

FEIRA DE EMPREENDEDORISMO: UMA PRÁTICA EXPERIMENTAL DE PEQUENOS NEGÓCIOS DO RAMO ALIMENTÍCIO

Data de submissão: 15/05/2023

Data de aceite: 04/07/2023

Aramis da Silva Monteiro Ponath

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/2087870790900797>

Cleidir José Furlani

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/2321242627076356>

Emerson Pedreira Matos

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/2429290480794260>

Franciane Ribeiro Malavasi

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<https://orcid.org/0000-0001-7535-8566>

Helenilze Espindula Rossi Coser Zanoni

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/1490250526094786>

Marcela Rocha Haase Uhlig

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/1290294045307813>

Sandra Margon

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo

<http://lattes.cnpq.br/2533881555444177>

Simone Batista Fernandes Estevão

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/1365096892424452>

Viviane Zanetti Becalli Gogge

Faculdade da Região Serrana Farese
Santa Maria de Jetibá – Espírito Santo
<http://lattes.cnpq.br/1290294045307813>

RESUMO: Este artigo aborda a importância do empreendedorismo no Brasil e como as instituições de ensino superior podem promovê-lo por meio de metodologias de ensino ativas. O estudo apresenta o caso de sucesso da Feira de Empreendedorismo, um projeto desenvolvido pela FARESE em 2021, que envolveu estudantes dos cursos de Administração e Contabilidade. A Feira utilizou metodologias ativas de ensino, como a elaboração de planos de negócios, consultoria e pesquisa de satisfação, proporcionando aos alunos uma vivência prática dos conceitos aprendidos em sala de aula. Os estudantes apreciaram a experiência e reconheceram a importância das metodologias de ensino ativas. O artigo também discute a evolução do conceito

de empreendedorismo e a importância de envolver os alunos em processos de tomada de decisão e fornecer-lhes oportunidades para serem proativos e criativos em sua aprendizagem. Além disso, destaca a relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social do país, especialmente em um contexto de crise econômica e desemprego. Por fim, o estudo ressalta a importância das instituições de ensino superior em promover o empreendedorismo e fornecer aos alunos as habilidades e competências necessárias para se tornarem empreendedores bem-sucedidos.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Metodologias Ativas. Educação.

ENTREPRENEURSHIP: FAIR NA EXPERIMENTAL PRACTICE OF SMALL BUSINESSES IN THE FOOD SECTOR

ABSTRACT: This article addresses the importance of entrepreneurship in Brazil and how higher education institutions can promote it through active teaching methodologies. The study presents the successful case of the Entrepreneurship Fair, a project developed by FARESE in 2021, which involved students from the Administration and Accounting courses. The Fair used active teaching methodologies, such as the elaboration of business plans, consultancy, and satisfaction research, providing students with practical experience of the concepts learned in the classroom. Students appreciated the experience and recognized the importance of active teaching methodologies. The article also discusses the evolution of the concept of entrepreneurship and the importance of involving students in decision-making processes and providing them with opportunities to be proactive and creative in their learning. In addition, it highlights the relevance of entrepreneurship for the economic and social development of the country, especially in a context of economic crisis and unemployment. Finally, the study highlights the importance of higher education institutions in promoting entrepreneurship and providing students with the necessary skills and competencies to become successful entrepreneurs.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Active Methodologies. Education.

