.
5. Em que momento do projeto é recomendável pivotar?
6. Como a validação ajuda na construção do Canvas?
7. O que aprendemos com o caso de Marta e Tiago?
8. Qual a função do pitch nas etapas iniciais do projeto?
9. O que torna uma validação mais confiável?
10. Como diferenciar um achismo de uma hipótese validada?
11. Quais são três características essenciais que definem o perfil de um empreendedor de sucesso? Justifique com exemplos reais ou hipotéticos.
12. Compare o comportamento de um empreendedor com o de um funcionário tradicional. Quais são as principais diferenças em termos de atitudes e postura diante de desafios?
13. Cite e explique duas habilidades técnicas e duas habilidades comportamentais que são fundamentais para o empreendedor. Como elas se complementam?
14. Por que a comunicação é considerada uma competência estratégica para o empreendedor? Dê exemplos práticos.
15. Como o empreendedorismo pode contribuir para o desenvolvimento social e econômico de uma região como Mineiros-GO?
16. Dê exemplos de como o empreendedorismo pode promover transformação social. Você conhece algum caso real ou fictício?
17. Como o olhar atento às necessidades do cotidiano pode revelar oportunidades de negócios? Relate um exemplo prático.
18. Quais ferramentas ou atitudes ajudam o empreendedor a identificar boas oportunidades? Cite pelo menos três e comente sua importância.
19. Por que se diz que a crise pode ser uma oportunidade? Comente com base em situações recentes da economia ou da sua comunidade.
20. Qual a diferença entre risco e oportunidade no contexto empreendedor? Como um bom empreendedor lida com esses dois elementos?
21. Como as tecnologias digitais podem ajudar um pequeno negócio a crescer? Cite dois exemplos reais ou simulados.
22. A adoção de tecnologia pode ser uma barreira para alguns empreendedores? Como superar essa dificuldade?

---

<sup>6</sup> **Nota ao leitor:** As questões aqui listadas são de domínio público, selecionadas de provas e materiais de uso comum na disciplina. Gabaritos, sugestões de resposta e rubricas de avaliação estarão disponíveis exclusivamente em versão restrita, destinada a professores credenciados da disciplina. Para solicitação do material complementar, entre em contato com a Diretoria de Inovação e Empreendedorismo pelo e-mail: [inovacao@unifimes.edu.br](mailto:inovacao@unifimes.edu.br).

## AULA 06 – REVISÃO DIAGNÓSTICA: PERFIL EMPREENDEDOR, PROBLEMAS E OPORTUNIDADES

*ATENÇÃO: Estamos entrando na fase de estruturação da solução e modelagem. A partir da próxima aula, cada equipe deverá se comprometer com um modelo de solução que será lapidado até o evento. Faça esse compromisso em sala.*

### CHECKPOINT + AVALIAÇÃO PARCIAL

**Duração:** 100 minutos

### CONEXÃO COM AULAS ANTERIORES

Depois de mapearem dores reais (Aula 4) e validarem hipóteses com o público (Aula 5), esta aula funciona como um **respiro inteligente**: é o momento de refletir, organizar ideias e sistematizar o que foi aprendido.

Trata-se de uma aula estratégica no ciclo do EBL: além de aplicar a avaliação parcial, ela ajuda os alunos a se enxergarem como protagonistas do próprio processo. É uma virada de chave para muitos.

### OBJETIVOS DA AULA

- Promover uma parada reflexiva e avaliativa na trajetória empreendedora da disciplina;
- Consolidar aprendizados das etapas anteriores (problema e validação);
- Estimular autorregulação da aprendizagem e autoavaliação crítica;
- Aplicar prova parcial de forma conectada ao projeto dos alunos;
- Reforçar o papel da escuta e da evolução contínua como marcas do empreendedorismo de impacto.

### METODOLOGIA

- Prova individual mista (objetiva e discursiva);
- Dinâmica de autorreflexão em grupo;
- Checkpoint orientado por rota de aprendizagem;
- Momento livre para dúvidas e reforço individualizado;
- Tempo reservado para fechamento e orientações da próxima fase.

### FERRAMENTAS

- Prova impressa ou digital (com questões integradas ao projeto);
- Quadro de rota de aprendizagem (modelo disponível ao professor);
- Cronômetro, celular, post-its;
- IA (ChatGPT, Bard ou Perplexity) para revisar aprendizados ou montar mapas mentais no fim.

### FRASE REFLEXIVA PARA O DIA

“Empreender é errar rápido, aprender depressa e continuar com coragem.”  
— Baseado em Eric Ries (*The Lean Startup*)

### ANEDOTA PARA O DIA

Imagine um grupo de estudantes que criou um projeto genial: um app de voluntariado para idosos. Na hora de validar, perceberam que os idosos preferiam **ligações telefônicas** a aplicativos. Resultado: reconfiguraram tudo.

Mas só souberam disso porque **pararam para escutar**.

**Essa aula é a nossa pausa para escutar.**

## QUADRO-RESUMO (AGENDA DA AULA)

<b>Etapas</b>	<b>Atividade</b>
Boas-vindas	Acolhida e alinhamento de expectativas
Revisão rápida	Linha do tempo do que já foi feito
Avaliação parcial	Aplicação da prova mista
Dinâmica	“O que eu aprendi até aqui?” (em dupla)
Socialização	Grupo compartilha conquistas e dúvidas
Orientação	O que vem a seguir? BMC e modelagem de solução
Fechamento	Mural de expectativas: “Onde quero chegar?”


## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO

### 1. Boas-vindas

- Proponha uma respiração profunda.
- Frase do dia no quadro.
- Faça a pergunta provocativa:

“Se seu projeto acabasse hoje, o que você levaria como aprendizado?”

### 2. Revisão guiada

- Monte no quadro a linha do tempo da disciplina:  
Ideia → Dor → Validação →  CheckPoint
- Use exemplos reais dos grupos.

### 3. Dinâmica

- Cada aluno responde (Mentimeter, Forms, Padlet,...):
  - O que eu mais aprendi até agora?
  - O que mais me desafiou?
  - O que posso melhorar?

### 4. Socialização em grupo

- Registre as respostas no mural da sala ou online (Padlet).

### 5. Orientação final

- Apresente rapidamente o que virá na Aula 7: **Business Model Canvas**.
- Sugira leitura leve ou vídeo para preparação.

### 6. Aplicação da avaliação

- Entregue a prova.
- Sugestão: parte objetiva com 5 questões sobre BMC, validação, e ODS; parte discursiva com perguntas sobre o próprio projeto.
- Exemplo:

“Descreva brevemente a dor validada por seu grupo e as evidências coletadas.”

“Como seu projeto se conecta com pelo menos um ODS da Agenda 2030?”

## MATERIAIS COMPLEMENTARES

- Vídeo: “O que é Business Model Canvas?” – Canal: SEBRAE / Link: <https://www.youtube.com/watch?v=wIKP-BaC0jA>
- Artigo: “Checkpoint em Projetos Educacionais” – Por Basecamp (tradução)
- Podcast: “Erros que ensinam: pivotando com inteligência” – Spotify

## DICAS PARA O PROFESSOR

- Acolha os alunos: para muitos, essa é a primeira vez lidando com avaliação ligada a projetos reais.

- Reforce que errar é parte do processo. A prova serve como **termômetro**, não como sentença.
- Use a correção da prova como momento de feedback formativo.
- Se quiser, aplique avaliação por pares (um aluno lê a resposta do outro e comenta).
- Valorize alunos que demonstram evolução — mesmo que tímida.

### **CONEXÕES COM AS PRÓXIMAS AULAS**

- Aula 7: Apresentação do BMC (modelo de negócios);
- Aulas 8 e 9: Proposta de valor e MVP (protótipo inicial);
- Incentive os alunos a trazerem dados validados e esquemas mentais para facilitar a modelagem da solução.

### **AVALIAÇÃO CONTINUADA – SUGESTÃO**

<b>Critério</b>	<b>Peso</b>	<b>Observação</b>
Desempenho na prova parcial	Prova 5,0 Pontos	Clareza, argumentação e domínio do conteúdo
Participação nas atividades da aula	50%	Inclusão na dinâmica e socialização
Reflexão crítica individual	30%	Coerência na análise pessoal
Organização e entrega	20%	Pontualidade e capricho na prova

## AULA 07 – PLANO DE NEGÓCIO EM CANVAS: ESTRUTURAÇÃO ENXUTA DE NEGÓCIOS

**ATENÇÃO:** Estamos entrando na fase de estruturação da solução e modelagem. A partir da próxima aula, cada equipe deverá se comprometer com um modelo de solução que será lapidado até o evento. Faça esse compromisso em sala. **Essa aula é um ponto de virada crítico**, onde os grupos, já com problema validado e proposta embrionária, passam a **estruturar o modelo completo de negócio** — o que é coerente com a curva de amadurecimento esperada.

### Objetivo da Aula

Conduzir os estudantes à construção completa e integrada do Business Model Canvas (BMC), compreendendo-o como uma versão enxuta do plano de negócio. Estimular a visão estratégica do modelo criado, considerando os ODS, os princípios de ESG e os valores da UNIFIMES, além de iniciar a preparação para a submissão de resumos científicos em eventos institucionais (Colóquio ou Semana Universitária).

### Objetivos específicos:

- Apresentar o conceito de plano de negócio e sua versão enxuta no modelo Canvas;
- Compreender a função e a interdependência entre os 9 blocos do BMC;
- Estimular o pensamento sistêmico e a capacidade de conectar proposta de valor, mercado e operação;
- Aplicar o Canvas como ferramenta prática para modelar ideias empreendedoras em grupo;
- Iniciar a ponte com a escrita do resumo simples, conectando o modelo desenvolvido com os critérios dos eventos acadêmicos.

### Metodologia

Aula expositiva-dialogada combinada com sala de aula invertida (com base nos estudos prévios iniciados ao final da Aula 5) e dinâmica em grupo. Os alunos deverão vir preparados, após leitura e/ou vídeos indicados, para montar um canvas em grupo, utilizando um desafio real. A proposta integra elementos da metodologia EBL (Entrepreneurship-Based Learning) e se conecta diretamente à preparação para o Prêmio UNIFIMES de Inovação.

- Metodologia Ativa: EBL (Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo).
- Estratégias: Rotação por Estações, sorteio de apresentações, storytelling coletivo, uso de IA e Canvas colaborativo.
- Ênfase em comunicação visual, síntese estratégica e engajamento emocional com a proposta do grupo.

### Ferramentas

- Quadro de Canvas físico ou digital (Miro, Canvanizer, Jamboard).
- Slides de cada grupo (revisados).
- IA generativa (ChatGPT, Copilot ou outras) para auxílio na construção de resumo simples, uso orientado para gerar exemplos de canvas aplicados à área dos cursos..
- Temporizador para pitches rápidos.
- QR Code com link para submissão de resumos no evento (se já disponível).
- Mentimeter, Miro, Padlet ou Jamboard (para montar canvas online colaborativo);

### Bibliografia

- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. 6. ed.
- ONU – Agenda 2030 e os ODS.
- UNIFIMES – Diretrizes para resumos e submissões de eventos.
- BLANK, S.; DORF, B. *The Startup Owner's Manual*. K&S Ranch, 2012.

- SEBRAE. *Canvas: Modelo de negócios simplificado*. Disponível em: <https://bit.ly/sebrae-canvas>

### Leituras/Frases Reflexiva do Dia

“Quem não sabe para onde está indo, qualquer caminho serve. Mas quem tem um propósito, até o tropeço ensina.” (*adaptação livre de Sêneca*)

“Empreender não é só ganhar dinheiro. É resolver problemas reais. E alguns dos mais urgentes estão mais perto do que imaginamos.”

Está Aula é onde a ideia deixa de ser apenas promissora e passa a ser possível. É quando o grupo entende que um projeto bem modelado é um convite ao futuro — e não apenas um exercício de sala.

### Conexão com Aulas Anteriores

- Aula 4: Mapeamento do problema e definição da dor real.
- Aula 5: Construção inicial do Canvas (parte inferior).
- Aula 6: Prova parcial com revisão crítica e apresentações de quadros.

Agora, o momento é integrar tudo em uma proposta robusta, coerente e pronta para ser submetida, divulgada e defendida.

### Quadro/Agenda da Aula

Etapa	Tempo Estimado	Orientações ao Docente
Abertura + Slide 1 (Conceito de Plano de Negócio)	10 min	Inicie com uma provocação: “Planejar ou improvisar?”. Promova breve debate em roda.
Slide 2 (Plano Tradicional SEBRAE)	5 min	Mostre o modelo completo, com curiosidades. Não detalhar todos os itens.
Slide 3 (Canvas como modelo enxuto)	5 min	Explicar por que usaremos o Canvas. Apresente a ferramenta digital e sua estrutura visual.
Slide 4 (Comparativo entre modelos)	5 min	Enfatize que ambos são úteis, mas o Canvas será o foco prático da disciplina.
Apresentações sorteadas dos grupos (1 bloco cada)	20 min	Pitch rápido de 1 bloco por grupo. Reforçar que todos devem ter avançado com algum bloco.
Mini feedback coletivo integrado às apresentações	10 min	Faça comentários curtos, apenas onde necessário.
Revisão geral dos blocos do BMC com exemplos	10 min	Utilize exemplos simples de negócios locais ou fictícios próximos da realidade dos alunos.
Construção colaborativa do Canvas completo	30 min	Foco principal. Cada grupo deve preencher os 9 blocos. Estimule integração e coesão.
Atividade com IA (apoio à submissão de resumo)	10 min	Demonstrar como a IA pode ajudar a escrever um resumo simples com base no Canvas.
Fechamento e orientação para tarefa complementar	5 min	Lançar a tarefa: transformar o Canvas em um resumo para submissão no Colóquio/Semana Univ.

Esta aula tem como objetivo ampliar a compreensão dos alunos sobre o conceito de plano de negócio e apresentar o modelo Canvas para ser usado como uma alternativa visual e enxuta para estruturar ideias empreendedoras.

Para isso, propõe-se iniciar com uma breve sequência de slides que contextualizam o plano de negócio tradicional e introduzem o Canvas.

Sugere-se usar exemplos reais ou fictícios, adaptados à realidade da turma, para tornar o conteúdo mais significativo e estimular a participação por meio de perguntas provocativas e garantir que todos os grupos avancem na construção completa de seu Plano de Negócio em Canvas, preparando o terreno para a conversão desse material em um resumo acadêmico.



## Sugestão de Perguntas provocativas para usar durante a aula

Durante o slide 1 (Conceito de Plano de Negócio):

1. “Você abriria um negócio sem fazer nenhum plano? Por quê?”
2. “O que você considera mais importante ao iniciar um negócio: a ideia ou o planejamento?”

Durante o slide 2 (Modelo tradicional):

3. “Você conhece alguém que desistiu de empreender por achar o plano tradicional complicado?”
4. “Você acha que um plano com 30 páginas ajuda ou atrapalha quem está começando?”

Durante o slide 3 e 4 (Canvas):

5. “Qual bloco do Canvas parece mais difícil de preencher? Por quê?”
6. “É possível ter uma boa ideia de negócio mesmo sem ter um modelo claro de como ganhar dinheiro?”

Durante a construção colaborativa:

7. “Seu modelo de negócio resolveria um problema real da comunidade?”
8. “Seu cliente entenderia sua proposta de valor com clareza em menos de 1 minuto?”

### Por que planejar um negócio?

- O plano de negócio é um instrumento detalhado para transformar uma ideia em empreendimento viável.
- Objetivos: Antecipar riscos, prever custos, estimar retornos, comunicar a proposta.
- Curiosidade: 1 a cada 3 negócios fecha por falta de planejamento (Sebrae, 2022).
- Pergunta para debate: Você conhece alguém que abriu negócio sem planejar? Como foi?

### O plano tradicional: estrutura completa

- Componentes: Sumário Executivo, Descrição da Empresa, Plano de Marketing, Operacional e Financeiro.
- Tempo médio de elaboração: de 15 a 30 dias.
- Recomendado para negócios formais e em busca de investimento.
- Dica: vídeo explicativo Sebrae → <https://www.youtube.com/watch?v=U8Fy7MUC4qI>

### Canvas: um jeito visual e ágil de planejar

- Modelo criado por Osterwalder e Pigneur (2010).
- 9 blocos essenciais com foco na proposta de valor.
- Ágil, colaborativo e usado por startups.
- Será o modelo trabalhado na disciplina.
- Ferramenta online: <https://www.canvanizer.com>

### Qual o melhor modelo? Depende!

Critério	Plano Tradicional (SEBRAE)	Canvas (BMC)
Detalhamento	Alto	Enxuto
Tempo de elaboração	Médio a longo	Curto
Foco	Viabilidade formal	Modelo de funcionamento
Aplicação	Negócios consolidado / invest.	Ideias em fase inicial/startups
Flexibilidade	Baixa	Alta
Visual	Linear	Quadros e blocos visuais

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DA AULA

1. Acolhida com energia positiva e retomada da frase do dia.

Reforce que o BMC é o "mapa-múndi" da ideia de negócio. Cada pedaço do canvas representa uma parte essencial do quebra-cabeça que permite que o negócio funcione, como engrenagens de um relógio.

Metáfora para usar: “O Canvas é como a planta baixa de uma casa: não é a casa em si, mas o desenho que organiza como os cômodos (recursos, clientes, canais...) vão se conectar.”

