

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS APLICADAS E EDUCAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS
CURSO DE LICENCIATURA EM MATEMÁTICA

STEFANY DOS SANTOS FERREIRA

Educação Transformadora: Um projeto-piloto integrando Educação Financeira e Empreendedorismo no Ensino Médio

Rio Tinto–PB
2025

Stefany dos Santos Ferreira

Educação Transformadora: Um projeto-piloto integrando Educação Financeira e Empreendedorismo no Ensino Médio

Trabalho Monográfico apresentado à
Coordenação do Curso de Licenciatura em
Matemática como requisito parcial para obtenção
do título de Licenciada em Matemática.

Orientador(a): Prof^o. Dr^o. Joseilme Fernandes
Gouveia.

Rio Tinto–PB
2025

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F383e Ferreira, Stefany dos Santos.

Educação transformadora : um projeto-piloto integrando educação financeira e empreendedorismo no ensino médio / Stefany dos Santos Ferreira. - Rio Tinto, 2025.

122 f. : il.

Orientação: Joseilme Fernandes Gouveia.
TCC (Graduação) - UFPB/CCAE.

1. Educação financeira. 2. Empreendedorismo. 3. Matemática. 4. Ensino Médio. I. Gouveia, Joseilme Fernandes. II. Título.

UFPB/CCAE

CDU 373.5:51

Stefany dos Santos Ferreira

Educação Transformadora: Um projeto-piloto integrando Educação Financeira e Empreendedorismo no Ensino Médio

Trabalho Monográfico apresentado à Coordenação do Curso de Licenciatura em Matemática como requisito parcial para obtenção do título de Licenciada em Matemática.

Orientador(a): Profº. Drº. Joseilme Fernandes Gouveia.

Aprovado em: 28/04/2025

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente
JOSEILME FERNANDES GOUVEIA
Data: 06/05/2025 12:31:33-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Joseilme Fernandes Gouveia (Orientador) – UFPB – CCAE/DCX



Documento assinado digitalmente
JUSSARA PATRICIA ANDRADE ALVES PAIVA
Data: 06/05/2025 13:36:35-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dra. Jussara Patrícia Andrade Alves Paiva – UFPB – CCAE/DCX



Documento assinado digitalmente
CARLOS ALBERTO GOMES DE ALMEIDA
Data: 06/05/2025 13:08:27-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Carlos Alberto Gomes de Almeida – UFPB – CCAE/DCX

Aos meus pais, por todo apoio e dedicação. A
minha avó materna (*in memoriam*), Quitéria
Tenório dos Santos pelo seu amor
incondicional.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, por me dar forças para chegar até aqui. Sem Ele, nem sequer teria iniciado essa jornada, muito menos chegado até o fim. Obrigada, Deus, por Seus planos serem sempre melhores que os meus! Sou eternamente grata por tudo que fez e faz em minha vida.

Agradeço aos meus pais, Jussara e Vladimir, que sempre estiveram ao meu lado. Sair de casa aos 19 anos, sendo filha única e indo para outro estado, não foi fácil. Mas a força que Deus nos deu foi algo inegável. Obrigada, mãe e pai, por sempre acreditarem em mim. Conseguimos! Agradeço por tudo!

Agradeço à minha avó, que não está mais entre nós. Perdi a metade de mim durante essa graduação, e essa perda não foi fácil. Agradeço à senhora com todo o meu coração, como a senhora cantava: *“Onde estou, como estarei, se sorrindo ou se chorando, pense n’eu vez em quando”*. Ao escrever esses agradecimentos, recordo com carinho de seu amor e força eterna. Saudade!

Agradeço ao meu noivo, Hugo Martins, que tive a felicidade de encontrar durante a universidade. Você é um presente de Deus, e sou muito grata por ter você ao meu lado nessa caminhada. Obrigada por tudo o que fez e faz por mim. O caminho foi muito mais leve com você ao meu lado. Obrigada por me dar força e por sempre acreditar em mim, até mesmo quando não acreditava. Seu apoio foi essencial, te amo.