1 | INTRODUÇÃO

O empreendedorismo envolve pessoas e processos e possibilita a criação de negócios de sucesso (DORNELAS, 2005). Assim como na maioria dos países do mundo, a má distribuição de renda, desemprego, problemas sociais crônicos e a balança comercial deficitária possibilitam um cenário propício, tendo o empreendedorismo como uma das características da nossa nação. Diante disso, uma das áreas que exigem maior envolvimento das instituições de ensino superior em cursos de gestão é o empreendedorismo, demandando uma combinação de diversas técnicas de gestão e possibilitando uma experiência prática, que vá além da teoria. Visando desenvolver metodologias ativas de ensino, a Faculdade da Região Serrana – FARESE estima que a vivência e a experimentação são alguns dos fundamentos que devem pautar o ensino superior. Por essa razão, abordou práticas de ensino que possibilitaram ao corpo discente ter uma formação que fosse além da teoria. A instituição de ensino possui na matriz curricular dos cursos de Administração (ADM) e

Ciências Contábeis (CCO) a disciplina de Empreendedorismo, por isso iniciou, em 2015, o projeto Feira do Empreendedorismo, focado no desenvolvimento e compreensão de práticas empreendedoras, projeto este que vem se destacando na região.

Diante disso, este artigo objetiva apresentar práticas metodológicas de ensino focadas em metodologias ativas, por meio da análise e apresentação do estudo de caso da Feira do Empreendedorismo, realizada em 2021, com os alunos dos cursos de Administração e Ciências Contábeis e desenvolvida pela Instituição de Ensino Superior FARESE. Após a exposição do evento, bem como resultados, concluiu-se que a Feira do Empreendedorismo foi uma grande oportunidade para os alunos colocarem em prática os aprendizados de sala de aula e desenvolverem suas habilidades empreendedoras, demonstrando a importância das metodologias ativas para esta finalidade.

EMPREENDEADORISMO

Empreendedorismo é o termo usado, muitas vezes, para a criação de empresas ou de novos produtos, mas não se relaciona exclusivamente a abrir uma empresa, mas sim em ter uma atitude inovadora diante dos desafios, que podem acontecer até mesmo no local de trabalho, onde o funcionário pode se destacar por uma atitude empreendedora. Há uma relação muito positiva entre o empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, uma vez que as pessoas, dentro das organizações, atuam de forma inovadora, com novas ideias, levando a uma maior concorrência no mercado. Empreender é saber identificar oportunidades que surgem no mercado, é estar atento para as necessidades do cliente, sabendo aproveitá-las, oferecendo um produto ou serviço que atenda a sua demanda, transformando essas oportunidades em um negócio lucrativo. Isso tem se tornado a solução para milhões de pessoas que buscam iniciativas para enfrentar a crise e para ter o seu negócio próprio. Como descrito por Chiavenato (2021),

Empreendedorismo é o processo pelo qual indivíduos com ideias inovadoras perseguem oportunidades mesmo sem ter a totalidade dos recursos de que necessitam para aproveitá-las. A essência do comportamento empreendedor é a identificação de oportunidades e a criação de ideias úteis e inovadoras para transformá-las em realidade (CHIAVENATO, 2021, p. 1).

O empreendedor possui um papel muito importante no desenvolvimento econômico, segundo Joseph Schumpeter (1883-1950), que publicou a *Teoria do Desenvolvimento Econômico* (1911). Nela, Schumpeter mostra a função central que o empreendedor tem como agente de promoção do progresso econômico por meio da “destruição criativa”, conceito que revela a ideia de que a economia capitalista moderna é caracterizada por uma luta incessante pela inovação (SANTOS, 2019).

Nesse sentido, existe um conjunto de circunstâncias que podem influenciar a inovação e o empreendedorismo em razão de várias situações. Do ponto de vista de Bessant (2019),

Os contextos nacionais, regionais e setoriais podem influenciar significativamente na velocidade e na direção da inovação e do empreendedorismo em razão de disponibilidade ou escassez de recursos, talento, oportunidades, infraestrutura e suporte. Contudo, apesar do contexto influenciar a velocidade e a direção, ele não determina os resultados. A educação, capacitação, experiência e aptidão dos indivíduos também têm um efeito profundo nos objetivos e resultados da inovação e do empreendedorismo (BESSANT, 2019, p. 1).