Se achar pertinente pode iniciar a aula com um storytelling relembrar os aprendizados prévios.

“E se a sua ideia pudesse transformar a própria UNIFIMES?”

*(O professor pode ler ou contar de forma espontânea, com emoção e pausa nos momentos-chave)*

#### MODELO DE STORYTELLING PARA ABERTURA

“Imagine um estudante da UNIFIMES chamado Gabriel. Ele é cadeirante e cursa Engenharia. Todo dia, ele chega cedo à faculdade, motivado, sonhando em construir um futuro melhor.

Mas tem um detalhe: o bloco onde ele tem aula não tem elevador. Ele já se acostumou a pedir ajuda, mas, no fundo, sente que está sempre dependendo dos outros. O bebedouro fica alto. O laboratório de robótica tem uma bancada sem altura acessível. E o sistema online da biblioteca? Não funciona com o leitor de tela que ele usa no celular.

Agora imagine que um grupo de alunos percebe isso e decide agir. Eles se perguntam:

‘E se criássemos uma solução empreendedora, simples e eficaz, que melhorasse a inclusão tecnológica aqui dentro?’

Eles criam um QR Code acessível em todas as salas, com um menu de voz de informações básicas da aula.

Depois, desenham um aplicativo que permite mapear pontos de acessibilidade dentro da UNIFIMES. E

mais: oferecem isso como um produto replicável para outras instituições de ensino.

Não estamos falando de um exercício qualquer. Estamos falando de um projeto que nasce aqui, mas pode transformar vidas além dos muros da universidade.

Hoje, vamos continuar o Canvas, mas com um olhar mais atento: como a nossa proposta pode, de fato, resolver um problema que afeta alguém real?

E se esse alguém for o Gabriel? Ou um colega nosso? Ou nós mesmos, no futuro?”

#### PERGUNTAS PROVOCATIVAS APÓS O STORYTELLING

- Quem é o “Gabriel” da nossa realidade?
- Nossa ideia empreendedora resolve uma dor real ou superficial?
- Como incluir diversidade e acessibilidade na proposta de valor?
- Nossa solução poderia ser aplicada dentro da própria UNIFIMES? Se sim, o que mudaria?

#### 2. Sorteio de blocos do Canvas para apresentação por grupo (só um quadro por grupo).

- Cada grupo apresenta apenas um quadro sorteado (proposta de valor, canais, fontes de receita, etc.).
- Professores podem usar papéis numerados ou sorteador online.

#### 3. Momento de feedback coletivo: alunos e professor debatem os quadros apresentados com base em perguntas críticas:

- Isso está claro e conectado ao restante do Canvas?
- Esse canal de entrega alcança mesmo o público-alvo?
- A proposta de valor se diferencia ou é “mais do mesmo”?

#### 4. Revisão do Canvas Pelo Professor do BMC – se necessário: (20 minutos)

Apresente os 9 blocos do BMC de forma visual, usando o quadro abaixo e conectando com exemplos simples (uma padaria, um app de caronas, uma ONG local).

Bloco	O que representa	Exemplo simples
Proposta de valor	O que você entrega de diferente	“Pão quentinho na hora certa”
Segmento de clientes	Para quem é a sua solução	Moradores do bairro / Estudantes da faculdade
Canais	Como você chega até eles	App, entrega, loja física
Relacionamento	Como mantém o vínculo	Cartão fidelidade, grupo de WhatsApp
Fonte de receita	Como o dinheiro entra	Venda direta, assinatura mensal
Recursos principais	O que você precisa para funcionar	Forno, equipe, ingredientes
Atividades principais	O que você faz para entregar valor	Produção, entrega, atendimento
Parcerias chave	Quem te ajuda	Fornecedores, motoboys
Estrutura de custos	Quais são os gastos	Aluguel, energia, insumos



## 5. Elaboração do Canvas Completo de cada Grupo

Relembre que os alunos já mapearam um problema real (Aula 4), validaram com usuários (Aula 5) e iniciaram a estruturação de ideias (Aula 6). Agora, é hora de “encaixar as peças” do Canvas com coerência e estratégia.

Hoje, nosso objetivo é montar o quebra-cabeça do seu modelo de negócio. Todos os blocos devem estar conectados e fazer sentido entre si. Não basta preencher – é preciso construir uma narrativa consistente, alinhada aos valores da UNIFIMES e aos ODS.

### Preenchimento com IA e debate interno (20 min):

- Incentive que usem IA generativa (ChatGPT, Copilot, Gemini etc.) para receberem sugestões de preenchimento de blocos fracos ou para revisar o quadro completo.

- Prompt sugerido:

“Estamos desenvolvendo um negócio baseado neste Canvas (copie o conteúdo). Nos ajude a revisar a proposta, aprimorar os blocos e sugerir melhorias que conectem melhor o modelo ao público-alvo, à proposta de valor e aos ODS.”

- Oriente os alunos a não copiar cegamente, mas usar as sugestões da IA como ponto de partida para análise crítica.
- Promova uma mini-rotação entre grupos: cada grupo revisa rapidamente o Canvas de outro e deixa 3 sugestões de melhoria com base em:
  - Clareza
  - Coerência
  - Inovação / impacto social

### Dicas de Facilitação para o Professor

- Use perguntas para guiar os grupos:
  - “Esse canal de entrega faz sentido para o seu público-alvo?”
  - “Sua estrutura de custos é compatível com sua fonte de receita?”
  - “O que tem de inovador ou único aqui?”
- Caminhe pela sala com uma prancheta e registre pontos críticos para retomar em plenária.

- Estimule grupos a usar linguagem simples e objetiva. Oriente que evitem jargões e que o Canvas precisa ser compreendido até por alguém de fora da área.

### **Sugestão de Encerramento da Etapa**

“Se o Canvas do seu grupo fosse apresentado agora a um patrocinador do Prêmio UNIFIMES, ele investiria na sua ideia? Por quê? O que falta para convencê-lo?”

6. Atividade prática com IA (PARA CASA): cada grupo acessa uma IA generativa e solicita:
  - “Com base no meu Canvas (copiado aqui), escreva um resumo simples e inspirador da ideia”.
7. Orientação final para submissão de resumos (colóquio ou semana universitária), explicando prazos e formatos.
8. Encerramento com um convite à superação: “Seu projeto pode mudar vidas. Comece pela sua.”

### Perguntas Provocativas

- O que diferencia sua solução de todas as outras disponíveis?
- Sua proposta inclui alguém que normalmente é esquecido?
- Que impacto ela pode gerar na sua rua, no seu bairro ou na sua cidade?
- Já pensou em testar sua ideia com um amigo ou familiar e ver o que ele entende?

### Exercício de Fixação

Cada grupo deve:

- Apontar um bloco do Canvas que ainda está frágil e justificar o porquê.
- Descrever como o projeto pode se conectar a pelo menos um dos ODS, e/ou ser inclusivo.
- Definir em 1 frase o propósito inspirador da sua ideia.

### Sugestões de Materiais Extras

- Vídeo: [Como preencher o Canvas? – Canal do Sebrae](#)
- Podcast: [Mentes Empreendedoras – Resumo do Canvas](#)
- Artigo: “Business Model Canvas: Como usar no ensino?” – Portal Endeavor.
- Prompt sugerido:

“Com base nesse Canvas, escreva um resumo simples de 450 até 500 palavras para um evento universitário.”

### Observações e Dicas ao Professor

- Divida a sala em estações, se necessário, para apresentações simultâneas.
- Estimule a escuta ativa e o feedback entre pares.
- Reforce a importância da coerência entre os blocos: o que está em "proposta de valor" deve aparecer em "segmento de clientes" e "canais".
- Incentive a criatividade, mas alerte para ideias “fora da realidade”.
- Esta aula é uma das mais estruturantes da disciplina. Reserve tempo para integração dos conceitos. Encoraje o uso de exemplos locais e conecte com áreas dos cursos. Ao final, destaque que este conhecimento será essencial para a submissão de ideias no Prêmio UNIFIMES ou Semana Universitária. Lembre aos alunos que o modelo de negócio será usado nas próximas aulas e em sua apresentação final.

### Lembretes Adicionais

- A submissão de resumos para a Semana Universitária (evento que ocorre em outubro) deve ser decidida até a Aula 9. Caso a equipe vá participar do Prêmio, isso será considerado como parte

da entrega avaliativa. Caso contrário, a submissão de resumo para o evento é obrigatória para parte da nota do bimestre.


- Sugestão: usar a IA para revisar e aprimorar o Canvas e gerar um resumo com 400 até 500 palavras, visando submissão para o Colóquio ou Semana Universitária. Prompt: “*Somos um grupo de alunos criando um negócio para [problema X]. Nosso Canvas é esse [copiar os blocos já feitos]. Dê sugestões de melhoria e escreva um resumo simples para evento universitário.*”
- Sugestão de criar QR Code com o link de submissão.
- Estimular o uso de linguagem inclusiva, clara e objetiva nos resumos.

#### Conexões com Próximas Aulas

- Aula 8: foco na comunicação e posicionamento do modelo de negócio.
- Aula 9: introdução à validação de hipóteses com coleta de feedback real.
- Aula 10: estruturação de apresentações e pitch.










#### **Avaliação Contínua Sugerida**

<b>Critério</b>	<b>Peso</b>
Clareza e completude do Canvas	3,0
Participação nas apresentações	2,0
Aplicação dos feedbacks recebidos	2,0
Produção do resumo com IA	2,0
Identificação de ODS e propósito	1,0



### **BUSINESS MODEL CANVAS**

Nome do Projeto: \_\_\_\_\_

Parceiros Chave 	Atividades Chave 	Oferta de Valor 	Relacionamento com o Cliente 	Segmentos de Clientes 
	Recursos Chave 		Canais de Vendas 	
Fonte de Custos 		Fontes de Receitas 		

#### **Prompts Extras com IA para Grupos (além dos já citados)**

##### **A. Para Melhorar Blocos Específicos:**

“Nosso modelo está com dúvidas no bloco de parcerias. Com base no nosso projeto [copiar resumo], que tipo de parcerias estratégicas você sugere para potencializar o impacto da nossa solução?”

##### **B. Para Gerar um Resumo Inspirador:**

“Nosso negócio resolve o problema de [X] e segue esse Canvas [copiar Canvas]. Escreva um resumo cativante e claro, com até 500 palavras, destacando inovação, impacto social e viabilidade.”

##### **C. Para Ajustar Tom e Público:**

“Reescreva nosso Canvas com linguagem acessível para um público jovem de ensino médio, sem perder a proposta de valor.”

#### **D. Para Análise Crítica:**

“Revise nosso Canvas como se fosse um investidor ou avaliador de edital de inovação. O que melhoraria?”

#### **E. Exemplos Reais de Canvas**

<b>Bloco</b>	<b>Exemplo – App de Caronas na UNIFIMES</b>
Proposta de Valor	Caronas seguras e sustentáveis entre alunos e servidores.
Segmento de Clientes	Estudantes e servidores com dificuldade de locomoção.
Canais	App mobile, site, WhatsApp.
Relacionamento	Gamificação, recompensas, avaliações.
Fontes de Receita	Publicidade local e apoio institucional.
Recursos Principais	Desenvolvedores, banco de dados, servidor cloud.
Atividades-Chave	Desenvolvimento, atendimento, validação.
Parcerias	TI, DCE, empresas de mobilidade.
Custos	Manutenção do app, marketing, servidores.

#### **Exemplo 2 – Startup de Reaproveitamento de Eletrodomésticos**

<b>Bloco</b>	<b>Descrição</b>
Proposta de Valor	Reaproveitamento de eletrodomésticos descartados para venda ou doação, com certificação técnica e foco ambiental.
Segmento de Clientes	Famílias de baixa renda, ONGs, estudantes e público geral consciente ambientalmente.
Canais	Plataforma digital, feiras locais, pontos do Sukatech.
Relacionamento com Clientes	Atendimento personalizado, canal de dúvidas online, rede de parceiros sociais.
Fontes de Receita	Venda de reaproveitados, apoio de editais, patrocínio ESG.
Recursos-Chave	Oficina técnica, equipe de triagem, transporte, sistema de rastreio.
Atividades-Chave	Coleta, triagem, conserto e redistribuição.
Parcerias Principais	Projeto Sukatech, prefeituras, doadores, técnicos voluntários.
Estrutura de Custos	Logística, manutenção de oficina, comunicação, salários.



### Exemplo 3 – Mini ONG Digital para Apoio Psicológico

Bloco	Descrição
Proposta de Valor	Conexão rápida e acessível com voluntários ou psicólogos parceiros para apoio emocional inicial.
Segmento de Clientes	Estudantes, jovens em crise, comunidade acadêmica e familiares.
Canais	App, redes sociais, link QR Code em espaços da UNIFIMES.
Relacionamento com Clientes	Acolhimento sigiloso, linguagem afetiva, retorno rápido.
Fontes de Receita	Doações, editais de impacto social, parcerias públicas.
Recursos-Chave	Rede de voluntários, tecnologia, supervisores, espaço virtual seguro.
Atividades-Chave	Triagem, escuta ativa, conexão com rede profissional.
Parcerias Principais	Cursos de Psicologia, ONGs, voluntários, Secretaria de Saúde.
Estrutura de Custos	Hospedagem da plataforma, capacitação, coordenação de equipe.

*Ao iniciar a construção do Canvas, priorizar os blocos centrais (Proposta de Valor, Segmentos de Clientes, Canais, Fontes de Receita e Estrutura de Custos) eles formam a base que sustenta a viabilidade e o propósito do negócio. Caso haja limitação de tempo concentrar-se inicialmente nesses blocos essenciais, deixando os demais para etapas posteriores de aprofundamento para publicação.*



## AULA 08 – PROTOTIPAGEM, CRIAÇÃO DE MVP COM RECURSOS TECNOLÓGICOS E FERRAMENTAS VISUAIS

### Conexão com Aulas Anteriores

A aula conecta diretamente com as Aulas 7. Os alunos já mapearam seu Canvas e, antes, levantaram hipóteses de problemas e soluções. Agora, é hora de colocar essas hipóteses à prova no mundo real, com testes simples e diretos.

### Objetivo

Levar os estudantes a transformarem o Canvas em ação concreta, criando um MVP (Produto Mínimo Viável) simples e testável, com base no problema identificado e na proposta de valor construída.

### Metodologia

- Ativa, prática e colaborativa.
- Estilo "mão na massa", com base nos princípios do *learning by doing* (aprender fazendo)<sup>7</sup>.
- Ênfase no ciclo de prototipagem rápida, baixo custo e validação contínua.
- Exposição dialogada com exemplos reais.
- Estudo de caso simplificado (storytelling).
- Debate em grupo com simulações.
- Mapeamento coletivo de aprendizados.
- Atividade prática de criação de MVP.

### Ferramentas

- Quadro branco ou slides;
- Ferramentas de IA como ChatGPT (prompt abaixo);
- Impressão ou projeção de modelos de MVP – Cartolina, canetas, papel A4, Canva, Figma, vídeos, Canva Docs, Miro ou FigJam IA (ChatGPT, DALL·E, etc.).
- Google Forms ou Typeform para coleta de feedbacks.
- Planilhas simples para custos e finanças iniciais (Google Sheets).
- Vídeos inspiradores e exemplos reais de MVP.

### Bibliografia Sugerida

- Sebrae. Guia do MVP: <https://www.sebrae.com.br>
- RIES, Eric. *A Startup Enxuta*. Portfolio Penguin.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*. Alta Books.
- BLANK, S.; DORF, B. *The Startup Owner's Manual*. K&S Ranch.

### Frase/Reflexão para o dia

“Você não precisa ser grande para começar, mas precisa começar para ser grande.” — Zig Ziglar

“Não existem grandes empresas sem protótipos malucos.” – Steve Blank

### Conexão com aulas anteriores

- Resultado direto do Canvas (Aula 07): agora é hora de *materializar* a proposta de valor.
- Integra elementos de problema, solução, público-alvo, canais e fontes de receita.

---

<sup>7</sup> Expressão relacionada à abordagem de ensino experiencial, difundida por Dewey e adotada por Blank e Dorf (2012) como base para o desenvolvimento de startups.



## Quadro Resumo da Aula

Etapa	Duração Estimada	Atividade
1. Acolhida, boas vindas + frase do dia	5 min	Roda de conversa breve e inspiradora
2. Releitura do Canvas	10 min	Pontos-chave da proposta de valor
3. O que é um MVP?	15 min	Vídeo + discussão guiada
4. Planejamento do MVP	25 min	Grupos definem MVP viável
5. Mão na massa!	30 min	Construção do MVP
6. Compartilhamento inicial	10 min	Apresentação e feedbacks curtos
7. Encerramento + preview financeiro	5 min	Anúncio da próxima aula (finanças)

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO DA AULA

### 1. Boas-vindas e resgate (10 min)

- Recapitule brevemente o Canvas de cada grupo, destacar como ele serve de base para o MVP.
  - Exemplo real (usando Canvas da Aula Passada):  
 Canvas: Aplicativo para agendamento de coleta de eletrônicos recicláveis.  
 MVP: protótipo em papel + formulário para ver se as pessoas usariam.  
 Resultado: descobriu que muitos queriam o app, mas poucos usariam no celular.  
 Ajustaram para WhatsApp. **MVP salvou tempo e dinheiro!**
- Pergunte Agora: “Viu? E se vocês estivessem errados sobre o que o cliente quer?”
- Mais uma Historinha de Exemplo:

### Metáfora: Os Três Porquinhos Empreendedores

Imagine que os Três Porquinhos resolveram montar negócios para resolver o mesmo problema: *proteger-se do Lobo Mau*. Cada um construiu uma solução diferente — e aqui é onde o **Canvas** entra!