Ao meu orientador, Dr. Joseilme Gouveia, agradeço pelo estímulo e colaboração ao longo dessa trajetória. Lembro-me como se fosse hoje, quando tentei uma vaga no projeto de extensão e consegui a oportunidade de ser voluntária. As capacitações que recebi mudaram minha vida. Sempre me desafiando com suas palavras simples, mas motivadoras. Quando dizia achar que não conseguiria, era dito: “Mude, diga que você consegue!”. Sou imensamente grata por confiar em mim ao longo desses 5 anos. Obrigada por me abrir espaço, por me ensinar além da sala de aula e por todas as oportunidades. Serei eternamente grata.

Agradeço à minha banca examinadora, Dr. Carlos Alberto e Dra. Jussara Patrícia, por aceitarem participar deste momento tão especial para mim. Dr. Carlos Alberto, obrigada por

me pedir uma aula sobre o Princípio Fundamental da Contagem para os alunos da monitoria. Essa foi minha primeira aula gravada, e no final fizemos um relatório que nos rendeu o prêmio de Iniciação à Docência com o trabalho *“A Tecnologia como ferramenta de Ensino na Matemática em tempos de pandemia”*. Obrigada por cada monitoria, por cada ensinamento e pelo carinho.

A professora Dra. Jussara, agradeço por todo o ensinamento e carinho. Sou muito grata pelo tempo como estagiária no Laboratório de Estudos e Pesquisas em Ensino de Matemática (LEPEM). Esse período fez com que admirasse cada vez mais a área da Educação. Obrigada pela confiança ao longo desses anos. O Lepem é um espaço que serei eternamente grata. A oportunidade que tive, foi única e fez toda a diferença na minha formação.

Agradeço a todos os professores do Curso de Licenciatura em Matemática da UFPB Campus IV - Rio Tinto. Cada um, com seu jeito único, deixou ensinamentos que levarei para a vida toda. Quero deixar uma gratidão especial ao professor Jamilson, por ser fundamental em um dos momentos mais difíceis da minha trajetória universitária. Foi com ele que aprendi a desafiar meus medos e perceber que posso ir além. Obrigada, professor, pela frase que ficará para sempre comigo: *“Para subir na vida, temos que descer alguns degraus, para depois, subir novamente.”* Sempre me lembrarei de sua sabedoria e do seu jeito de fazer irmos além.

Agradeço também aos meus amigos, Cleonaldo e Thiago, a dupla dinâmica que se fez presente assim que cheguei a Rio Tinto. Uma amizade que será eterna e sou imensamente grata. Obrigada!

Agradeço aos amigos que fiz ao longo dessa caminhada: Vandilma, Joana Milena, Regina, Robson, Antônio Leandro, Rayanne, Crislayne, Ihellen, Daniella e Hevellin. Obrigada por tornarem o processo mais leve, pela parceria e pelas risadas nos momentos mais difíceis. Saber que estávamos juntos nessa jornada fez toda a diferença.

Quero deixar meu muito obrigada à professora Eliane Lourenço, por aceitar ser minha supervisora de estágios e participar deste trabalho de conclusão de curso. Sem sua parceria, seria impossível realizar este trabalho. Agradeço de coração!

Agradeço também aos estudantes do Ensino Médio que participaram desta pesquisa. Vocês foram incríveis! Obrigada por confiarem no processo. Minha eterna gratidão!

Por fim, agradeço a todos que de alguma forma contribuíram para essa jornada. São muitas pessoas envolvidas, como um quebra-cabeça, e se alguma peça faltasse, nada disso seria possível. Minha eterna gratidão a todos! Obrigada, Deus!

Entrega o teu caminho ao Senhor, confia nele, e
ele tudo fará.