Com o intuito de estimular o empreendedorismo, foi criada a Lei Geral, também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, através da Lei Complementar nº 123/2006, para regulamentar o tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, conforme disposto na Constituição Federal. Seu objetivo é fomentar o desenvolvimento e a competitividade da micro e pequena empresa e do microempreendedor individual, como estratégia de geração de emprego, distribuição de renda, inclusão social, redução da informalidade e fortalecimento da economia. Os benefícios criados pela Lei Geral, à exceção do tratamento tributário diferenciado, aplicam-se também ao produtor rural pessoa física e ao agricultor familiar (SEBRAE, 2018).

No que se refere à motivação de empreender, identificou-se uma publicação que descreve bem a diferença entre empreender por oportunidade e empreender por necessidade. André Bona aborda esses temas da seguinte forma:

Empreender por oportunidade envolve começar um negócio ainda que se possua outras alternativas na área profissional. Não são pessoas que precisam de forma imprescindível de um novo rumo na carreira e, muitas vezes, contam com nível de escolaridade e especialização em certas áreas acima da média.

Empreender por oportunidade, portanto, significa a possibilidade de alcançar a independência no trabalho ou aumentar a renda mensal.

Por outro lado, empreender por necessidade é para aquelas pessoas que aceitaram o desafio de um negócio autônomo devido à falta de melhores alternativas profissionais. Elas precisam produzir renda o quanto antes para si mesmas e suas famílias.

Empreender por necessidade depende mais da situação econômica de um país. O número de empreendedores por necessidade, por exemplo, cresce quando o desemprego aumenta (BONA, 2019).

PRÁTICAS METODOLÓGICAS DE ENSINO SUPERIOR

O processo de ensino-aprendizagem tem passado por grandes transformações, principalmente com a introdução das tecnologias digitais, e, com isso, foi necessário desenvolver propostas metodológicas inovadoras que oportunizassem aos estudantes exercer um papel ativo na construção do conhecimento. Diante de toda essa tecnologia, o perfil do aluno mudou, levando à necessidade de mudança também por parte dos docentes.

As metodologias ativas são formas de ensino que proporcionam um ambiente em que

os alunos se sintam envolvidos e participantes como protagonistas no processo de ensino-aprendizagem, em que o professor atua como facilitador e mediador entre o conhecimento e os alunos, estimulando a participação de todos e auxiliando nas dificuldades. Teotonia e Moura (2020) acrescentam que:

O objetivo das Metodologia Ativas é projetar no sujeito aprendente a capacidade de se colocar como agente que desenvolva o protagonismo na conquista da própria aprendizagem, buscando encontrar soluções para um problema ou uma situação que motivem a construção de meios para apontar alternativas que possam agregar conhecimentos e trazer estratégias para se chegar a uma aprendizagem que possa modificar a si mesmo ou o seu entorno (TEOTONIA; MOURA, 2020, p. 9)

A FACULDADE DA REGIÃO SERRANA - FARESE

A Faculdade da Região Serrana – Farese é uma Instituição de Ensino Superior, fundada em 2000, e que visa contribuir para o desenvolvimento cultural, científico, social, político e econômico da Região Central Serrana do Estado do Espírito Santo, formando profissionais habilitados, éticos, socialmente responsáveis, críticos e tecnicamente competentes em sua área de atuação. Todo o trabalho desenvolvido pela Farese tem por finalidade promover a divulgação do conhecimento, seja ele econômico, cultural, científico ou técnico, e que contribua para a transformação social, tecnológica, política e econômica, o que é possível através da metodologia da problematização na construção do conhecimento e dos problemas do cotidiano, em particular os regionais e nacionais.

Assim, é possível oferecer serviços especializados à comunidade e estabelecer uma relação de reciprocidade, promovendo a extensão, que faz parte da base de sustentação de uma instituição de ensino superior: o ensino, a pesquisa e a extensão.