### Etapa 1: O Canvas (Projeto)

Cada porquinho criou um **Canvas**, um plano rápido de negócio:

- Porquinho 1 (palha):** queria construir algo rápido e barato — no Canvas dele, os blocos estavam vazios ou genéricos. Ele colocou:

- Proposta de Valor: “Abrigo rápido.”
- Segmento: “Quem estiver com pressa.”
- Canais: “Entrega na hora.”

Resultado: MVP frágil, sem testes.

- Porquinho 2 (madeira):** foi um pouco mais esperto. No Canvas dele:

- Proposta de Valor: “Proteção acessível.”
- Segmento: “Público com renda média.”
- Canais: “Venda por indicação.”

Resultado: MVP melhor, mas não testou com o público antes. Lobo soprou.

- Porquinho 3 (tijolo):** pensou no Canvas com cuidado:

- Proposta de Valor: “Segurança real contra lobos.”
- Segmento: “Famílias preocupadas com segurança.”
- Canais: “Feiras e campanhas.”
- Parcerias: “Arquitetos e engenheiros.”

Resultado: Fez um MVP testado com protótipo, reforçado com feedback. Lobo soprou e... nada!

### Moral da história:

O **Canvas** é o **plano**, o **mapa mental do negócio**. O **MVP** é a **primeira casinha**, o **teste real**. Sem um Canvas coerente, o MVP pode ser só uma “cassinha de palha”.

## 2. Storytelling: “O sorvete da Duda”

Duda sempre amou fazer sorvetes artesanais. Criou 10 sabores novos, fez 100 potes e montou um quiosque. Vendeu... 7. Descobriu, perguntando depois, que as pessoas queriam **picolés sem lactose**.

- Conclusão: Duda validou *depois* de investir. E se tivesse testado *antes*?

## 3. Conceito central (20 min)

- Explique que **validar uma ideia** é testar uma hipótese antes de investir tempo e dinheiro.
- Use o exemplo do **ovo na colher**: "Antes de correr a maratona (lançar um produto), vamos andar com cuidado para ver se o ovo não quebra (a ideia funciona)."

## 4. O que é um MVP? (30 min)

- MVP = Mínimo Produto Viável. Serve para validar com o mínimo possível.
- Exemplos:
  - Um vídeo demonstrativo;
  - Um protótipo no Canva;
  - Um formulário de intenção de compra;
  - Uma pré-venda no Instagram.

**Metáfora:** “MVP é o rascunho antes do quadro final. Ninguém começa pintando a Mona Lisa direto na parede.”

## 5. Atividade prática (20–30 min)

Cada grupo deve:

- Escolher UMA hipótese para testar;
- Criar uma proposta de MVP;
- Formular 3 perguntas para investigar com potenciais clientes.

## 6. Discussão guiada (15 min)

- “Como você pode testar sua ideia ainda hoje, com zero ou baixo custo?”
- “O que você aprendeu com os erros das histórias reais?”
- Se você só tivesse R\$ 20 e dois dias, o que faria para testar sua ideia?
- Como saber se as pessoas realmente querem o que você está oferecendo?
- O que pode dar errado? E se der certo, o que fazer em seguida?

## Sugestões de Materiais Complementares

### Vídeos:

- “O que é MVP?” – StartSe: [https://www.youtube.com/watch?v=FxZB8hZcM\\_g](https://www.youtube.com/watch?v=FxZB8hZcM_g)
- “O MVP da Amazon” – Canal G4 Educação: <https://www.youtube.com/watch?v=mH4cchW3kRE>

### Leitura Curta:

- SEBRAE: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-mvp>

## Prompt de IA para usar com alunos:

“ChatGPT, me ajude a criar um protótipo de MVP para uma ideia de negócio que vende bolos saudáveis por assinatura. Que formas simples posso testar essa ideia?”

## **EXERCÍCIOS DE FIXAÇÃO**

1. Explique com suas palavras o que é MVP.

MVP é a sigla para *Minimum Viable Product*, que em português quer dizer: Produto Mínimo Viável.

É a versão mais simples de um produto ou serviço que já pode ser testada com clientes reais, para verificar se a ideia faz sentido e se vale a pena continuar desenvolvendo.

- *É como fazer um rascunho antes de pintar um quadro, ou uma amostra grátis antes de lançar o produto no mercado.*

### **Por que criar um MVP?**

Imagine que você tem uma ideia incrível. Antes de investir dinheiro, tempo e energia criando tudo nos mínimos detalhes, você pode criar uma versão enxuta — o MVP — para testar se as pessoas realmente querem aquilo que você está oferecendo.

O MVP não é o produto final. Ele serve para aprender rápido, errar barato e melhorar antes de lançar pra valer.

### **Metáforas simples para entender**

- MVP é como cozinhar um bolinho para testar o sabor antes de fazer o bolo inteiro.
- É construir um carrinho de rolimã para testar se o trajeto é seguro antes de comprar um carro.
- É criar uma capa de livro e um resumo antes de escrever os capítulos.

### **Exemplos por área**

#### **1. Ciências Sociais Aplicadas (Administração, Contábeis, Direito, Educação)**

- **Ideia:** Aplicativo que ajuda microempreendedores a organizarem suas finanças.
- **MVP:** Um formulário simples no Google Forms que pergunta: “Você tem dificuldade em separar o dinheiro da empresa do pessoal? Quais ferramentas você usa?” + um vídeo curto mostrando o conceito.
- **Objetivo:** Ver se os empreendedores demonstram interesse, se pedem acesso ao app, ou dão feedback útil.






#### **2. Saúde, Biológicas e Educação Física**

- **Ideia:** Kit de primeiros socorros personalizados para idosos com doenças crônicas.
- **MVP:** Uma ficha impressa onde a pessoa escolhe os itens essenciais, mais uma simulação com familiares ou cuidadores, pedindo feedback.
- **Objetivo:** Ver se as pessoas se sentem mais seguras, se fariam uma assinatura, ou se sugerem mudanças.  
Ou ainda:
- **Educação Física:** Criação de uma plataforma de treinos curtos para mulheres acima de 50 anos.
- **MVP:** Canal no YouTube com 3 vídeos-piloto + formulário com 3 perguntas (“Gostou?”, “Faria diariamente?”, “Pagaria por um plano exclusivo?”).

#### **3. Exatas, Engenharias, Agrárias e Sistemas**

- **Ideia (Sistemas de Informação):** App que monitora o consumo de água em fazendas.
- **MVP:** Um protótipo no Figma (sem funcionalidade real) com telas simulando o app, apresentado para produtores rurais e agrônomos.
- **Objetivo:** Ver se o layout é útil, se os dados são relevantes e se despertam interesse.
- **Ideia (Eng. Civil):** Plataforma que conecta pedreiros qualificados com obras residenciais.
- **MVP:** Um grupo de WhatsApp + planilha com os profissionais disponíveis, testado em um bairro.
- **Objetivo:** Ver se há procura dos moradores e se os profissionais querem participar.

### Tipos de MVP que você pode usar

Tipo de MVP	Exemplo
 Formulário simples	Enquete sobre o problema ou interesse em solução
 Vídeo explicativo	Gravação com celular mostrando o que pretende oferecer
 Protótipo visual	Slides, maquete, desenho ou app simulado em Figma/Canva
 Pré-venda	Post no Instagram dizendo: “Se abrir essa loja, você compraria?”
 Roteiro de pitch	Apresentar ideia a alguém e coletar reação em tempo real (feedback oral)

### CONTINUAÇÃO - EXERCÍCIOS DE FIXAÇÃO

2. Dê um exemplo de MVP para um serviço de passeios turísticos em Mineiros-GO.
3. Qual é o risco de não validar uma ideia antes de lançar?

### Perguntas para Debate

- Vale a pena lançar algo que você *ama*, mesmo sem testar?
- Por que temos medo de perguntar ao cliente?
- O que aprendemos mais rápido: com sucesso ou com erro?

### Observações e Dicas ao Professor

- Professores costumam ter dúvidas sobre o que “pode ou não pode” ser um MVP. Reforce: não existe um único modelo. Vale tudo que gera aprendizado com o cliente.
- Sugira que os alunos validem com pelo menos 3 pessoas reais antes da próxima aula.
- Relembre que o MVP *não é o produto final*, mas sim um caminho de aprendizagem.
- Incentivar que os testes feitos virem parte do portfólio dos estudantes.
- Conectar com eventos institucionais: Colóquio (maio) ou Semana Universitária (outubro).
- Ressaltar que o MVP pode ser a ponte para a incubação de ideias futuras.
- Aula se conecta com ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura.
- Aula se conecta com ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.
- ESG: sustentabilidade no uso de recursos para criação do MVP.
- Valores e Pilares UNIFIMES: Inclusão: MVPs acessíveis e voltados a públicos diversos. E Sustentabilidade: pensar no impacto desde o início.


### Conexões com as Próximas Aulas

Na próxima aula (Aula 10), os alunos apresentarão o que validaram e as hipóteses testadas. Serão orientados a ajustar seus modelos de negócio com base nos resultados das validações.

“Já pensou em integrar essa atividade com algum projeto institucional em andamento?”

### ROTEIRO DIDÁTICO DE 7 SLIDES PARA AULA DE MVP (Produto Mínimo Viável)

#### Slide 1 – Título

 ***O que é MVP? Descubra o poder de testar antes de investir!***

Hoje vamos conhecer uma ferramenta que ajuda empreendedores a economizar tempo, dinheiro e frustração: o MVP. Antes de construir o castelo inteiro, vamos testar se o terreno aguenta!

## Slide 2 – Definição Básica

### *O que significa MVP?*

- MVP = Produto Mínimo Viável
- É a menor versão possível de um produto, já funcional o bastante para testar com o público.
- Serve para validar uma ideia com o menor esforço possível.

Fala do professor:

É como oferecer uma amostra grátis. Você ainda não tem o produto pronto, mas tem algo pequeno o suficiente para mostrar e ouvir: 'isso serve pra você?'

## Slide 3 – Por que usar MVP?

### *Por que usar um MVP?*

- Aprender com o cliente, antes de gastar muito.
- Evitar erros caros e ajustar rápido.
- Ganhar tempo e construir com segurança.

Fala do professor:

Imagina fazer um aplicativo inteiro e só depois descobrir que ninguém quer usar. O MVP previne esse tipo de erro!

## Slide 4 – Tipos de MVP

### *Tipos comuns de MVP*

- Formulários (ex: Google Forms)
- Vídeos explicativos
- Protótipos visuais (Figma, Canva)
- Landing page ou post nas redes
- Pré-venda simbólica
- Teste com grupo pequeno

Fala do professor:

Você não precisa construir nada ainda. Às vezes, um vídeo de 30 segundos no Instagram já é um MVP poderoso!

## Slide 5 – Exemplos por Área

### *Exemplos de MVP em diferentes áreas*

- Educação/Contábeis: App de gestão financeira → simulação em planilha
- Saúde: Treino personalizado → vídeo com série de exercícios
- Engenharia: Plataforma de contratação de serviços → grupo no WhatsApp

Fala do professor:

Mesmo em áreas mais técnicas, é possível criar um MVP. O segredo é: 'qual o jeito mais simples de mostrar minha ideia funcionando?'

## Slide 6 – Como aplicar na aula

### *E se você fizesse um MVP agora?*

- Qual o problema que seu grupo quer resolver?
- Como seria o teste mais simples dessa ideia?
- Que tipo de feedback vocês podem colher?

Fala do professor:

Pensem como cientistas: criem uma hipótese e façam um experimento simples. Essa é a alma do MVP!

## Slide 7 – Conclusão + Próximos Passos

## **Testar, aprender, ajustar: MVP em ação!**

- MVP ≠ produto pronto
- É só o começo do aprendizado
- O feedback é mais importante que a perfeição

Fala do professor:

O objetivo do MVP não é impressionar — é aprender com o erro antes que ele custe caro. E na próxima aula, vamos transformar esse aprendizado em ajustes ou evolução da proposta!

Três excelentes tutoriais no YouTube que abordam o conceito de MVP de forma clara e prática:

1. <https://youtu.be/NOUIS0AAz6E>
2. <https://youtu.be/YwEEV0wHnaA>
3. [https://youtu.be/\\_9ZhyJCKZcg](https://youtu.be/_9ZhyJCKZcg)

Sugestão de prompt para IA (ChatGPT) Para ajudar o tema MVP com seus:

"ChatGPT, finja que você é um professor de ensino médio explicando o que é MVP para alunos da 8ª série. Use exemplos simples, coloque metáforas, ilustrações e sugestões de atividades práticas em sala de aula para as três áreas: Ciências Sociais, Saúde/Biológicas e Exatas/Engenharias."

Mostre falhas reais — contar como um MVP deu errado serve tanto quanto quando deu certo.

### 1. MVP do "Color" – Rede social baseada em localização (2011)

Ideia: Um app para compartilhar fotos com pessoas próximas geograficamente.

MVP: Lançaram o aplicativo com U\$ 41 milhões em investimento, mas sem testar com usuários reais antes.

Problema:

- O app era confuso.
- Os usuários não entendiam o propósito.
- Não havia ninguém por perto usando, então parecia inútil.

Lição:

Antes de investir pesado, é fundamental testar com um público pequeno e entender se há demanda real. Um MVP precisa ser mínimo e validado com gente de verdade!

### 2. Juicero – A máquina de suco de R\$ 3.500 (2016–2017)

Ideia: Uma máquina high-tech que lia QR Codes de saquinhos de suco prensado a frio e preparava a bebida.

MVP real: Eles já começaram com uma máquina caríssima e saquinhos caros.

Falha:

- Descobriram que os sucos podiam ser espremidos à mão — e com o mesmo resultado!
- O MVP deveria ter sido um teste simples com saquinhos em casas normais.

Lição:

Nem sempre alta tecnologia é necessária. O MVP precisa testar o valor que o cliente realmente enxerga, não o que a empresa *acha* que é valioso.

### 3. Webvan – Supermercado online com entrega em 30 minutos (anos 2000)

Ideia: Revolucionar o varejo de supermercado com entregas ultra rápidas.

Erro no MVP:

- Investiram em infraestrutura enorme (galpões, frotas, sistema logístico completo).
- Não validaram se o público queria isso com urgência ou pagaria por isso.

Resultado:

- A empresa faliu gastando milhões.

- O MVP deveria ter sido um piloto em apenas uma região, com entregas simples e feedback dos clientes.

Lição:

Teste pequeno e ajuste rápido. Crescer antes da hora é perigoso.

Esses casos são poderosos porque mostram que:

- MVP não é produto final.
- Testar cedo, de forma simples, é melhor que investir pesado sem validação.
- Erros de MVP geram aprendizado — e muitos empreendedores bem-sucedidos falharam primeiro.

Tarefa para Casa – MVPs que Deram Errado (e o que podemos aprender com isso)

Objetivo:

Estimular a análise crítica e a capacidade dos alunos de identificar erros comuns na construção de MVPs, conectando com seus próprios projetos ou ideias empreendedoras.

Instruções para os alunos:

1. Leia as 3 histórias reais a seguir:
  - *Color* – app de fotos baseado em localização.
  - *Juicero* – máquina de sucos de luxo que não precisava existir.
  - *Webvan* – supermercado online que cresceu antes de testar.
2. Escolha uma dessas histórias que mais chamou sua atenção.
3. Em seguida, responda às perguntas abaixo com base na história escolhida (respostas manuscritas ou digitadas, no máximo 1 página):

Perguntas para responder (modelo para reflexão):

1. Qual foi o erro mais evidente nesse MVP?
2. O que poderia ter sido feito de forma mais simples e barata para testar a ideia?
3. Você já viu algo parecido acontecer na vida real (na sua cidade, em algum aplicativo, loja etc)?
4. Se você estivesse na equipe responsável, o que teria feito diferente?
5. Que lição essa história deixa para o desenvolvimento do seu projeto atual ou futuro?

Complemento (extra opcional – bônus):

Grave um vídeo curto (de até 2 minutos) explicando para um colega como evitar esse erro em um MVP. Se quiser, poste no grupo da turma ou entregue via link (Drive, WhatsApp, etc.).

Prazo de entrega sugerido:

Na próxima aula (ou em até 5 dias corridos). O professor poderá selecionar alguns para leitura ou debate em grupo.

Avaliação:

A tarefa valerá ponto extra ou nota parcial, conforme o professor desejar. Serão considerados:

- Clareza e objetividade;
- Capacidade de análise crítica;
- Criatividade e conexão com a realidade.

### **Modelo de Formulário Digital para Validação de MVP (Sugestão para Google Forms)**

Este modelo serve como sugestão para a criação de um formulário no Google Forms. Ele pode ser compartilhado com potenciais usuários, clientes ou colegas, para validar o interesse, a utilidade e a percepção de valor sobre a ideia ou MVP em desenvolvimento.