Salmo 37:5

RESUMO

O presente Trabalho de Conclusão de Curso trata-se de uma pesquisa cujo objetivo foi criar e testar um projeto-piloto que unisse Educação Financeira, Empreendedorismo e Matemática no Ensino Médio. Essa construção foi idealizada perante a necessidade de encontrar uma maneira de preparar os alunos para o mundo do trabalho. Ao mesmo tempo, eles possam ter também a capacidade de decidirem melhor sobre o dinheiro no dia a dia e a ter uma visão empreendedora desde a escola. Sobre os procedimentos metodológicos, a pesquisa foi pensada como qualitativa, tentando entender de um jeito mais amplo como esses temas podem funcionar juntos na sala de aula. Quanto à coleta de dados, ela se caracterizou como estudo de caso, realizado com alunos do Ensino Médio da Escola Estadual Frederico Lundgren, no município de Rio Tinto–PB. O projeto tomou forma com treze oficinas pedagógicas e uma culminância final, sendo realizada nas turmas da eletiva “Enriquecendo seu futuro — Da sala de aula ao sucesso”. Essas oficinas foram divididas em quatro módulos que envolviam: Educação Financeira, Empreendedorismo, Gestão Financeira e Culminância. Ao longo das atividades, os dados que foram analisados mostraram que esse caminho impactou bastante os alunos, trazendo mais interesse. Eles aplicaram a Matemática, na prática, desenvolveram o pensamento crítico, organizaram as finanças pessoais e criaram os seus pequenos negócios. A experiência também evidenciou que a integração entre teoria e prática torna o processo de aprendizagem mais atrativo para os alunos, incentivando-os para a geração do seu protagonismo e a autonomia. A pesquisa também traz a possibilidade do uso dessa proposta em outras escolas, como uma alternativa eficiente para a implementação dos itinerários formativos no Ensino Médio, o que geraria como contribuição para uma formação mais completa e alinhada às demandas atuais.

Palavras-chave: Educação Financeira. Empreendedorismo. Matemática. Ensino Médio.

ABSTRACT

This Final Paper is a research project whose aim was to create and test a pilot project linking Financial Education, Entrepreneurship and Mathematics in secondary schools. This project was conceived in response to the need to find a way of preparing students for the world of work. At the same time, they should also be able to make better decisions about money on a daily basis and have an entrepreneurial vision from school. As for the methodological procedures, the research was designed to be qualitative, trying to understand in a broader way how these themes can work together in the classroom. As for data collection, it was characterized as a case study, carried out with high school students at the Frederico Lundgren State School, in the municipality of Rio Tinto-PB. The project took shape with thirteen pedagogical workshops and a final culmination, which was applied in the elective classes “Enriching your future - From the classroom to success”. These workshops were divided into four modules involving: Financial Education, Entrepreneurship, Financial Management and the Culmination. Over the course of the activities, the data that was analyzed showed that this path had a significant impact on the students, bringing more interest. They applied mathematics in practice, developed critical thinking, organized their personal finances and created their own small businesses. The experience also showed that integrating theory and practice makes the learning process more attractive to students, encouraging them to take a leading role and develop autonomy. The research also raises the possibility of using this proposal in other schools, as an efficient alternative for implementing training itineraries in secondary education, which would contribute to a more complete education in line with current demands.

Keywords: Financial education. Entrepreneurship. Mathematics. High School.