Em sua missão, a Farese busca formar profissionais éticos, responsáveis, críticos e competentes nas suas áreas de atuação, por meio de um ensino de qualidade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da sociedade. Como visão, busca ser uma instituição de referência na qualidade do ensino superior comprometida com a ética, o desenvolvimento sustentável e a responsabilidade social. E, por fim, seus valores estão pautados na ética, responsabilidade social, qualidade, sustentabilidade e gestão democrática.

2 | MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa consiste em um estudo de caso que trata do desenvolvimento de um projeto da Feira do Empreendedorismo, realizado nos anos de 2015 a 2021, na Farese. De acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso é uma investigação empírica que “[...] investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

O estudo de caso consiste na análise de práticas de metodologias de ensino ativas que buscam desenvolver as competências dos alunos dos cursos de ensino superior, em especial nas áreas de gestão. Como descrito por Goldenberg (2011),

[...] o estudo de caso não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um todo seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos (GOLDENBERG, 2011, p. 33).

A utilização da metodologia ativa foi importante no sentido de proporcionar ao aluno a oportunidade de participar ativamente nas decisões - nesse caso em específico, na pesquisa sobre qual o melhor produto a ser comercializado, no levantamento de valores para verificar o custo do produto, na precificação do produto, na propaganda e na avaliação dos resultados. Nesse sentido, Morán (2015), acrescenta que:

As metodologias precisam acompanhar os objetivos pretendidos. Se queremos que os alunos sejam proativos, precisamos adotar metodologias em que os alunos se envolvam em atividades cada vez mais complexas, em que tenham que tomar decisões e avaliar os resultados, com apoio de materiais relevantes. Se queremos que sejam criativos, eles precisam experimentar inúmeras novas possibilidades de mostrar sua iniciativa (MORÁN, 2015, p. 17).

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

A FEIRA DO EMPREENDEDORISMO

A Feira do Empreendedorismo foi uma atividade integradora que objetivou a promoção de uma experiência prática de empreendedorismo, permitindo que os alunos desenvolvessem o que aprenderam em sala de aula, tendo uma relação direta com a comunidade, como clientes nessa experimentação. Como objetivos específicos, buscou desenvolver nos alunos a capacidade de pesquisar, planejar e definir estratégias para execução da ação a ser realizada na feira; praticar a experiência de desenvolver um projeto, praticá-lo e avaliá-lo; promover uma ação de desenvolvimento em equipe que exigisse alinhamento e trabalho colaborativo para se obter êxito; e entender a relação entre empreendedor e cliente na comercialização de produtos, através da aplicação da pesquisa de satisfação e da consultoria para clientes iniciantes.

O projeto piloto da Feira do Empreendedorismo foi elaborado na disciplina de Fundamentos do Marketing, em 2013, ministrada pelo professor Luciano Forrechi para o quinto período do curso de Administração. O primeiro evento foi realizado no auditório da faculdade, em 12 de junho de 2013, somente para a turma que estava cursando a disciplina, e foi chamado de “Feira de Marketing”. Os trabalhos apresentados tiveram como destaque a inovação e a criatividade. A segunda edição da Feira aconteceu em 2014 e foi

aberta para os alunos dos últimos períodos dos cursos de ADM e CCO, tendo, mais uma vez, o seu foco na inovação.

Sob a coordenação do mesmo professor, em 2015 a Feira passou a se chamar Feira do Empreendedorismo e os alunos passaram a ter novas responsabilidades e entregas, como: a elaboração do plano de negócios; a comercialização e exposição dos produtos e a abertura da Feira para visita e consumo dos produtos por parte da comunidade local. Em razão da relevância alcançada, em 2016, foi necessário deslocar a Feira para um galpão cedido pela Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá/ES, conhecido como Galpão da Feira do Produtor Rural.