#### **Perguntas sugeridas para o formulário:**

1. Você enfrentou o problema descrito na proposta? ( ) Sim ( ) Não
2. Com que frequência esse problema ocorre na sua vida? ( ) Diariamente ( ) Semanalmente ( ) Raramente
3. Como você atualmente resolve esse problema?
4. O que achou da ideia apresentada? ( ) Excelente ( ) Boa ( ) Razoável ( ) Ruim
5. Você usaria uma solução como essa? ( ) Sim ( ) Não ( ) Talvez
6. O que você mudaria ou melhoraria na proposta?
7. Quanto você estaria disposto a pagar por uma solução assim? (resposta livre)
8. Alguma outra sugestão ou comentário?

### **Atividades Práticas para Desenvolvimento de MVPs em Grupo**

As atividades abaixo devem ser realizadas em grupo, como parte da construção do projeto de negócio.

1. Elabore uma versão simplificada (protótipo ou maquete digital) da solução idealizada.
2. Crie um formulário de validação no Google Forms com base no modelo acima.
3. Compartilhe o formulário com pelo menos 10 pessoas que se encaixam no público-alvo.
4. Analise os resultados coletados e discuta o que foi aprendido com o teste.
5. Prepare uma breve apresentação (3 minutos) com os dados e aprendizados obtidos.



## AULA 09 – APRIMORAMENTO E VALIDAÇÃO FINAL DA SOLUÇÃO EMPREENDEDORA

### Objetivo geral da aula:

Compreender, na prática, o que é **validação de uma ideia de negócio** e como ela pode evitar desperdícios de tempo, energia e dinheiro. Os alunos irão construir hipóteses e buscar formas simples de testá-las, com base no perfil do cliente e no problema identificado anteriormente.

### Introdução explicativa (para professores e alunos)

Imagine que você teve uma ideia genial: uma mochila que carrega o celular enquanto você anda. Parece incrível, né? Mas... será que alguém realmente pagaria por isso? É aí que entra a **validação**: testar **antes de investir**.

“Empreender sem validar é como construir uma ponte sem saber se existe um rio.”

– Inspirado em Eric Ries, autor de *A Startup Enxuta*

Validar é perguntar, observar, testar. É **colocar a ideia à prova com quem importa: o cliente**.

### Conceitos-chave (para usar em aula):

Conceito	Explicação simples
Hipótese de Valor	Algo que você acredita que é importante para o cliente. Ex: “As pessoas querem pagar por uma mochila com carregador.”
Validação	Confirmar (com dados reais) que a hipótese faz sentido.
Falsificável	Hipóteses devem ser testáveis e possíveis de serem refutadas.
Métricas reais	Dados como cliques, interesse, pré-vendas, comentários, formulários, etc.

### Storytelling para engajar

Em uma cidade pequena, três estudantes inventaram um “boné com ventilador” para refrescar quem trabalha ao sol. Ao invés de fabricar logo 100 bonés, decidiram validar: foram à feira, colocaram uma amostra na banca e ficaram observando.

Resultado: ninguém parava. Mas, quando criaram uma plaquinha com a frase “Já pensou num boné que te refresca?”, vários curiosos pararam. Um senhor até disse: “Se tiver leve, eu compro um.” Eles aprenderam que precisavam de um **modelo leve, silencioso e com bom visual**. Mudaram tudo... e só depois começaram a vender.

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ATIVIDADE PRÁTICA EM SALA

**Nome:** “Teste de hipóteses em 40 minutos”

### Passo a passo (para o professor):

1. Divida a turma nos grupos já formados.
2. Cada grupo irá listar **1 ou 2 hipóteses sobre sua solução**.

Exemplos:

- “Nosso cliente realmente quer uma solução rápida de agendamento online.”
- “Pessoas preferem pagar R\$ 10 a ver anúncios.”

3. Cada grupo deverá escolher **1 forma de testar** essa hipótese.

Sugestões:

- Criar um **formulário simples (Google Forms)** com 3-5 perguntas e divulgar no grupo de WhatsApp.
- Criar uma **imagem no Canva** com a proposta e pedir feedback no Instagram.
- Fazer uma **mini entrevista com 3 pessoas** da universidade.

4. Registre as evidências: prints, respostas, prints de stories, anotações.

### **Exercício de fixação**

#### **Complete com suas palavras:**

- A validação serve para evitar...
- Antes de investir, preciso saber se...
- Uma forma simples de validar é...

### **Perguntas para debate em sala**

- Por que algumas empresas falham mesmo com uma “boa ideia”?
- Quando vale a pena ouvir os amigos e quando não?
- Existe “validação definitiva”? Como saber se foi suficiente?

### **Sugestão de tarefa (para casa ou extensão da aula)**

#### **Desafio Estendido:**

Cada grupo deverá aplicar um **teste real com pelo menos 5 pessoas** (formulário, imagem, conversa ou landing page) até a próxima aula e trazer os resultados (com prints, respostas ou observações).

### **Recursos extras para o professor:**

1. **Modelo de formulário (Google Forms):**

Formulário de validação simples – clique para copiar

2. **Vídeos curtos sugeridos:**

- [Como validar sua ideia de negócio – StartSe](#)
- [O que é validação de ideias? – SEBRAE](#)

3. **Prompt IA sugerido para ChatGPT:**

“Finja que você é um cliente do meu negócio e me diga por que compraria ou não minha solução. A solução é: [descreva brevemente]”

### **Conexões com aulas anteriores e próximas**

Aula anterior	Aula atual	Aula seguinte
BMC e estudo dos blocos	Testar hipóteses do BMC com pessoas reais	Aula 9: criação do MVP para apresentar a solução de forma concreta

## **MATERIAL COMPLEMENTAR – AULA 09: VALIDAÇÃO DE IDEIAS**

### **1. Modelo de Formulário de Validação (Google Forms)**

Segue um modelo de formulário que pode ser criado no Google Forms com base nas hipóteses levantadas pelos alunos. As perguntas podem ser adaptadas conforme o projeto.

Título do formulário: Validação de Solução [Nome do Projeto]

1. Qual seu principal desafio em relação a [tema do projeto]?
2. Você já utiliza alguma solução para esse problema? Qual?
3. Se existisse uma solução como [resumo da proposta], você utilizaria?
4. O que mais te chamaria atenção em uma solução como essa?
5. Você deixaria seu e-mail para receber novidades? (Campo aberto)

Crie e compartilhe um Link no *OneDrive*.

## **2. Sugestão de Prompt de IA (ChatGPT ou outro)**

Os alunos podem utilizar ferramentas como o ChatGPT para testar hipóteses e obter simulações de feedback de clientes.

Prompt sugerido:

“Finja que você é um cliente do meu negócio e me diga por que compraria ou não minha solução. A solução é: [descreva brevemente]”

## **3. Vídeos Recomendados para Complemento**

- Como validar sua ideia de negócio – StartSe (5 min):

<https://www.youtube.com/watch?v=6bz8QwhkOJ0>

- O que é validação de ideias? – SEBRAE (4 min): [https://www.youtube.com/watch?v=WgcIYOaD\\_BI](https://www.youtube.com/watch?v=WgcIYOaD_BI)

- Validação de Ideias com Testes Simples – Canal G4 Educação (8 min):

<https://www.youtube.com/watch?v=tuNKwFYi7bY>

## **4. Atividade Ampliada Para Casa – Apresentar na Próxima Aula**

Cada grupo deverá aplicar seu formulário de validação com pelo menos 10 pessoas reais (preferência do público-alvo) e trazer uma síntese dos principais aprendizados para compartilhar na próxima aula.

Sugestão de formato de entrega:

- Print das respostas;

- Relato com até 5 linhas sobre se e o que mudou na ideia após o teste;

- Print de interação em redes sociais ou entrevista gravada com autorização.

**E na Próxima Apresentar Resultados em até 2 Minutos.**

## AULA 10 – PLANO DE MARKETING: COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E POSICIONAMENTO DE MERCADO

**Tema central:** Como comunicar uma ideia de forma clara, cativante e estratégica.

“Quem não é visto, não é lembrado. Mas quem é lembrado com propósito, conquista o cliente!”

— Inspirado em José Roberto Marques e José Dornelas

“Não basta ter uma boa ideia. É preciso saber vendê-la com propósito, clareza e paixão.”

— Adaptado de Steve Blank

### Revisão Ativa da Validação – Atividade Para Casa da Aula Anterior

Antes de iniciar a aula, o professor deve abrir um espaço para revisar os dados coletados na validação de mercado (Aula 9) - Atividade Inicial (10 min):

“Na aula passada, vocês foram a campo, usaram formulários, enquetes e entrevistas para validar as hipóteses do projeto. Agora é hora de usar o que foi aprendido para *comunicar com clareza e estratégia*.”

Vamos começar com um pitch-relâmpago:

- Cada grupo terá 2 minutos para apresentar:
  1. Quantas pessoas alcançaram?
  2. O que surpreendeu nas respostas?
  3. O que precisou ser ajustado?

Isso vai nos ajudar a entender como transformar escuta em narrativa, dados em comunicação e respostas do público em linguagem de marketing.

### Sugestão de quadro para projetar no início da Aula 10:

Grupo	Nº de Pessoas Alcançadas	Surpresa na Validação?	Mudança no Projeto?
Grupo A			
Grupo B			
...			

### OBJETIVOS DA AULA 10

Compreender o papel do marketing no processo de validação e atração de clientes.

Desenvolver um plano básico de comunicação e engajamento com o público-alvo.

Produzir materiais visuais simples e estratégicos (cards, vídeos, posts, slogans), Preparar o grupo para criar conteúdos multimídia e divulgar seu projeto.

Estimular a criatividade e a construção de uma narrativa visual do projeto.

Trabalhar pitch, storytelling e linguagem visual como ferramentas-chave para comunicar ideias.

Integrar teoria e prática com ferramentas de IA e redes sociais.

Valorizar a diversidade e os pilares da UNIFIMES na comunicação: inclusão, sustentabilidade, inovação e empreendedorismo.

### Metodologia:

- Exposição dialogada com vídeos e exemplos reais;
- Dinâmica prática em grupo com construção de pitch e post para redes sociais;
- Simulações com feedback coletivo;
- Uso de IA para roteirização, criação de slogans e resumos;
- Produção visual com Canva, CapCut, ElevenLabs e Suno.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“O marketing é o oxigênio da inovação. Sem ele, até as melhores ideias morrem sufocadas.” — Adaptado de DORNELAS (2014)

Segundo Osterwalder & Pigneur, Canais e Relacionamento com Clientes são blocos que determinam como o valor é comunicado e entregue.

A comunicação empreendedora não se resume à propaganda. Ela inclui:

Empatia com o cliente

Clareza na mensagem

Uso estratégico dos canais certos

Consistência visual e verbal

### Ferramentas Sugeridas:

- Canva (<https://www.canva.com/>)
- ChatGPT (<https://chat.openai.com>)
- CapCut (<https://www.capcut.com>)
- ElevenLabs (<https://www.elevenlabs.io>)
- Suno AI Music (<https://www.suno.ai>)

### Bibliografia Base:

- BLANK, S.; DORF, B. *The Startup Owner's Manual*.
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business Model Generation*.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*.
- SEBRAE. Artigos sobre pitch e comunicação empreendedora: <https://www.sebrae.com.br>

## ROTEIRO DA AULA (100 minutos)

Tempo	Etapa	Estratégia / Orientações
0–10 min	Atividade inicial – Pitch da validação Atividade da Aula Anterior (09)	Cada grupo compartilha: nº de pessoas alcançadas, surpresa nas respostas e ajustes no projeto. Quadro no quadro. (2 Minutos)
10–20 min	Mini-aula Parte 1: Marketing que encanta, vende e transforma	Conceitos-chave com exemplos sensoriais e provocativos. Introdução aos 4 pilares do marketing.
20–30 min	Mini-aula Parte 2: Blocos visuais e identidade do projeto	Alunos refletem: que cor, som, símbolo representa o projeto? Apresentar cases como Netflix, Nubank, iFood, Uber, Airbnb.
30–40 min	Mini-aula Parte 3: IA como parceira criativa	Uso orientado de IA (ChatGPT, Suno, ElevenLabs) para slogan, cores, frases, voz da marca.
40–75 min	Oficina prática: Criando o DNA do projeto	Grupos produzem slogan, frase, identidade visual, canais e prompts. Professor circula para orientar/mentorar.
75–90 min	Apresentação dos DNAs de marca	Cada grupo apresenta (2 min máx). Feedback do professor + 1 grupo colega.
90–100 min	Lançamento da missão de casa – Produção multimídia	Explicação animada da tarefa: criar card, vídeo curto, legenda e postar com marcações. Ponto extra motivacional.

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO DA AULA (100 minutos)

### MINI-AULA: MARKETING QUE ENCANTA, VENDE E TRANSFORMA

#### Propósito da Mini-Aula:

Despertar no aluno a consciência de que **comunicar bem uma ideia é tão vital quanto tê-la**, e que o marketing está em **tudo**: na cor da roupa que usamos, na música de fundo da farmácia, no nome da loja da esquina. Marketing é percepção. É o que o outro sente **antes, durante e depois** do contato com sua ideia.

## **Roteiro da Mini-Aula (10–15 min)**

### **1. Abertura com provocação (2 min):**

*“Quando você pensa no McDonald’s, que cor vem à sua mente? E quando escuta aquele ‘plim’ da Netflix? E se eu disser ‘Just do it’? Você não só pensou na marca, como talvez até sentiu algo. Isso é marketing.”*

#### **Pergunta disparadora:**

*“Se o seu projeto fosse uma pessoa, como ela falaria? Como se vestiria? Que música tocaria quando ela entra na sala?”*

### **2. Conceitos Fundamentais (5 a 6 min):**

#### **O que comunicar?**

- O problema resolvido + a proposta de valor.
- Ex: “Nossa solução é como um guarda-chuva para quem vive na chuva e não sabia onde se abrigar.”

#### **Para quem?**

- Defina sua **persona**: o cliente ideal.
- Pense em *quem precisa, quem pode pagar e quem pode compartilhar*.

#### **Por onde comunicar?**

- Instagram, TikTok, WhatsApp, rádio local, panfleto, boca a boca... o canal muda conforme o público.
- O segredo é estar onde a sua **persona já está**.

#### **Com qual objetivo?**

- Gerar atenção → gerar confiança → gerar desejo → gerar ação.
- Toda comunicação deve levar a **alguma ação clara**.

### **3. Blocos visuais e sensoriais (3 min):**

#### **Produto tem que ter personalidade!**

- Nome memorável
- Cores que geram emoção
- Tipografia que transmite propósito
- Sons que ativam memórias
- Imagens que contam histórias

#### **Exemplo:**

*“Se sua solução fosse uma loja... como seria o letreiro? Tocar qual música ao fundo? Teria cheiro de café ou menta? O cliente seria recebido com um aperto de mão ou um QR Code?”*

### **4. Como a IA entra nisso? (2 a 3 min):**

Apresente a IA como um **consultor criativo ilimitado**.

#### **Exemplos de Prompts** que os grupos podem usar:

- “Crie 3 slogans para um projeto de reaproveitamento de água para comunidades rurais.”
- “Gere ideias de nome e identidade visual para uma startup de apoio psicológico gratuito.”
- “Descreva o tom de voz ideal para o Instagram de uma iniciativa voltada para inclusão de PcDs.”
- “Crie uma paleta de cores para um projeto social jovem e acessível.”

## SLIDES SUGERIDOS PARA A APRESENTAÇÃO:

### **Slide 1 – O que é Marketing Empreendedor?**

É fazer sua ideia chegar com impacto, emoção e clareza.

Vai da cor do logo até a resposta no WhatsApp.

Tópicos: percepção, identidade, reputação, ação.

### **Slide 2 – Quatro Perguntas-Chave do Marketing**

1. O que eu quero comunicar?
2. Para quem?
3. Por qual canal?
4. Com qual objetivo?

Dica: se não tem objetivo claro, não é marketing — é ruído.

### **Slide 3 – Branding: o invisível que se sente**

Nome que gruda

Cores que emocionam

Sons que ativam

Textos que tocam

Imagens que ficam na memória

Exemplo: Netflix, Nubank, Coca-Cola, iFood, ONU

### **Slide 4 – IA como parceira criativa**

Use ChatGPT, Canva, Suno, ElevenLabs, Gamma...

Exemplos de prompts para alunos + QR code com link para ferramenta

### **Finalize com esta provocação:**

“Se a sua ideia vale a pena, ela precisa ser comunicada como algo extraordinário. Porque ninguém compra só soluções — as pessoas compram histórias, sensações e esperança de mudança.”

### 1. O que é Marketing Empreendedor?

- É fazer sua ideia chegar com impacto, emoção e clareza.
- Vai da cor do logo até a resposta no WhatsApp.
- **Tópicos-chave:**
  - Percepção
  - Identidade
  - Reputação
  - Ação

### 2. Quatro Perguntas-Chave do Marketing

- 1. O que eu quero comunicar?
- 2. Para quem?
- 3. Por qual canal?
- 4. Com qual objetivo?
- **Dica:** se não tem objetivo claro, não é marketing — é ruído.

### Os 4 Pilares da Comunicação Empreendedora

- 1. **Empatia com o Cliente**
  - Comece ouvindo antes de comunicar. Entenda a dor, o desejo e a linguagem do seu público.
- 2. **Clareza na Mensagem**
  - Sua proposta precisa ser entendida em 5 segundos. Seja direto, simples e objetivo.
- 3. **Uso Estratégico dos Canais**
  - Escolha onde sua persona já está: Instagram, WhatsApp, TikTok, Pinterest? A mensagem precisa estar no canal certo.
- 4. **Consistência Visual e Verbal**
  - Sua marca precisa ser reconhecida pelo estilo, cores, sons de voz. Não repete a cada post. Crie identidade.