LISTA DE ABREVIATURAS /SIGLAS

ABP	Aprendizagem Baseada em Projetos
BNCC	Base Nacional Comum Curricular
CEO	Chief Executive Officer (Diretor Executivo)
ENEF	Estratégia Nacional de Educação Financeira
IF	Itinerário Formativo
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estrutura do Módulo I: Oficinas sobre Educação Financeira e objetivos.....	31
Figura 2 - Os 4 pilares fundamentais para alcançar as metas financeiras.....	34
Figura 3 - Estrutura do Módulo II: Oficinas de Empreendedorismo e objetivos.....	39
Figura 4 - Estrutura do Módulo III: Oficinas de Gestão Financeira e objetivos.....	50
Figura 5 - Estrutura do Módulo IV: Culminância do Projeto e objetivos.....	53
Figura 6 - Banner de divulgação da eletiva.....	56
Figura 7 - Interação entre os alunos.....	57
Figura 8 - Apresentação dos conteúdos	57
Figura 9 - Dinâmica dos Sonhos	58
Figura 10 - Interação entre os alunos durante a Dinâmica da Torre de Papel	59
Figura 11 - Introdução sobre superendividamento.....	61
Figura 12 - Gráfico sobre endividamento.....	61
Figura 13 - Conceito planejamento financeiro.....	61
Figura 14 - Quatro pilares para planejamento.....	61
Figura 15 - Atividade projetada.....	62
Figura 16 - Respostas dos alunos na atividade sobre planejamento financeiro.....	63
Figura 17 - Dinâmica Descobrimos conceitos-chave realizada com os alunos.....	64
Figura 18 - Introdução ao conceito de ativos e passivos.....	66
Figura 19 - Situação-problema A	66
Figura 20 - Situação-problema B.....	66
Figura 21 - Resposta do grupo A.....	67
Figura 22 - Resposta do grupo B.....	67
Figura 23 - Participação dos alunos com o <i>Kahoot!</i>	68
Figura 24 - Questões iniciais para introdução do conteúdo.....	70
Figura 25 - Resolução da questão pelo aluno A.....	70
Figura 26 - Resolução da questão pelo aluno B.....	71
Figura 27 - Fórmula e Conceito de Juros Simples.....	72
Figura 28 - Fórmula e Conceito de Juros Compostos.....	72
Figura 29 - Exercício sobre Juros Simples e Compostos.....	73
Figura 30 - Exercício respondido pelo aluno A	74
Figura 31 - Problemática para início da aula.....	75
Figura 32 - Atividade Análise de persuasão - parte 1.....	78
Figura 33 - Atividade Análise de persuasão - parte 2.....	78
Figura 34 - Atividade Análise de persuasão realizada pelo aluno - parte 1.....	79
Figura 35 - Atividade Análise de persuasão realizada pelo aluno - parte 2.....	79
Figura 36 - Exemplos de empresas mundiais usadas no trabalho	82
Figura 37 - Produção de cartazes realizado pelos alunos.....	83
Figura 38 - Alunos apresentando trabalho sobre as empresas.....	84
Figura 39 - Apostila criada para organização das empresas criadas pelos alunos.....	85
Figura 40 - Divisão de atividades elencada na apostila - Grupo A.....	85
Figura 41 - Definição dos produtos que seriam vendidos - Grupo A e B.....	86
Figura 42 - Lista de Materiais necessários para produção - Grupo A e B.....	87
Figura 43 - Orçamento Inicial definido pelos alunos - Grupo A e B.....	88
Figura 44 - Slide apresentado para os alunos contendo as fórmulas trabalhadas.....	89
Figura 45 - Precificação dos produtos realizados pelo grupo A.....	90