Com a popularidade alcançada, entre os anos de 2017 e 2019, a Feira do Empreendedorismo passou a envolver alunos de diversos períodos dos cursos de ADM e CCO. O evento também passou a receber a visita de alunos e professores de escolas de cursos técnicos, de ensino médio e do Instituto Federal do Espírito Santo – IFES da Região Serrana. Devido à pandemia da Covid-19, a Feira não pôde ser realizada em 2020, mas em 2021 a sua realização foi possível observando-se os cuidados necessários recomendados na época e com a participação ativa de todos os alunos da Farese.

A FEIRA DE EMPREENDEDORISMO DE 2021

Em 2021, a Feira do Empreendedorismo foi coordenada pelo Professor Aramis da Silva Monteiro Ponath, também Coordenador dos Cursos de ADM e CCO. Além da formação da equipe de professores e funcionários para o planejamento e execução da feira, articulou-se com a Prefeitura local a liberação do espaço de realização do evento. A equipe de desenvolvimento foi composta pelos professores: Aramis da Silva Monteiro Ponath, Cleidir José Furlani, Helenilze Espindula Rossi Coser Zaroni, Luciano Forrechi, Sandra Margon e Viviane Zanetti Becalli Gogge, e a organização se deu de acordo com o cronograma apresentado no quadro 1:

Data	Ação
09 a 23/10/21	Divisão dos grupos e definição dos produtos por grupo
23/10 a 15/11/21	Organização da Feira
23/10 a 30/11/21	Desenvolvimento do plano de negócios
16/11/21	Realização da Feira (19h às 21h30)
17 a 30/11/21	Avaliação dos resultados

Quadro 1 – Cronograma de organização da Feira do Empreendedorismo em 2021

Fonte: Elaborado pelos autores.

O público-alvo da Feira do Empreendedorismo foi caracterizado como interno e externo. O público interno incluiu os professores e alunos participantes da Feira, divididos

em: expositores/empreendedores (alunos dos 2º, 4º e 6º períodos dos cursos de ADM e CCO); responsáveis pela aplicação da pesquisa de satisfação (alunos do 8º período do curso de ADM); consultores de custos (alunos do 8º período do curso de CCO); organizadores (professores dos cursos de ADM e CCO apoiados por funcionários do corpo técnico administrativo); parceiros (alunos dos cursos de Pedagogia e de Engenharia Ambiental e Sanitária, por meio de apresentações de trabalhos com a comunidade).

O público externo foi composto pela comunidade, que contribuiu com a Feira participando do evento e adquirindo os produtos. Foram classificados como: clientes (moradores e alunos de outras instituições da cidade de Santa Maria de Jetibá/ES e região); parceiros (como a Prefeitura Municipal de Santa Maria de Jetibá/ES, que colaborou com a parte de infraestrutura e apresentação de cultura pomerana); e o SEBRAE - ES, que forneceu palestra orientativa para quem buscava empreender ou melhorar sua condição empreendedora.

O professor Luciano Forrechi, titular da disciplina de Empreendedorismo na época, foi o responsável por orientar os alunos sobre os negócios que cada grupo pretendia expor na Feira. Os alunos participaram como empreendedores e foram divididos conforme disposto no quadro 2. Os grupos foram compostos pelas turmas do 2º, 4º e 6º períodos dos cursos de ADM e CCO e foram orientados pelo professor Cleidir José Furlani, que elaborou uma proposta de planilha que os auxiliou no cálculo dos custos para a definição do valor de venda dos produtos expostos.

Grupo	Nome fantasia do Negócio	Produtos Comercializados
01	GENGIBRES	Produtos à base de gengibre, produção de destaque em Santa Maria de Jetibá e Santa Leopoldina
02	CALDELÍCIA	Três tipos de caldo, sendo que a grande inovação foi utilizarem a linguiça típica Pomerana como complemento
03	SIRIUS FOOD	Produtos alimentícios com foco no público jovem
04	AÇAÍ POMERANO	Todos os componentes do grupo estavam vestidos com roupas típicas Pomeranas
05	IMPÉRIO DO SABOR	Produtos com características bem caseiras, para lembrar a comida feita pela “vovó”
06	FOODFLIX	Lanches rápidos e descomplicados
07	SERRANA PUDINS	Especialista em pudins, produto segmentado
08	TORT’s	Produtos segmentados em tortas, doces e salgadas
09	DU POTCHI	Alimentos com embalagens práticas e de fácil transporte

Quadro 2 – Descrição dos negócios expostos na Feira do Empreendedorismo em 2021

Fonte: Elaborado pelos autores.