### 3. Branding: o invisível que se sente

- **Nome que gruda**
- **Cores que emocionam**
- **Sons que ativam**
- **Textos que tocam**
- **Imagens que ficam na memória**
- **Exemplo de marcas:** Netflix, Nubank, Coca-Cola, iFood, ONU

### 4. IA como parceira criativa

- **Ferramentas sugeridas:**
  - ChatGPT
  - Canva
  - Suno
  - ElevenLabs
  - Gamma
- **Exemplos de prompts:**
  - "Crie 3 slogans para um projeto de reaproveitamento de água"
  - "Gere ideias de nome para uma ONG de apoio psicológico"
  - "Descreva o tom de voz ideal para o Instagram do meu projeto"

### **Sugestões de Vídeos de inspiração/preparação para a Aula:**

**1. SEBRAE – Como fazer um PITCH inesquecível (Duração: 8 min)**

Ótimo para entender estrutura, tom e impacto do pitch.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Te2Jfrd2uUk> - Foco: prática de storytelling e objetivos de marketing.

**2. Rock Content – O que é Branding? Por que ele importa tanto? (Duração: 6 min)**

Link: [https://www.youtube.com/watch?v=f0RtRUk\\_u4o](https://www.youtube.com/watch?v=f0RtRUk_u4o)

Explica marca como percepção, identidade, valores e emoção.

**3. Gabi Ferreira – Marketing para quem não entende de marketing (Duração: 10 min)**

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=PGnYHkuHlj0>

Professora e empreendedora com linguagem simples e prática para iniciantes.

**4. SEBRAE Play – Como usar o Instagram para divulgar seu negócio (Duração: 7 min)**

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=7rED0pWZvjE>

Explora posicionamento, identidade e presença digital com foco em micro e pequenos negócios.

**5. André Diamand – O Segredo das Startups de Sucesso (Método Sexy Canvas) (Duração: 10 min)**

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=CU6Vg0TpxpY>

Desperta visão provocadora sobre marketing, desejo e conexão emocional com o público.

### **OFICINA PRÁTICA: CRIANDO O DNA DO SEU PROJETO**

**1. Reforce o propósito com entusiasmo**

Antes de tudo, explique o “porquê” dessa etapa com brilho no olho:

“Até aqui vocês validaram a ideia, desenharam o Canvas, agora é hora de dar alma para o projeto.

Porque se o cliente não entende, ele não compra.

Se ele não sente, ele não compartilha.

Hoje, Agora! vocês vão criar o DNA da marca de vocês.”

**2. Roteiro detalhado para a parte prática**

30–40 min: Oficina "Criando o DNA do Projeto"

Orientação para os alunos (fale com eles como se fossem empreendedores de verdade):

“Vocês têm 30 minutos para criar a base de identidade da marca do seu projeto.

A missão é criar uma ‘essência comunicativa’ que represente a proposta de vocês.

SUGETÃO: Que tal? Podem dividir o grupo em funções:”

Subgrupo	Responsável por...
Comunicação	Slogan + frase de impacto (mensagem principal)
Identidade Visual	Criar ou imaginar uma logo, cores e ícone
Estratégia de Alcance	Definir canais (Instagram, WhatsApp, etc.)
Branding com IA	Usar IA para melhorar os textos e ideias visuais

**Tarefas obrigatórias (entregar no final da aula):**

- Slogan
- Frase de explicação do projeto em até 15 palavras
- Escolha (ou criação) de um símbolo, ícone, cor ou logo representativa
- Lista com canais que serão usados para divulgação
- Print ou anotação dos prompts utilizados com IA (vale ponto!)



### **Sugestões de Prompts para IA (ChatGPT ou similar):**

- “Crie um slogan cativante para um projeto que faz [descreva seu projeto].”
- “Sugira ícones visuais e cores que combinem com a proposta [tema do projeto].”
- “Escreva uma frase de impacto que resuma o valor do nosso projeto em até 15 palavras.”
- “Reescreva esse texto para um público jovem de Instagram.”
- “Qual seria um nome atrativo para nosso projeto com base nessas palavras-chave: [x, y, z]?”

### **15–20 min – Apresentação dos Materiais**

“Agora é hora de cada grupo mostrar o que construiu.

Lembre-se: o que vale aqui é a clareza da mensagem, o impacto visual e a coerência com o projeto.”

#### **Formato:**

- 3 minutos por grupo
- Apresentação rápida: slogan + imagem + explicação
- Feedback do professor + 1 grupo colega

### **Perguntas reflexivas adicionais para os alunos pensarem sobre o projeto:**

- Seu cliente entenderia sua ideia em 5 segundos vendo seu post?
- Sua solução parece confiável? Desejável? Memorável?
- Sua comunicação está alinhada com o público que você quer alcançar?
- Vocês escolheram um nome e imagem que sobreviveriam no Instagram por 1 ano?

### **Missão de Casa: Produção de Peças de Comunicação**

Apresente isso como uma oportunidade real de colocar o projeto no mundo, e não como “trabalho para casa”. Use uma linguagem como:

“Agora que a sua marca tem rosto e voz, ela precisa se apresentar ao mundo! Seu desafio é criar peças simples, reais, criativas — mesmo que ainda sejam protótipos.”

Checklist para a entrega (próxima aula):

- 1 card digital com imagem + QR code ou link de rede social fictícia
- 1 roteiro de vídeo (máx. 1 min) e gravação tipo Reels ou Story (pode usar CapCut, Canva, etc.)
- Postagem real (em perfil pessoal ou institucional – se autorizado), marcando o professor e o @inovacao\_unifimes
- 1 legenda explicativa com até 280 caracteres

#### **Dica para motivar:**

Equipe com mais curtidas no Instagram ganha **0,5 ponto extra**.

### **Como comunicar tudo isso de forma animadora:**

“Esse é o momento que separa as ideias boas das ideias memoráveis.

Porque quando o cliente olha o seu post, ouve sua frase e sente que foi feito pra ele... você acertou o coração do problema.

Vamos mostrar que o que a gente faz aqui pode sim ter cara de startup, impacto real, e ainda viralizar!”

## AULA 11 – PLANO FINANCEIRO E VIABILIDADE ECONÔMICA DO NEGÓCIO

“Sonhar grande é ótimo. Mas realizar exige pé no chão.” — Inspirado em José Dornelas e José Roberto Marques

### CONEXÃO COM A AULA ANTERIOR

#### Abertura da aula (10–15 min): revisão do dever de casa

Comece com a **revisão do dever de casa**: os grupos devem apresentar os materiais postados sobre marketing.

Estimule que mostrem postagens, vídeos ou interações (ex.: reels, enquetes, landing pages fictícias).

Registre no quadro os principais exemplos e **conduza uma reflexão sobre o custo dessas ações**.

### OBJETIVOS DA AULA 11

- Compreender a importância da análise de viabilidade financeira no empreendedorismo.
- Identificar custos fixos, variáveis e possíveis fontes de receita ou financiamento.
- Calcular o ponto de equilíbrio básico e discutir caminhos sustentáveis para iniciar o projeto.
- Adaptar o modelo de análise para projetos sociais ou híbridos.

### FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“Se você não souber quanto custa manter seu negócio, estará sempre no escuro.”

— DORNELAS, 2014

“A estrutura de custos e as fontes de receita formam a espinha dorsal do modelo de negócio.”

— OSTERWALDER & PIGNEUR, 2010

Para Eric Ries e Steve Blank, a **viabilidade** não é apenas sobreviver financeiramente, mas **aprender o mais rápido possível com o menor gasto possível** (princípio da startup enxuta).

### Roteiro da Aula (100 minutos)

Tempo	Etapas	Estratégia
0–15 min	Abertura com apresentação dos custos estimados (dever de casa)	Grupos mostram seus principais itens. Professor registra no quadro alguns exemplos reais e provoca reflexão sobre viabilidade.
15–30 min	Mini-aula teórica: custos, receitas e ponto de equilíbrio	Professor explica os conceitos: <ul style="list-style-type: none"><li>- Custos fixos x variáveis</li><li>- Fontes de receita (direta, indireta, social)</li><li>- Viabilidade mínima</li><li>- Ponto de equilíbrio (explicação simplificada com exemplo numérico).</li></ul>
30–50 min	Oficina prática em grupo – “Régua de Sustentação”	Cada grupo preenche uma <b>nova planilha</b> com os seguintes campos: <ul style="list-style-type: none"><li>- Custo mínimo para iniciar</li><li>- Receita esperada (estimada)</li><li>- Quanto tempo o projeto sobreviveria?</li><li>- Possíveis fontes de apoio ou receita alternativa.</li></ul>
50–80 min	Simulação de cenário – “E se o recurso faltar?”	O professor propõe: “Seu grupo perdeu 30% do recurso previsto. O que muda?” Grupos discutem cortes, parcerias ou ajustes no projeto.
80–100 min	Compartilhamento + Encaminhamentos	Cada grupo compartilha 1 aprendizado da atividade. Professor reforça que o próximo passo será: preparar o resumo técnico e alinhar comunicação estratégica para o evento institucional.

**Sugestão planilha "Régua de Sustentação"** para ser utilizada na Aula 11 – Finanças e Viabilidade:

Item / Etapa	Valor Estimado
Custo mínimo para iniciar (R\$)	
Custo mensal estimado (R\$)	
Receita esperada por mês (R\$)	
Fontes possíveis de receita / apoio	
Tempo de sobrevivência com recurso atual (meses)	
Ajustes se o recurso diminuir 30%	
Resumo do aprendizado financeiro do grupo	

## CONTEÚDO EXPANDIDO – ROTEIRO DETALHADO COM DICAS PARA O PROFESSOR

### Abertura (0–15 min)

- Estimule cada grupo a apresentar rapidamente seus custos estimados com base no dever de casa anterior.
- Faça perguntas como:  
“Qual o item mais caro que vocês incluíram?”

“Esse custo é essencial ou pode ser substituído?”

### Mini-aula prática (15–30 min)

Explicação clara, com exemplos visuais e linguagem simples:

- Custos fixos: aluguel, energia, salário mínimo.
- Custos variáveis: matéria-prima, embalagem, transporte.
- Receitas: direta (venda), indireta (apoio, publicidade), social (impacto medido).
- Ponto de equilíbrio: “Quantas unidades ou serviços precisam vender por mês para não sair no prejuízo?”

Use exemplos reais da cidade:

- Um brechó na feira
- Uma marmitaria delivery
- Um projeto de reforço escolar com cobrança simbólica

### O que é importante entender aqui?

#### 1. Custos Fixos – o que são e por que importam

##### Conceito simples:

São aqueles custos que o aluno vai ter **mesmo que não venda nada**. Eles não mudam com a quantidade vendida.

##### Exemplos claros:

- Aluguel do espaço
- Conta de luz básica
- Salário da tia que ajuda na cozinha
- Assinatura de um sistema digital

##### Como explicar ao aluno:

“Se você vender 1 ou 100 marmitas, ainda vai ter que pagar o aluguel e a energia, né? Isso é custo fixo. Ele não depende do quanto você vende.”

##### Por que é importante no projeto?

Porque muitos grupos ignoram isso e acham que podem ‘começar sem nada’. Mas na hora da

planilha, percebem que existe um custo mínimo mensal — e precisam prever isso pra não afundar antes mesmo de vender.

## 2. Custos Variáveis – o que são e como calcular

### Conceito simples:

É o custo que **aumenta ou diminui conforme a produção ou serviço prestado**.

### Exemplos claros:

- Ingredientes da marmita
- Etiqueta ou tag da roupa no brechó
- Impressão de apostilas para o reforço escolar
- Transporte para entregar o serviço

### Como explicar ao aluno:

“Se você vender 10 marmitas, vai usar mais arroz, carne e embalagem do que se vender só 1, certo? Então esse custo varia com a quantidade vendida.”

### Por que é importante no projeto?

Porque mostra o **custo real por produto ou serviço**. Ajuda a calcular quanto cobrar para não vender com prejuízo.

## 3. Receitas – o dinheiro que entra (e de onde vem)

### Tipos e explicações:

- **Receita direta:** vem da venda do produto ou serviço (ex: venda da marmita).
- **Receita indireta:** vem de patrocínios, apoio, publicidade, rifas, etc.
- **Receita social:** valor que o projeto gera para a comunidade e que **pode ser convertido em apoio, prêmios ou visibilidade** (ex: projeto de reforço escolar que atrai uma ONG parceira).

### Como explicar ao aluno:

“O que paga as contas do seu projeto? É só a venda do produto? Tem alguém apoiando? O impacto social pode atrair ajuda? Tudo isso é receita.”

### Por que é importante no projeto?

Ajuda os alunos a enxergar o **potencial real da ideia**, incluindo formas criativas de sustentabilidade.

## 4. Ponto de Equilíbrio – o divisor de águas

### Conceito simples:

É o **mínimo que você precisa vender para não sair no prejuízo**.

### Fórmula básica simplificada:

Ponto de equilíbrio = Custos fixos ÷ (Preço de venda – Custo variável unitário)

### Como explicar ao aluno (fala do professor):

“Vamos imaginar: você gasta R\$ 1.000 por mês com aluguel e outras contas. Cada marmita te dá R\$ 5 de lucro. Quantas você precisa vender pra cobrir os mil reais?  $1.000 \div 5 = 200$ . Esse é seu ponto de equilíbrio. A partir daí, começa a lucrar.”

### Por que é essencial no projeto?

Mostra o **tamanho do esforço necessário para sustentar a ideia**. Muitos grupos percebem que a ideia precisa ser ajustada porque o esforço exigido está além da capacidade real deles.

### Como conduzir a explicação em aula?

Sugestão de fala orientadora para o professor:

“Turma, hoje vamos fazer o papel de empreendedores que precisam colocar a mão na calculadora. Não adianta ter a melhor ideia se ela quebra no segundo mês. Vamos descobrir juntos: **quanto custa manter essa ideia viva?** O que vocês precisam vender para pagar as contas? E se a prefeitura

cortasse o apoio? E se o aluguel aumentasse? O sucesso do projeto começa quando a gente entende os números.”

### **E por que os alunos PRECISAM aprender isso?**

- Para **dar realismo ao projeto** (sem achismo ou sonho vazio).
- Para saber se a ideia é sustentável **com o tempo**.
- Para defender seu projeto com dados **no Colóquio ou Semana Universitária**.
- Para construir o **Resumo Técnico e o Resumo Expandido** com coerência.
- Porque o mundo real vai cobrar isso — se não agora, depois.

### **Exemplos reais de negócios locais para explicar custos, receitas e ponto de equilíbrio:**

#### **Exemplo 1 – Brechó na Feira (modelo social + comercial)**

Imagine que a aluna Mariana tem um brechó que funciona na feira aos domingos. Ela pega doações de roupas, organiza, lava, dobra, faz etiquetas e vende por valores simbólicos (de R\$ 5 a R\$ 20).

##### **Custos fixos:**

- R\$ 150/mês com taxa de barraca na feira
- R\$ 50/mês com energia e lavanderia

##### **Custos variáveis:**

- Saquinho plástico (R\$ 0,20/unidade)
- Impressão de etiquetas e tags
- Transporte das roupas

##### **Receita:**

- Venda das peças
- Uma loja local patrocina com R\$ 100/mês para divulgar no Instagram

##### **Ponto de equilíbrio:**

Ela precisa vender cerca de **30 peças por mês a R\$ 10** para cobrir todos os custos fixos e variáveis. A partir disso, o restante é lucro ou reinvestimento social.

 **Dica ao professor:** Use esse exemplo para mostrar como um negócio simples exige cálculo e organização.

#### **Exemplo 2 – Marmitaria Delivery (modelo familiar com impacto social)**

João e sua mãe vendem marmitas via WhatsApp e Instagram para trabalhadores próximos da UNIFIMES.

##### **Custos fixos:**

- Gás de cozinha: R\$ 110/mês
- Internet e WhatsApp Business: R\$ 60/mês
- Embalagens de papelão (compradas em lote): R\$ 120/mês

##### **Custos variáveis:**

- Ingredientes (R\$ 4,50 por marmita)
- Entrega (R\$ 2,00 por marmita)

##### **Receita:**

- Cada marmita é vendida a R\$ 12,00

##### **Ponto de equilíbrio:**

Custo por marmita = R\$ 6,50

Lucro unitário = R\$ 5,50

Para cobrir os R\$ 290 de custo fixo, ele precisa vender **aproximadamente 53 marmitas por mês**.

 **Pergunta provocativa para os alunos:** Quantas marmitas por semana isso significa? O grupo de vocês teria como atingir esse número?

### Exemplo 3 – Reforço Escolar Comunitário com contribuição simbólica

Letícia criou um projeto social para ajudar crianças da sua rua com reforço em matemática. Ela cobra apenas R\$ 10 por mês por aluno, mas precisa manter o mínimo para não tirar do próprio bolso.

#### Custos fixos:

- Impressões e materiais: R\$ 50/mês
- Café e lanche simples: R\$ 40/mês
- Internet (parcial): R\$ 30/mês

#### Custos variáveis:


- Lápis, caderno e atividades impressas sob demanda

#### Receita:

- 10 alunos x R\$ 10 = R\$ 100/mês

#### Ponto de equilíbrio:

Ela precisa manter pelo menos **7 alunos ativos pagando** para conseguir manter o projeto sem prejuízo.

 **Gancho para extensão:** Esse projeto poderia ser vinculado à UNIFIMES como ação extensionista e até receber apoio institucional. Vale reforçar os ODS (educação de qualidade, redução das desigualdades, parcerias) e mostrar como esses dados seriam usados num relatório de prestação de contas.

#### Como o professor pode usar esses exemplos em aula:

- Apresente em slides, ou como cartaz na lousa com colunas: **Custo fixo | Custo variável | Receita | Ponto de Equilíbrio.**
- Peça que os grupos escolham um exemplo e completem a simulação com base nos números deles.
- Provoque com a pergunta:  
“Se vocês fossem montar esse negócio agora, dariam conta? Conseguiriam passar do ponto de equilíbrio em 30 dias?”

#### Oficina Prática: Régua de Sustentação (30–50 min)

- Entregue ou projete a planilha (Régua de Sustentação).
- Oriente os campos:
  - Custo mínimo para iniciar
  - Receita esperada por mês
  - Z
  - Fontes alternativas de receita ou parcerias
  - Tempo de sobrevivência com o recurso estimado
- Dica: crie um exemplo coletivo (ex.: grupo fictício “Doces da Vó”)

Se o projeto for **social, educativo, voluntário ou ambiental**, a régua de sustentação continua sendo **essencial**, mas com foco diferente: **sobrevivência e impacto**, e não **lucro**.

#### Como conduzir com os alunos:

Diga a eles:

“Mesmo que o projeto de vocês não vise lucro, ele precisa **se sustentar** para não morrer. Se não houver uma régua mínima de estrutura e apoio, a ideia vira só uma boa intenção.”

#### Como adaptar a Régua de Sustentação para projetos sem fins lucrativos:

Item / Etapa	Adaptação para projeto social
Custo mínimo para iniciar (R\$)	O que precisam para começar? Transporte? Impressão? Um voluntário?
Custo mensal estimado (R\$)	Quanto custaria manter a ação mensalmente, mesmo que simbolicamente?
Receita esperada por mês (R\$)	Tem alguma contribuição? Doação? Parceria com empresa? Apoio da escola?
Fontes possíveis de receita / apoio	Voluntários, patrocínio, emendas, vaquinha, espaço cedido, materiais doados
Tempo de sobrevivência com recurso atual (meses)	Quanto tempo aguentam com o que já têm em mãos?
Ajustes se o recurso diminuir 30%	Como fariam para continuar? Reduzir dias? Enxugar materiais? Buscar ajuda?
Resumo do aprendizado financeiro do grupo	O que aprenderam sobre como sustentar ideias boas com poucos recursos?

### Exemplos práticos para estimular a conversa:

- **Projeto de reforço escolar gratuito:**

Como manter impressões e lanche com ajuda da comunidade ou de um vereador?

- **Mutirão de limpeza e educação ambiental:**

E se não vierem os sacos de lixo da prefeitura? Como adaptar?

- **Roda de conversa sobre saúde mental nas escolas públicas:**

É possível fazer com celular e caixa de som? Quem ajudaria com café ou divulgação?

### Objetivo pedagógico:

Fazer o aluno perceber que **até projetos sociais precisam de planejamento financeiro** mínimo. Isso **forma consciência cidadã** e **prepara para a realidade**, pois muitas boas ideias morrem por falta de estrutura e continuidade.

### Como escrever para os alunos no quadro ou slide:

“Mesmo que você não queira ganhar dinheiro com seu projeto, ele precisa de energia, tempo e recursos. E **se você não tiver um plano mínimo de sobrevivência**, ele não sai do papel — ou pior, começa bem e depois morre.”

### Orientações para aplicar a "Régua de Sustentação" em ideias de negócio econômico (startups)

#### Objetivo da atividade:

Levar os alunos a entenderem quanto custa começar e manter seu negócio, quais receitas podem obter, e quanto tempo ele sobreviveria sem lucro imediato. Isso aproxima a ideia do mundo real e gera consciência empreendedora.

#### Como conduzir a aplicação:

1. Entregue ou projete a planilha (quadro no quadro, cartaz ou tela):

Item / Etapa	Explicação prática para STARTUP
Custo mínimo para iniciar (R\$)	O que precisam de forma básica para operar? (ex: domínio de site, ingredientes, uniforme, celular para gravação, Canva Pro etc.)
Custo mensal estimado (R\$)	O que terão que pagar todo mês mesmo sem vender nada? (ex: internet, energia, transporte, mensalidade de app, marketing básico)
Receita esperada por mês (R\$)	Com base no público-alvo, quantas vendas ou serviços estimam? Qual o valor médio de cada venda?
Fontes alternativas de receita / apoio	Tem outras formas de ganhar dinheiro ou reduzir custos? Parcerias? Publicidade? Monetização de conteúdo?

Item / Etapa	Explicação prática para STARTUP
Tempo de sobrevivência com o recurso atual	Com o dinheiro que têm (real ou fictício), quanto tempo conseguiriam manter o negócio vivo?
Ajustes se o recurso diminuir 30%	E se o investimento for menor que o esperado? O que pode ser cortado ou adaptado?

### **Dica de como explicar para os alunos (fala do professor):**

“Antes de sonhar com muito lucro, vocês precisam garantir que a startup sobrevive nos primeiros meses. Muitos negócios morrem porque não têm ideia do quanto realmente precisam no início. Essa régua é o mínimo para vocês entenderem o chão que estão pisando.”

### **Sugestão de exemplo coletivo em sala:**

Grupo fictício: *Doces da Vó*

- Querem vender kits de brigadeiro gourmet no Instagram.
- Precisam de embalagens, ingredientes, celular bom para fotos, identidade visual e um Pix.
- Estimam vender 30 kits por mês a R\$ 20.
- Custos mensais com compras, gás, transporte, divulgação.
- Se tiverem R\$ 300 no bolso, por quanto tempo dá pra operar? E se venderem menos da metade?

### **Dica para enriquecer:**

- Use apresentação visual com emojis e ícones (ex: 💰, 📄, 🍰).
- Incentive o grupo a compartilhar sua régua no grupo da turma ou na lousa.
- Estimule o uso do Excel ou Google Planilhas para praticarem lógica financeira.

### **Simulação de Cenário: E se faltar dinheiro? (50–80 min)**

- Provoque com a frase:  
“Seu projeto perdeu 30% do recurso esperado. O que muda?”
- Cada grupo deve discutir:
  - Quais custos seriam cortados?
  - Onde poderiam obter apoio alternativo?
  - Como manter o impacto com menos recursos?

### **Compartilhamento e Encaminhamentos (80–100 min)**

- Cada grupo compartilha brevemente um aprendizado.
- Professor conecta com o passo seguinte:

### **“Resumo Técnico e Alinhamento com Eventos Institucionais”**

### **Desafio de Mídia Digital da Aula**

**Título:** “Cabe no bolso? Teste seu projeto!”

**Missão:**

Os grupos devem criar um conteúdo de até 60 segundos (vídeo, carrossel ou postagem única) testando a aceitação do seu modelo financeiro. Pode ser:

- Enquete no Instagram: “Você pagaria por isso?”
- Vídeo explicando como pretendem manter o projeto sustentável
- Imagem com frase de impacto sobre viabilidade
- Print da landing page ou simulação no Canva

### **Orientações:**

- Marcar @inovacao\_unifimes + @professor
- Usar #atividadeDEI #protótipo
- Sinalizar que se trata de uma atividade acadêmica



- Postar até 72h após a aula
- Avaliação:** Conta ponto na entrega contínua.

### **Perguntas Provocativas para Debates**

- “Todo projeto precisa dar lucro?”
- “É possível começar com zero reais?”
- “O que é mais importante: começar pequeno ou esperar financiamento?”

### **Avaliação Formativa da Aula**

- Participação na oficina e simulação
- Clareza no preenchimento da planilha
- Criatividade e engajamento com o desafio digital
- Capacidade de adaptação diante de imprevistos financeiros

### **Conexão com as Próximas Aulas**

- Aula 12: começa a estruturação do **resumo técnico**
- Conexão com o **Colóquio (1º semestre)** ou **Semana Universitária (2º semestre)**
- Possibilidade de transformar a ideia em **resumo expandido** para publicação
- Caminho para **pré-incubação e incubação institucional**

### **Extensão, ODS, ESG e Inclusão**

- Avalie se o projeto tem impactos positivos na comunidade
- Relacione a viabilidade com os **ODS 1, 8 e 12** (pobreza, trabalho decente, consumo consciente)
- Provoque um olhar inclusivo:  
“Esse projeto alcança diferentes públicos? Considera as vulnerabilidades locais?”

## AULA 12 – FECHAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO: CANVAS FINAL E AUTOAVALIAÇÃO

### Objetivo da Aula:

- Realizar uma mentoria coletiva para grupos que ainda não finalizaram suas propostas empreendedoras.
- Consolidar os aprendizados sobre Canvas, MVP, marketing, finanças e validação.
- Oferecer um momento estratégico de apoio prático e emocional para os grupos que enfrentam dificuldades.
- Estimular o estudo autônomo com apoio de uma lista de exercícios reflexivos.
- Preparar os alunos para a avaliação da próxima aula (Aula 13), sem aplicação de correção formal em sala.

### Metodologia Aplicada:

- Mentoria orientada por desafios reais (Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo - EBL).
- Acompanhamento personalizado por grupo.
- Estudo orientado com base em lista de exercícios.
- Espaço livre para desenvolvimento, com apoio do docente como facilitador.

### Ferramentas Utilizadas:

- Google Drive / Notion (organização de tarefas e entregas por grupo)
- Canva (ajustes de comunicação e materiais visuais)
- ChatGPT ou Gemini (para revisão de hipóteses, roteiros e diagnósticos)
- Google Forms (revisão das validações e enquetes de campo)

**Frase Reflexiva do Dia:** "Se você quer ir rápido, vá sozinho. Se quer ir longe, vá em grupo. Mas se quer transformar o mundo, vá com um plano validado."

**Conexão com Aulas Anteriores:** Retoma os pilares desenvolvidos nas Aulas 7 a 11 (Canvas, MVP, Marketing e Finanças) e se conecta com a Aula 13 (avaliação diagnóstica escrita).

### Agenda Detalhada (100 min)

Tempo	Etapa
0–10min	Acolhida, aviso sobre a prova e entrega da lista de exercícios para estudo
10–25min	Roda de conversa: quais grupos ainda enfrentam desafios?
25–75min	Mentoria ativa com grupos – acompanhamento rotativo
75–90min	Espaço de revisão com base na lista de exercícios para grupos avançados
90–100min	Encerramento: mural "O que aprendi até aqui" (físico ou digital)

*Esta aula serve como preparação e fixação dos conteúdos antes da prova conceitual.*

### Observações:

- A lista de exercícios será utilizada como material de apoio e sugestão de estudo, não havendo correção formal em sala.
- Grupos com maior avanço poderão utilizar o tempo para revisar juntos os temas e esclarecer dúvidas com o professor, no estilo plantão de dúvidas.

### Roteiro Completo com Orientações ao Professor:

- Estimule uma escuta ativa e sem julgamento dos grupos que estão atrasados.

- Ofereça suporte técnico e emocional: reforço positivo, clareza nos próximos passos e senso de propósito.
- Circule entre os grupos, leve consigo uma lista de verificação (canvas completo, MVP testado, planilha de viabilidade preenchida, comunicação definida).
- Para grupos que finalizaram, indique o uso da lista de exercícios como revisão em pares, promovendo a autonomia.

•

#### **Desafio de Mídia Digital:**

- Cada grupo deverá produzir e postar um carrossel de 3 imagens no Instagram com a legenda: "Nosso projeto nasceu assim...". Use storytelling, imagens reais e trechos da proposta. Marcar a @unifimes.oficial e o professor.

•

#### **Perguntas Provocativas:**

- "Sua proposta resolveria o problema de alguém amanhã, se fosse lançada?"
- "O que ainda está confuso no seu Canvas?"
- "Qual parte do seu projeto você teria vergonha de mostrar agora? E por quê?"

#### **Sugestões de Atividades Práticas:**

- Mapa da confiança: cada grupo indica em um quadro quais partes do projeto estão 100% prontas, 50% em desenvolvimento ou 0% (ainda travadas).
- Circuito de mentoria entre grupos: grupos que finalizaram podem dar dicas para os que estão em dificuldade (feedback cruzado informal).

#### **Avaliação Formativa:**

- Critérios para observação do professor durante a aula:
  - Nível de organização do grupo (10%)
  - Clareza na comunicação da proposta (10%)
  - Proatividade em buscar ajuda (10%)
  - Uso produtivo do tempo (10%)
  - Engajamento no Desafio Digital (10%)

#### **Conexões com Próximos Passos:**

- Aula 13 será a avaliação escrita objetiva.
- O material revisado nesta aula servirá como base para a apresentação dos pitches, submissão dos resumos e eventual participação em colóquios ou incubação de projetos.
- Incentive que os grupos preparem uma "linha do tempo" visual do projeto como forma de organizar os aprendizados para o pitch final.

#### **Inclusão dos Eixos Ensino, Pesquisa, Extensão, ODS, ESG e UNIFIMES:**

- Ensino: consolidação prática dos conteúdos aprendidos.
- Pesquisa: análise crítica das hipóteses, validações e ajustes.
- Extensão: projetos aplicáveis a problemas reais da comunidade.
- ODS/ESG: conexão dos projetos com temas como educação de qualidade (ODS 4), inovação (ODS 9) e redução das desigualdades (ODS 10).
- Valores da UNIFIMES: protagonismo estudantil, impacto social e ética empreendedora.

### **Elemento Inusitado – Cultura Pop + Gamificação**

- Crie a "Missão Final Vingadores do Empreendedorismo": cada grupo deve declarar seu superpoder (ex: "validadores velozes", "pitchers criativos", "mestres do MVP") e escolher um nome de herói para o time.
- Ao final, os grupos poderão colar seu escudo de supertime no mural coletivo.

### **Sugestões de Recursos Complementares:**

- Podcast: "Como saber se sua ideia está pronta?" – Canal Startups de Alto Impacto
- Vídeo: "Você empreenderia essa ideia?" – Canal Me Poupe!
- Artigo: "Avaliando o seu MVP" – Portal Endeavor

**Mensagem Final ao Professor:** "Hoje, seu papel é o de mentor, facilitador e âncora emocional. Esta é a aula do respiro e do refinamento. Ajude os grupos a sentirem que ainda dá tempo. Que com clareza e apoio, é possível encerrar o ciclo com um projeto que honre o esforço deles – e o seu também."

### **Revisão Escrita Reflexiva (Grupo)**

Objetivo: Esta atividade tem como propósito revisar e aprofundar os conceitos fundamentais trabalhados desde a última avaliação, por meio da escrita reflexiva e do debate em grupo. A escrita manual deve ser feita por um dos membros do grupo, mas as respostas devem refletir a construção coletiva.

Tempo estimado: 100 minutos – Para ser realizada integralmente em sala, com apoio de anotações, livros ou internet (com critério).

### **Instruções:**

1. Formem grupos de 3 a 5 pessoas.
2. Todos devem responder individualmente, consultas e discussão em grupo, mas fazer a escrita à mão em folha separada (identificada com nome).
3. Leiam com atenção cada pergunta e construam respostas completas, com exemplos, linguagem clara e argumentação.
4. Ao final, entreguem as folhas ao professor. (Se o tempo for curto, terminar como dever de casa, trazer para ser corrigido na próxima aula).

### **Questões para Resposta Escrita – Revisão para Estudar para atividade próxima aula:**

1. O que é um Produto Mínimo Viável (MVP)? Dê um exemplo que poderia ser aplicado ao projeto do seu grupo.
2. Explique a importância da validação de mercado no processo de criação de um negócio ou solução social.
3. O que é proposta de valor? Como ela deve se conectar com o problema identificado?
4. Descreva os 9 blocos do Business Model Canvas e escolha dois para aprofundar com base no projeto do seu grupo.
5. Qual a diferença entre inovação tradicional e inovação disruptiva? Dê exemplos reais ou hipotéticos.
6. De que forma o marketing digital pode fortalecer a validação e comunicação de um projeto empreendedor?
7. Diferencie fontes de receita e estrutura de custos. Como isso aparece no seu projeto?
8. Um projeto de impacto social pode ser sustentável financeiramente? Explique com argumentos e possibilidades.

9. Comente a importância da escuta ativa e da empatia ao desenvolver soluções para outras pessoas.
10. Descreva como a experiência até aqui tem ajudado você a desenvolver habilidades empreendedoras e profissionais.

Dica final: pensem como uma equipe real que está prestes a apresentar seu projeto a uma banca avaliadora. Sejam sinceros, estratégicos e criativos!

## **AULA 13 – REVISÃO DIAGNÓSTICA: CONTEÚDOS-CHAVE DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO**

### **Sugestão de avaliação (material do professor):**

- Valor: **4,0 pontos** (pode somar com nota de trabalho e fazer média, outros pontos dividir entre trabalho, participação, evento...).