Todos os grupos receberam apoio e orientação na elaboração dos seus planos de

negócios, desde a definição de preço de vendas até a avaliação da viabilidade financeira dos produtos e/ou negócios. Essa ação foi realizada por meio de consultoria, sob responsabilidade dos alunos do 8º período do curso de CCO, os quais foram orientados pelo Professor Aramis da Silva Monteiro Ponath, divididos em três grupos de consultores responsáveis pela orientação dos empreendimentos, conforme descrito a seguir (Quadro 3):

Grupo	Nome fantasia	Empreendimentos a orientar
01	ALFA	Grupos 01, 04 e 07
02	BETA	Grupos 02, 05 e 08
03	DELTA	Grupos 03, 06 e 09

Quadro 3 – Descrição dos grupos de consultores responsáveis pela orientação

Fonte: Elaborado pelos autores.

Já a turma do 8º período do curso de ADM foi responsável por desenvolver, através da ferramenta *Google Forms*, a pesquisa de satisfação que foi preenchida pelos visitantes durante a Feira. O questionário foi estruturado com 06 questões objetivas contemplando afirmativas sobre organização, iluminação, decoração e higiene. As afirmativas foram mensuradas por uma escala contendo cinco níveis (ótimo, muito bom, bom, regular e ruim) e foram respondidas por 83 visitantes da Feira. Após a tabulação, os resultados foram apresentados e discutidos na disciplina de Pesquisa Operacional, e alguns deles podem ser conhecidos a seguir.

Quanto ao perfil demográfico, constatou-se que 61,4% dos respondentes eram do sexo feminino, enquanto 38,6% do sexo masculino. Em relação à faixa etária, foi possível verificar que os respondentes possuíam idade a partir de 21 anos e maior percentual entre pessoas com idade entre 21 e 35 anos (73,2%). Acrescenta-se aos dados o fato de que a maioria dos respondentes eram de Santa Maria de Jetibá - sede (45,8%), sendo outros de alguns distritos do município (20,5%), além de haver, no evento, participantes dos municípios de Santa Teresa, Itarana e Itaguaçu, por exemplo.

Com relação à higiene do espaço e higiene no preparo dos alimentos nas barracas, 55,4% dos respondentes classificaram como “ótimo” e “muito bom”. Em seguida, 39,8% classificaram como “bom”. É possível observar que os respondentes perceberam o cuidado e a preocupação dos organizadores/grupos com um aspecto especialmente importante no ato de consumir alimentos fora de casa. O resultado tende a demonstrar que os alunos utilizaram de aspectos teóricos e também de suas experiências pessoais e práticas no preparo de suas barracas e dos seus alimentos.

Quanto à decoração e à ambientação do espaço, 38,6% também classificaram como “bom”, 33,7% como “muito bom”, 14,5% classificaram como “ótimo”. O resultado tende a

demonstrar que os grupos seguiram as orientações relacionadas à comunicação visual e ao investimento no marketing dos seus negócios.

Sobre as medidas sanitárias adotadas referente ao uso de máscara, álcool e termômetro, 48,8% do público considerou “ótimo” e “muito bom”, 26,5%, “bom” e 24,1% considerou “regular”. Com esse resultado, pode-se considerar que, em determinadas barracas ou lugares da Feira, as medidas sanitárias não foram cumpridas com a seriedade necessária, por exemplo, ou pode-se considerar o fato de as pessoas precisarem retirar as suas máscaras para se alimentarem e não colocarem imediatamente após o consumo do alimento.