## **AULA 14 – EMPREENDEDORISMO ACADÊMICO: REDAÇÃO DE RESUMO CIENTÍFICO**

**Tema Central:** Escrita científica aplicada à apresentação de projetos empreendedores

**Duração:** 100 minutos

### **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

- Desenvolver a habilidade de redigir um resumo científico claro e coerente.
- Refinar o texto e proposta de negócio em desenvolvimetro.
- Adequar a escrita às normas do template do evento institucional.
- Estimular revisão crítica entre pares.
- Aprofundar a compreensão do projeto por meio da escrita.

### **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA PARA O PROFESSOR**

#### **Referências Sugeridas:**

- BARROS, A. J. S.; LEHFELD, N. A. S. Projeto de pesquisa: propostas metodológicas.
- Manual do Evento Institucional (Template de Resumo)
- ABNT NBR 6028:2018 (Resumo)

#### **Conceitos-chave:**

- Objetividade, coesão e coerência textual
- Estrutura do resumo: introdução, objetivo, metodologia, resultados esperados
- Palavras-chave e normas de formatação

#### **Dicas práticas:**

- Leve modelos prontos para inspiração
- Ajude os alunos a sintetizar ideias e não repetir descrições longas do projeto

**Conexão com aulas anteriores:** Esta aula consolida os aprendizados sobre o projeto e prepara para o envio dos resumos à Semana Universitária / Prêmio UNIFIMES.

### **METODOLOGIA DA AULA**

- Aula em formato de oficina
- Escrita individual ou por grupo
- Revisões por pares (peer review orientado)

**Justificativa pedagógica:** Desenvolver a capacidade de expressar ideias complexas com clareza, habilidade essencial no empreendedorismo e na vida acadêmica.

### **ROTEIRO DETALHADO (100 minutos)**

#### **Bloco 1 (20 min)**

- Apresentação do template e das normas do resumo
- Leitura de exemplo comentado

#### **Bloco 2 (35 min)**

- Escrita da primeira versão do resumo (em sala)
- Orientação individualizada dos professores

#### **Bloco 3 (25 min)**

- Revisão cruzada: cada grupo troca com outro grupo e preenche ficha avaliativa

#### **Bloco 4 (20 min)**

- Correção geral de erros comuns
- Ajustes finais e submissão da primeira versão

### **FERRAMENTAS E RECURSOS**

- Modelo de resumo (template institucional)
- Ficha de revisão por pares
- Computador ou celular com Word/Docs
- Padlet para compartilhamento dos resumos (opcional)

### **AVALIAÇÃO FORMATIVA**

- Entrega da primeira versão do resumo
- Qualidade da revisão feita para outro grupo

### **Exercício para casa:**

- Versão final revisada do resumo

### **Banco de Questões / Sugestões para reflexão:**

1. Seu resumo responde claramente ao objetivo do projeto?
2. O texto está coeso e conciso?
3. Você conseguiria explicar seu projeto usando apenas o resumo?

### **ENCAMINHAMENTOS E CONEXÃO COM A PRÓXIMA AULA**

- Encaminhamento final do resumo expandido revisado
- Aula 15: Apresentação de Pitch Interno com Feedback Cruzado

### **CONEXÃO COM ODS E ECOSSISTEMA**

- ODS 4: Educação de qualidade
- ODS 9: Inovação e infraestrutura
- Valorizando a comunicação científica e a apresentação clara de ideias no meio acadêmico e empreendedor



**Modelo e Sugestão para Redigir um Resumo e Fazer seu Pitch:**  
**TÍTULO (NO MÁXIMO 15 PALAVRAS)**

Autor <sup>8</sup>  
 Autor <sup>9</sup>  
 Autor <sup>10</sup>

Colocar o Quadro Plano de Negócio (modelo Canvas) em seguida descrever/explicar proposta, sugestão é transcrever a apresentação do pitch.

**Quadro 1 -**



Fonte: Elaborado pelo(s) autor(es) utilizando SEBRAE Canvas.

O resumo deverá ter no mínimo 350 e máximo 500 palavras e contemplar uma introdução, objetivos, metodologias, principais resultados, discussão e conclusão (*esse contexto pode ser elaborado usando as dicas do vídeo pitch “o pitch perfeito” contendo 1. Qua é a solução que está sendo propostas; 2. Qual o problemas se busca resolver; 3. Mostrar a Experiência que o grupo pode comprovar para desenvolver o que se propõe; 4. Validações Mostrar de onde se comprova o problema e a solução; 5. Dados e Números que comprovam a Validação; 6. Onde se espera chegar com a solução que se está propondo; 7. Pode ao Final Fazer um pedido de Apoio a ideia; 8. Pode Apresentar a Equipe, principalmente mostrar a habilidade de cada um de tal forma que comprova que a ideia vai ser bem desenvolvida.*). O resumo deverá ser em; Fonte: *Times New Roman*, estilo normal, corpo 12 (tamanho da letra); Espaçamento entre linhas 1,5; Alinhamento: justificado; margens esquerda e superior 3 cm; direita e inferior 2 cm.

**Palavras-chave:** Palavra-chave1. Palavra-chave2. Palavra-chave3. Palavra-chave4. Palavra-chave5.

<sup>8</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

<sup>9</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

<sup>10</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

## SUGESTÃO DE PROMPT PARA ELABORAÇÃO DO RESUMO SIMPLES

Se você está desenvolvendo uma ideia inovadora, este é o momento de transformar sua proposta em um resumo atrativo e profissional! Para isso, conte com a ajuda da Inteligência Artificial (ChatGPT) e envie o seguinte comando para facilitar a geração do seu texto (Resumo Simples):

### Prompt sugerido para usar no ChatGPT:

"ChatGPT, por favor, reescreva o texto abaixo no formato de um **resumo simples**, conforme a norma ABNT NBR 6028. O texto final deve ter entre **450 e 500 palavras**, em **parágrafo único**, fonte **Times New Roman**, **tamanho 12**, mantendo uma linguagem objetiva, clara e atrativa, alinhando o tom acadêmico e empreendedor.

O resumo deve conter, preferencialmente nesta ordem:

1. O **tema central** da proposta (o que trata a ideia);
2. O **problema ou necessidade** que você está tentando resolver;
3. Os **objetivos principais** da sua solução ou startup;
4. Uma breve explicação sobre **como funciona a solução** ou proposta apresentada;
5. Quais são os **principais diferenciais ou resultados esperados** (inovação, impacto, escalabilidade etc.);
6. Se possível, a **metodologia de desenvolvimento** utilizada até agora;
7. Uma **conclusão ou provocação final**, convidando o leitor (banca ou investidor) a apoiar sua ideia.

Ao final do texto, inclua **4 palavras-chave** que resumem o projeto.

Aqui está o meu texto-base com as informações da minha ideia:

[Cole aqui seu rascunho ou descrição da sua ideia de negócio]"

### Dicas para o seu texto-base (o que contar para o ChatGPT):

Para que a IA te ajude de forma mais assertiva, você deve incluir no seu rascunho informações como:

- Nome da sua ideia ou startup
- A quem ela se destina (público-alvo)
- Onde e como pretende atuar
- Como surgiu a ideia
- O que há de diferente em relação ao que já existe no mercado
- Alguma meta ou sonho grande
- E se quiser, escreva como se estivesse contando para alguém interessado em investir no seu projeto!

**Lembre-se:** o resumo é a transcrição escrita do seu pitch de 3 minutos. É a alma do seu projeto no papel. Capriche! Use storytelling com propósito. E não tenha medo de se inspirar!

Dica extra: assista vídeos do SEBRAE e perfis como o de @diogolonghi; @startupsnabrassa (no Instagram e YouTube) para se inspirar.

## AULA 15 – COMUNICAÇÃO EMPREENDEDORA: APRESENTAÇÃO E FEEDBACK DE PROJETOS

**Tema Central:** Apresentação estruturada de projetos e avaliação formativa entre grupos

Duração: 100 minutos

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Desenvolver competências de comunicação e oratória.
- Estruturar apresentações com base nos resumos científicos, no Canvas e recursos de IA.
- Aplicar escuta ativa, análise crítica e feedback construtivo entre pares.
- Estimular a permanência e engajamento até o encerramento da aula.

### FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA PARA O PROFESSOR

#### Referências Sugeridas:

- DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na Prática
- OSTEWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation
- Técnicas de Pitch e Storytelling para Negócios (SEBRAE e Endeavor)
- Instagram - @diogolonghi

#### Conceitos-chave:

- Pitch de 3 minutos (estrutura: problema, solução, diferencial, viabilidade, impacto)
- Feedback construtivo
- Avaliação participativa e formativa

#### Dicas práticas:

- Vide Instagram de: @diogolonghi
- Oriente os grupos a treinarem antes da apresentação
- Valorize a escuta como parte da aprendizagem

**Conexão com aulas anteriores:** A aula 15 concretiza a escrita do resumo (Aula 14) e simula a apresentação final (Aula 18), permitindo ajustes antes da banca definitiva.

### METODOLOGIA DA AULA

- Formato: seminário interno
- Cada grupo apresenta seu pitch (3 minutos)
- Os demais grupos atuam como jurados com rubrica de avaliação
- Alunos sorteados da plenária responderão perguntas ao final de cada apresentação, compondo parte da nota

**Justificativa pedagógica:** Estimula a permanência até o final da aula, protagonismo, senso de responsabilidade mútua e aprendizado pela observação dos pares.

### ROTEIRO DETALHADO (100 minutos)

#### Bloco 1 (10 min)

- Regras do seminário
- Critérios de avaliação explicados
- Rubricas entregues aos jurados (grupos e plenária)

#### Bloco 2 (80 min)

- Apresentação dos grupos (3 minutos + 2 minutos de perguntas)
- A cada pitch:
  - Um grupo jurado preenche rubrica
  - 1 ou 2 alunos da plenária são sorteados para fazer uma pergunta oral (vale ponto)

#### Bloco 3 (10 min)

- Destaques do dia: grupo mais elogiado, apresentação mais clara, pergunta mais crítica

- Orientação sobre próximos ajustes no projeto e preparativo para aula 16

### **FERRAMENTAS E RECURSOS**

- Rubrica de avaliação impressa ou digital (formulário)
- Caixa de sorteio com nomes (para perguntas da plenária)
- Cronômetro visível
- Câmera/celular (para gravação opcional de apresentações)

### **AValiação formativa**

- Nota do grupo pelo pitch (com base na rubrica cruzada)
- Nota individual pela participação na plenária
- Autoavaliação do grupo (preenchida após apresentação)

#### **Exercício para casa:**

- Relatório de autoavaliação + ajustes propostos ao projeto com base nos feedbacks

#### **Critérios da rubrica (sugestão):**

1. Clareza na comunicação oral
2. Estrutura do pitch (problema, solução, impacto)
3. Adequação ao tempo
4. Domínio do conteúdo
5. Criatividade e envolvimento

### **ENCAMINHAMENTOS E CONEXÃO COM A PRÓXIMA AULA**

- Ajustes nos projetos com base no feedback
- Aula 16: Alinhamentos finais para Publicação, registros ORCID e Lattes.

#### **Tarefa Optativa – Criação de Vídeo-Pitch Estendido com IA**

Grupos que desejarem podem transformar seu pitch em um vídeo criativo de até 90 segundos, usando ferramentas como CapCut, Canva Vídeo, Pictory, Lumen5 ou Invideo AI.

#### **Sugestões:**

- Utilizar narração, trilha sonora, imagens, IA para roteiro ou avatar;
- Publicar em canal interno (Padlet, Drive compartilhado ou Instagram da turma);
- Vídeos poderão ser utilizados no evento final ou como parte do e-book digital interativo.

#### **Dica para o professor:**

Se possível, promova um “aulão híbrido” com todas as turmas sobre como fazer vídeos com IA (ex: usando Canva ou CapCut). Pode convidar um aluno com domínio do tema ou usar vídeos tutoriais curtos.

### **CONEXÃO COM OS ODS E ECOSSISTEMA**

- ODS 4: Educação de qualidade
- ODS 8: Trabalho decente e crescimento econômico
- Desenvolvimento de competências de apresentação e escuta profissional
- Estímulo ao trabalho em equipe, empatia e análise construtiva

## AULA 16 – PRODUÇÃO FINAL PARA EVENTOS: E-BOOK E COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

**Tema Principal:** Refinamento técnico do material a ser publicado, orientações finais e plano de apresentação.

### Objetivos de Aprendizagem

- Refletir criticamente sobre o texto final do grupo e seus critérios técnicos.
- Compreender as normas de publicação de resumos estendidos.
- Preparar-se para o pitch final com clareza narrativa e estrutura lógica.
- Estimular a autoria e o uso de plataformas acadêmicas (ORCID, Lattes, etc.).

### Fundamentação Teórica para o Professor

- Escrita científica na graduação: clareza, coesão e adequação ao público-alvo.
- Autoria e identidade acadêmica: importância do registro no ORCID e Lattes.
- Comunicação empreendedora: como transformar um resumo técnico em uma apresentação pública convincente.

### Obras e Links úteis:

- Guia FAPESP de Redação Científica: <https://fapesp.br/boaspraticas>
- Cadastro ORCID: <https://orcid.org/>
- Plataforma Lattes: <https://lattes.cnpq.br/>
- Exemplo de e-book institucional: [se houver, inserir link local]

### Dicas para o Professor

- Ofereça horários para mentoria breve (até 10min por grupo).
- Tenha o template do e-book em mãos para checar formatações.
- Indique modelos de pitch de sucesso (TEDx, Sebrae Pitch Day, etc.).
- Estimule os alunos a cadastrar-se no ORCID e atualizarem o Lattes, se aplicável.

### Conexão com Aulas Anteriores

- Retoma a Aula 14 (Escrita Científica) com foco no refinamento.
- Prepara a Aula 18 (Apresentação Final), com base no material finalizado aqui.

### Metodologia da Aula

- Estilo: **Oficina de refinamento + mentorias livres** (sala de aula invertida).
- A turma estará em modo de produção autônoma, mas com checkpoints definidos.
- Professores circulam como orientadores editoriais e avaliadores técnicos.

#### Roteiro da Aula (100 minutos)

Tempo	Atividade
10min	Boas-vindas, objetivos e orientações gerais (exibir checklist e modelo).
60min	Oficinas livres de refinamento dos resumos em grupos.
	<i>Checklist: ortografia, formatação, clareza, título, autores, etc.</i>
	Rodízio de mentorias curtas com professores (5–10 min/grupo).
10min	Cadastro dos autores no ORCID / verificação de Lattes
15min	Elaboração do plano de pitch (título, gancho inicial, roteiro lógico).
5min	Encerramento e lembrete de prazos e formatos.

## AULA 17 – VALIDAÇÃO FINAL, AUTOAVALIAÇÃO E PREPARAÇÃO PARA APRESENTAÇÃO PÚBLICA

**Tema Central:** Apresentação-teste dos projetos + perspectivas futuras de continuidade, fomento e incubadoras

**Duração:** 100 minutos (com opção de ser adaptada ou suprimida, conforme o andamento do semestre)

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Realizar uma apresentação simulada como treino oficial para o pitch final.
- Estimular a capacidade de argumentação e resposta a perguntas inesperadas.
- Mapear caminhos de continuidade após o evento (incubação, prêmios, editais).
- Desenvolver senso de pertencimento ao ecossistema de inovação e extensão universitária.

### FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA PARA O PROFESSOR

#### Referências Sugeridas:

- SEBRAE. Guia de Incubação e Pré-Incubação.
- Redes de fomento: Centelha, Inova Jovem, Programa Nacional de Apoio a Incubadoras.
- Portais: <https://centelha.abstartups.com.br/> | <https://www.incubadorasbrasil.org.br/>

#### Temas-chave para a aula:

- Apresentações-teste com críticas construtivas
- Editais de fomento e prêmios
- Programa de Incubação e Pré-incubação
- Extensão universitária como continuidade do projeto

#### Dicas práticas:

- Convide representantes da Incubadora, SEBRAE ou Proepe para roda de conversa.
- Estimule que alunos simulem envio de projeto a um edital real.

**Conexão com aulas anteriores:** Preparação final para a Aula 18 e fechamento do ciclo de desenvolvimento do projeto.

### METODOLOGIA DA AULA

- Aula estruturada em três partes:
- 1. **Simulação de Pitch (versão definitiva)**
- 2. **Escuta Crítica e Coletiva**
- 3. **Mentoria sobre possibilidades de continuidade**

**Justificativa pedagógica:** Aula flexível que pode ser utilizada como fechamento antecipado, revisão geral ou preparação estratégica para continuidade pós-evento.

### ROTEIRO DETALHADO (100 minutos)

#### Bloco 1 (30 min)

- Simulação de pitch por grupos (3 minutos cada)
- Feedback breve da plenária e professores

#### Bloco 2 (30 min)

- Roda de conversa: "E agora? O que fazer com o projeto?"
- Apresentação de opções: incubadoras, extensão, fomento, concursos, startups

#### Bloco 3 (30 min)

- Mentorias livres com convidados ou professores orientadores
- Grupos preenchem um **Plano de Continuidade ou Pivotagem** com base em sugestões

**Encerramento (10 min)**

- Lista de prêmios, editais e desafios abertos
- Convite para inscrever-se no Prêmio UNIFIMES / Projetos de Extensão

**FERRAMENTAS E RECURSOS**

- Slides ou PDF de editais de fomento (ex: Centelha, Jovens Protagonistas, Prototipa)
- Modelo de Plano de Continuidade
- Tabela de Cronograma Acadêmico de Submissão (eventos, editais, extensão)

**ENCAMINHAMENTOS E CONEXÃO COM A PRÓXIMA AULA**

- Aula 18 será o encerramento oficial, com apresentações públicas e convidados
- Finalizar ajustes para a apresentação definitiva

**CONEXÃO COM ODS E ECOSSISTEMA**

- ODS 4, 8, 9 e 17: Qualidade, Empreendedorismo, Inovação e Parcerias
- Fortalecimento do ecossistema UNIFIMES e das possibilidades de continuidade real dos projetos

## AULA 18 – EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO NO AMBIENTE ACADÊMICO E SOCIAL

**Tema Central:** Apresentação final dos projetos com banca institucional e celebração conjunta das turmas

**Duração:** 100 minutos (ou evento estendido, conforme disponibilidade)

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Apresentar publicamente o projeto final com base nos aprendizados acumulados.
- Vivenciar a experiência de um "pitch" profissional com banca avaliadora.
- Celebrar os resultados da disciplina com todas as turmas.
- Estimular o orgulho institucional e a continuidade dos projetos.

### FORMATO DA AULA

- Evento conjunto com **todas as turmas da disciplina Empreendedorismo** (local: auditório ou espaço multiuso).
- Presença de **autoridades institucionais**: Reitoria, PROEPE, PROAP, Coordenações, Conselho Superior.
- Estilo "**Shark Tank Acadêmico**": cada grupo tem 3 minutos de apresentação + 2 minutos de banca.
- **Banca institucional + banca estudantil + voto popular.**
- Lanchinho de encerramento, entrega de certificados simbólicos e "pompons" de comemoração.

### ROTEIRO DETALHADO (adaptável)

#### Bloco 1 (20 min)

- Abertura oficial com autoridades (fala da reitoria, PROEPE, coordenadores)
- Apresentação de vídeo de bastidores ou teaser dos projetos (opcional)

#### Bloco 2 (60 min)

- Rodada de pitches (seleção de 1 ou 2 projetos por turma para apresentação oficial)
- Banca avalia com base em rubrica institucional
- Participação do público com voto via QR Code (1 voto popular)

#### Bloco 3 (10 min)

- Anúncio dos destaques (inovação, impacto social, comunicação, viabilidade)
- Preview do E-book com os resumos expandidos (projetado ou com QR Code)

#### Bloco 4 (10 min)

- Encerramento simbólico: entrega de certificados, "pompons", agradecimentos
- Lanche coletivo e confraternização institucional

### AValiação FINAL (Aluno e Professor)

- **Forms para os Alunos:** avaliação da disciplina, autoavaliação, percepção do evento
- **Forms para os Professores:** percepção sobre a execução da EBL, desafios e potencialidades
- Entrega simbólica de declaração de participação no evento (opcional)

### FERRAMENTAS E MATERIAIS

- Rubrica de avaliação institucional (banca)
- QR Code para voto popular e visualização do e-book
- Decoração simples e simbólica com identidade visual da disciplina
- Microfone, projetor, som e telão
- Lista de presença institucional



### **SUGESTÕES PARA ELEVAR A QUALIDADE DO ENCERRAMENTO**

- Criar mini certificados de destaque com títulos criativos ("Startup Revelação", "Impacto Local", "Melhor Pitch", etc.)
- Registrar o evento em foto e vídeo para divulgação institucional
- Entregar QR code para acesso ao e-book com lista dos grupos autores
- Promover sorteio de brindes simbólicos com base na participação
- Estimular depoimentos espontâneos de alunos e professores

### **CONEXÃO COM OS ODS E ECOSSISTEMA**

- ODS 4, 8, 9 e 17
- Fortalecimento da cultura de inovação, reconhecimento institucional e continuidade dos projetos
- Integração entre cursos, gestão universitária e comunidade acadêmica

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. B.; QUEIROZ NETO, J. P. Aprendizagem baseada em empreendedorismo: perspectivas e experiências. *Revista de Educação Empreendedora*, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ifam.edu.br/jspui/bitstream/4321/322/1/Aprendizagem%20baseada%20em%20empreendedorismo.pdf>. Acesso em: 19 set. 2024; 10:25h.
- BARON, R. A.; SHANE, S. A. *Empreendedorismo: uma visão de processo*. São Paulo: Cengage Learning, 2007. (Reimpressão: 2015). – Link para Acesso: [https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO\\_UMA\\_VI\\_SAO\\_DO\\_PROCESSO\\_E.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://fenix.isutc.ac.mz/isutc/downloadFile/1130705975247655/EMPREENDEADORISMO_UMA_VI_SAO_DO_PROCESSO_E.pdf?utm_source=chatgpt.com)
- BLANK, S.; DORF, B. *The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company*. Pescadero, CA: K&S Ranch, 2012.
- BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. *Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018*. Institui as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regulamenta a obrigatoriedade da inserção da extensão nos currículos. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF, 19 dez. 2018. Disponível em: <https://www.in.gov.br>. Acesso em: 22 fev. 2022.
- CHIAVENATO, I. *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*. 4. ed. Barueri, SP: Manole, 2012. – Link para Minha Biblioteca: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597028089/epubcfi/6/2/%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dcover%5D!/4/2/2%4051:2>.
- DORNELAS, J. C. A. *Empreendedorismo: transformando ideias em negócios*. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014. – Link para Minha Biblioteca: [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18\[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents\]!/4/346/2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559774531/epubcfi/6/18[%3Bvnd.vst.idref%3Dcontents]!/4/346/2).
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. *Business model generation: inovação em modelos de negócios*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010. – Link para Minha Biblioteca: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555204605/pageid/0>.
- RIES, E. *A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012. – Link para Acesso: [https://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://s-inova.ucdb.br/wp-content/uploads/biblioteca/a-startup-enxuta-eric-ries-livro-completo.pdf?utm_source=chatgpt.com).
- UNIFIMES – Centro Universitário de Mineiros. *Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2021–2025*. Mineiros: UNIFIMES, 2021. Documento interno. Disponível em: <https://unifimes.edu.br/portal-do-professor/>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- UNIFIMES. Portaria PROEPE nº 012/2021. *Procedimentos, ritos e critérios para proposição e elaboração de projetos pedagógicos dos cursos de graduação e pós-graduação do Centro Universitário de Mineiros* – UNIFIMES. Mineiros - GO: Fundação Integrada Municipal de Ensino Superior, 21 dez. 2021. Disponível em: <https://unifimes.edu.br/portal-do-professor/>. Acesso em: 9 mar. 2025.

### ***Rede Docente de Empreendedorismo UNIFIMES***

Com o objetivo de promover o intercâmbio de experiências, boas práticas e apoio mútuo entre docentes que aplicam a disciplina “Empreendedorismo e Inovação”, foi criada a **comunidade “Rede Docente de Empreendedorismo UNIFIMES”** no WhatsApp. Essa comunidade é um espaço aberto para trocas pedagógicas, sugestões metodológicas, compartilhamento de materiais e atualização contínua sobre a proposta da Aprendizagem Baseada em Empreendedorismo (EBL). Professores interessados em participar podem acessar diretamente o grupo por meio do link:

 <https://chat.whatsapp.com/KEhPvjCGaCl1vPwzBEketS>

Também é possível solicitar o link ou mais informações pelo e-mail institucional: [inovacao@unifimes.edu.br](mailto:inovacao@unifimes.edu.br) ou pelo WhatsApp da Diretoria de Inovação e Empreendedorismo.

Este material é de uso livre para fins educacionais. Caso sua instituição deseje aplicar a metodologia apresentada, recomendamos entrar em contato com a Diretoria de Inovação e Empreendedorismo da UNIFIMES para troca de experiências e aprimoramento conjunto.

## ANEXOS

### 1. Modelo de Resumo Simples para Eventos Institucionais

TÍTULO (NO MÁXIMO 15 PALAVRAS)

Autor <sup>11</sup>

Autor <sup>12</sup>

Autor <sup>13</sup>

Colocar o Quadro Plano de Negócio (modelo Canvas) em seguida descrever/explicar proposta, sugestão é transcrever a apresentação do pitch.

Quadro 2 -



Fonte: Elaborado pelo(s) autor(es) utilizando SEBRAE Canvas.

O resumo deverá ter no mínimo 300 e máximo 500 palavras e contemplar uma introdução, objetivos, metodologias, principais resultados, discussão e conclusão (*esse contexto pode ser elaborado usando as dicas do vídeo pitch “o pitch perfeito” contendo 1. Qua é a solução que está sendo propostas; 2. Qual o problemas se busca resolver; 3. Mostrar a Experiência que o grupo pode comprovar para desenvolver o que se propõe; 4. Validações Mostrar de onde se comprova o problema e a solução; 5. Dados e Números que comprovam a Validação; 6. Onde se espera chegar com a solução que se está propondo; 7. Pode ao Final Fazer um pedido de Apoio a ideia; 8. Pode Apresentar a Equipe, principalmente mostrar a habilidade de cada um de tal forma que comprova que a ideia vai ser bem desenvolvida.*). O resumo deverá ser em; Fonte:Times New Roman, estilo normal, corpo 12 (tamanho da letra); Espaçamento entre linhas 1,5; Alinhamento: justificado; margens esquerda e superior 3 cm; direita e inferior 2 cm.

**Palavras-chave:** Palavra-chave1. Palavra-chave2. Palavra-chave3. Palavra-chave4. Palavra-chave5.

<sup>11</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

<sup>12</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

<sup>13</sup> Vínculo Institucional, e-mail.

## 2. Modelo de Resumo Expandido para Eventos Institucionais

**TÍTULO (NO MÁXIMO 15 PALAVRAS, CENTRALIZADO, CAIXA ALTA, TAMANHO 12)**

Autor  
Autor  
Autor

**Resumo:** O resumo deverá conter no máximo 250 palavras e contemplar de forma clara e objetiva todos os aspectos estruturais da pesquisa: objetivos, questões teóricas, metodológicas, principais achados e conclusões (esses dizeres não devem aparecer no corpo do texto). O texto deverá ser redigido com fonte *Times New Roman*, estilo normal, corpo 12; Espaçamento entre linhas 1,5; Alinhamento: justificado; margens esquerda e superior 3 cm; direita e inferior 2 cm.

**Palavras-chave:** Palavra-chave 1. Palavra-chave 2. Palavra-chave 3. Palavra-chave 4. Palavra-chave 5.

### INTRODUÇÃO

O Resumo expandido deverá ter entre três (3) e seis (6) páginas, incluindo tabelas, gráficos e figuras, sendo o *Layout* apresentado com no mínimo 800 e no máximo 1500 palavras (incluindo Introdução, Metodologia, Resultado e Discussão, Considerações Finais e Referências). Os textos devem ser redigidos com linguagem adequada, ter cunho científico e indicar relevância nas áreas do conhecimento (**Biociências, Ciências Exatas e Ciências Humanas**). A formatação deve ser em fonte *Times New Roman*, estilo normal, corpo 12; Espaçamento entre linhas 1,5; Alinhamento: justificado; margens esquerda e superior 3 cm; direita e inferior 2 cm; Parágrafo: primeira linha 1,5cm. As citações no corpo do texto devem obedecer às normas da ABNT em vigência.

As tabelas, gráficos e/ou figuras (formato GIF ou JPEG) devem ser diagramadas o mais próximo possível do texto onde forem mencionadas. Devem ser numeradas sequencialmente, com algarismos arábicos, sendo referenciadas no texto com as palavras “Tabela” ou “Figura” e o numeral correspondente. Ao publicar tabelas e figuras de outras fontes, deverá citar-se, portanto, a *Fonte*. As notas informativas de rodapé das tabelas, gráficos ou figuras deve ser em *Times New Roman*, estilo normal, tamanho 10.

Figura 1: (Centralizado, tamanho 10)



*Fonte:* (Centralizado, tamanho 10)

### METODOLOGIA

A metodologia descreve de forma clara e consistente os procedimentos utilizados para atingir os objetivos do trabalho e consequentemente obter os resultados esperados. Os esclarecimentos dos detalhes da pesquisa devem garantir que os colaboradores tenham perfeita compreensão dos critérios adotados em cada etapa da pesquisa.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A descrição dos resultados salienta um dos pontos cruciais da pesquisa, onde são apresentados os principais achados do estudo. Devem expressar argumentação teórica e científica, imprimir conclusões dos pontos citados, bem como, reproduzir sugestões que promovam melhorias no âmbito acadêmico, biopsicossocial e científico.

A formatação deve ser em fonte Times New Roman, estilo normal, corpo 12; Espaçamento entre linhas 1,5; Alinhamento: justificado; margens esquerda e superior 3 cm; direita e inferior 2 cm. As citações no corpo do texto devem obedecer às normas da ABNT em vigência.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Apresentar o resumo dos pontos mais relevantes descritos anteriormente de forma específica e objetiva.

## **AGRADECIMENTOS**

Obrigatório para publicações vinculadas ao PIBIC, facultativo para demais publicações.

## **REFERÊNCIAS**

Neste item é obrigatório listar todas as referências citadas ao longo do resumo e obedecer às normas da ABNT em vigência.

|

### 3. Roteiro de Apresentação para Pitch (3 minutos)

Tempo: 3 minutos

Roteiro sugerido: Um desses poder ser meu

1. Apresentação rápida da equipe e do problema identificado
2. Solução proposta e o diferencial inovador
3. Validação com usuários/clientes
4. Modelo de negócio e viabilidade
5. Convite final e contato

Canvas da Solução – Importante na Elaboração do Pitch:

<b>1 - INTRODUÇÃO</b> Introdução, contexto, dados, imagem, de onde veio a motivação	<b>3 - CLIENTE / USUÁRIO</b> Para quem estamos resolvendo o problema?	<b>5 - DIFERENCIAL DA IDEIA</b> Qual o diferencial da ideia? E perante os concorrentes? Se for o caso, qual o tamanho do mercado?	<b>7 - INVESTIMENTO</b> Mesmo sem valores, pois trata-se de uma ideia a ser validada, Tipos de custos envolvidos e recursos necessários.	<b>9 - EQUIPE</b> Nomes, fotos, formação, função.
<b>2 - PROBLEMA / OPORTUNIDADE</b> Qual é e porque é relevante? Pode conter dados.	<b>4 - SOLUÇÃO</b> Como funciona e quais benefícios? Hora de apresentar a solução. Houve validação com cliente?	<b>6 - EXPECTATIVA / POTENCIAL DE MERCADO</b> Redução de custos. Aumento de receita ou produtividade. Novo nicho de mercado.	<b>8 - PRÓXIMOS PASSOS</b> Descreva quais os próximos passos para avançar.	

#### **4. Canvas de Problemas e Oportunidades**

Título do problema:

Contexto:

Quem vivencia o problema?

Como o problema afeta o dia a dia?

Quais possíveis causas?

Quais alternativas já existem?

O que poderia ser feito diferente?

Quais oportunidades surgem desse problema?



## 5. Business Model Canvas (BMC)

Quadro padrão com 9 blocos:

1. Proposta de valor
2. Segmentos de clientes
3. Canais
4. Relacionamento com clientes
5. Fontes de receita
6. Recursos principais
7. Atividades-chave
8. Parcerias principais
9. Estrutura de custos

Sugestão - utilizar o modelo gratuito do site:

<https://canvanizer.com> ou

<https://canvas-apps.pr.sebrae.com.br/>

 <b>Parcerias Chave</b> Quem são nossos parceiros?  <b>8</b>	 <b>Atividades Chave</b> Quais atividades nossas propostas requerem?  <b>7</b>	 <b>Proposta de Valor</b> Qual valor entregamos para o cliente?  <b>1</b>	 <b>Relacionamento</b> Que tipo de relacionamento nossos clientes esperam?  <b>4</b>	 <b>Segmento de Clientes</b> Para quem estamos criando valor?  <b>2</b>
	 <b>Recursos Chave</b> Quais recursos nossas propostas de valor requerem?  <b>6</b>		 <b>Canais</b> Como chegamos em nossos segmentos de clientes?  <b>3</b>	
 <b>Estrutura de Custos</b> Quais são os custos importantes inerentes ao nosso modelo de negócios?  <b>9</b>			 <b>Fontes de Receita</b> Qual valor nossos clientes estão dispostos a pagar?  <b>5</b>	

## **6. Planilha de Avaliação Contínua**

Criar colunas com:

- Nome do aluno
- Grupo
- Aula 1 a 18 (pontuação individual)
- Autoavaliação
- Participação no evento
- Nota final (peso por bimestre)

Sugerir uso do Google Planilhas ou Excel compartilhado.

## **7. Modelo de Autoavaliação**

1. Contribuí com meu grupo de forma ativa? ( ) Sim ( ) Parcial ( ) Não
2. Participei das atividades em sala? ( ) Sempre ( ) Às vezes ( ) Pouco
3. Fui pontual e entreguei minhas tarefas? ( ) Sim ( ) Não
4. Estou satisfeito com meu aprendizado nesta disciplina? Justifique:

---

5. Sugestões para melhorar a disciplina:

---

## 8. Rubricas de Feedback Cruzado

Exemplo para Pitch:

Critérios	Nota (0 a 10)	Comentário
-----------	---------------	------------

Clareza e objetividade		
------------------------	--	--

Coerência entre problema e solução		
------------------------------------	--	--

Validação apresentada		
-----------------------	--	--

Domínio da equipe na apresentação		
-----------------------------------	--	--

Criatividade/Inovação		
-----------------------	--	--

Observações finais:

---