Além da experiência prática, que envolveu planejamento, implementação e vivência de um negócio, cada trabalho, fosse ele de escrita, exposição, pesquisa ou consultoria, agregou aos alunos até 02 (dois) pontos na nota final em cada disciplina presencial do curso. Diante do exposto e após análise geral do projeto, os alunos aprovaram a experiência e compreenderam a importância de práticas pedagógicas por meio de metodologias ativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto da Feira do Empreendedorismo descrito neste artigo foi uma iniciativa muito importante para os alunos da Farese, proporcionando uma experiência prática de empreendedorismo e contribuindo para o seu desenvolvimento como empreendedores. A metodologia ativa utilizada permitiu que os alunos participassem ativamente nas decisões, desde a pesquisa sobre qual o melhor produto a ser comercializado até a avaliação dos resultados. O projeto agregou pontos na nota final em cada disciplina presencial do curso, incentivando os alunos a se dedicarem ainda mais.

A participação na Feira também foi uma oportunidade para os alunos desenvolverem habilidades empreendedoras, como a capacidade de pesquisar, planejar, definir estratégias e trabalhar em equipe. Além disso, a feira permitiu que os alunos tivessem uma relação direta com a comunidade, como clientes nessa experimentação, o que é fundamental para o desenvolvimento de um empreendedorismo local.

Como afirmou o autor Idalberto Chiavenato (2021, p. 1), “o empreendedorismo é uma forma de dar asas ao espírito empreendedor, de transformar ideias em negócios e de contribuir para o desenvolvimento local”. Portanto, é importante que as instituições de ensino continuem a investir em projetos que promovam a prática e a vivência de situações reais, para que os alunos possam desenvolver habilidades e competências necessárias para o mercado de trabalho e para a vida.

Por fim, a Feira de Empreendedorismo foi uma excelente oportunidade para os alunos colocarem em prática o que aprenderam em sala de aula e desenvolverem suas habilidades empreendedoras. Através do resultado da pesquisa de satisfação, conseguiram entender como os serviços oferecidos foram percebidos pelo público, o que agradou e o

que pode ser melhorado. Espera-se que iniciativas como essa continuem a ser realizadas, para que os alunos possam se tornar empreendedores de sucesso e contribuir para o desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Grupo A, 2019.

BONA, André. **Empreender por oportunidade ou necessidade?**. Blog André Bona. 1 de julho de 2019. Disponível em: <https://andrebona.com.br/empreender-por-oportunidade-ou-necessidade>. Acesso em: 13 dez. 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo** - Dando Asas ao Espírito Empreendedor. São Paulo: Grupo GEN, 2021.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo transformando ideias em negócios**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

MORÁN, José. **Mudando a educação com metodologias ativas**. Coleção mídias contemporâneas. Convergências midiáticas, educação e cidadania: aproximações jovens, v. 2, n. 1, p. 15-33, 2015.

SANTOS, Adilson dos. **Prosperidade: empreendedorismo como meio de desenvolvimento local**. SEBRAE. Brasília, 2019. Disponível em: <https://sebraers.com.br/cidade-empresendedora/empreendedorismo-como-meio-dedesenvolvimento-local/> Acesso em: 13 dez. 2021.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **Lei Geral da Micro e Pequena Empresa**. SEBRAE. Brasília, 2018. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lei-geral-damicro-e-pequena-empresa,46b1494aed4bd710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em: 13 dez. 2021.

TEOTONIA, Josineide da Silva; MOURA, Dayvison Bandeira de. **Metodologias ativas na aprendizagem: um desafio para o professor do século XXI**. Formação Docente e Trabalho Pedagógico: Diálogos Fecundos. Org. Andréa Koachhann. Editora Scotti, Goiânia, 2020. p. 193- 209.

YIN. Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3 ed., Porto Alegre: Bookman, 2005.