Figura 46 - Precificação dos produtos realizados pelo grupo B.....	91
Figura 47 - A importância da criação do e-mail profissional	92
Figura 48 - Slide de explicação sobre o poder das cores.....	95
Figura 49 - Slide de explicação sobre as melhores fontes para ser usadas em um negócio.....	95
Figura 50 - Checklist entregue para um dos grupos para realização das suas atividades.....	96
Figura 51 - Interação com os alunos durante o processo de criação.....	97
Figura 52 - Apoio aos alunos durante todo o processo de criação.....	97
Figura 53 - Alunos criando seus materiais gráfico.....	98
Figura 54 - Processo de criação dos alunos durante a oficina.....	98
Figura 55 - Apoio aos alunos durante a oficina.....	98
Figura 56 - Logomarca criada pelo grupo A.....	99
Figura 57 - Logomarca criada pelo grupo B.....	99
Figura 58 - Logomarca criada pelo grupo C.....	99
Figura 59 - Logomarca criada pelo grupo D.....	99
Figura 60 - Logomarca criada pelo grupo E.....	100
Figura 61 - Logomarca criada pelo grupo F.....	100
Figura 62 - Logomarca criada pelo grupo G.....	100
Figura 63 - Rede social criada pelo grupo A.....	102
Figura 64 - Rede social criada pelo grupo B.....	102
Figura 65 - Rede social criada pelo grupo C.....	102
Figura 66 - Rede social criada pelo grupo D.....	102
Figura 67 - Rede social criada pelo grupo E.....	103
Figura 68 - Rede social criada pelo grupo F.....	103
Figura 69 - Rede social criada pelo grupo G.....	103
Figura 70 - Grupo se preparando para a próxima oficina.....	104
Figura 71 - Preparação dos alunos para a oficina de vendas.....	104
Figura 72 - Crachás disponibilizados para os alunos.....	106
Figura 73 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo A.....	107
Figura 74 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo B.....	107
Figura 75 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo C.....	107
Figura 76 - Produtos criados pelos alunos.....	108
Figura 77 - Slide de apresentação sobre os cálculos de lucro.....	111
Figura 78 - Cálculo de Lucro - Grupo A.....	112
Figura 79 - Cálculo de Lucro - Grupo B.....	113
Figura 80 - Apresentação dos alunos sobre o seu empreendimento.....	114
Figura 81 - Grupo B organizando o seu estande.....	115
Figura 82 - Grupo E organizando o seu estande.....	115
Figura 83 - Interação com os alunos durante a culminância.....	115
Figura 84 - Alunos recebendo certificados de participação da eletiva.....	116

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	Apresentação do tema.....	16
1.2	Problemática e Justificativa.....	17
1.3	Objetivos.....	18
1.3.1	Objetivo Geral.....	18
1.3.2	Objetivos específicos.....	19
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	20
2.1	Educação Financeira: Conceitos, Impactos e Importância na vida das pessoas.....	20
2.2	Empreendedorismo: Conceitos, Abordagens e Impacto no Desenvolvimento Econômico e Social.....	20
2.3	Educação Financeira e Empreendedorismo no Currículo de Matemática do Ensino Médio.....	22
2.4	A importância do planejamento do professor em sala de aula para a construção de um Itinerário Formativo (IF).....	22
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	24
3.1	Tipo de pesquisa.....	24
3.2	Local e população da pesquisa.....	25
3.3	Os instrumentos da pesquisa.....	25
3.3.1	Apresentação das oficinas realizadas.....	26
3.3.2	Descrição das oficinas apresentadas.....	30
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	56
4.1	Definição de eletiva.....	56
4.2	Análise da aplicação das oficinas realizadas.....	57
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	118
	REFERÊNCIAS.....	120

1 INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do tema

Com as recentes mudanças no sistema educacional brasileiro, instituídas na Lei n.º14.945, de 31 de julho de 2024, em um de seus artigos, o Ensino Médio passou a ser estruturado de forma a integrar a formação geral básica com os itinerários formativos. Essa estrutura assegura aos estudantes de todas as escolas do país oportunidades de construção de seus projetos de vida, com foco em um desenvolvimento integrado entre a comunidade em que vivem, a participação cidadã e pela preparação para o mundo do trabalho, considerando diferentes dimensões, como cognitiva, física e socioemocional (Brasil, 2024).

O currículo do Ensino Médio, estruturado pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), foi desenvolvido para integrar a formação geral básica aos itinerários formativos, ampliando as possibilidades de desenvolvimento dos estudantes (Brasil, 2018).

[...]O currículo do ensino médio será composto pela Base Nacional Comum Curricular e por itinerários formativos, que deverão ser organizados por meio da oferta de diferentes arranjos curriculares, conforme a relevância para o contexto local e a possibilidade dos sistemas de ensino[...] (Brasil, 2018, p.468)

Neste contexto, assuntos como Educação Financeira e Empreendedorismo vêm ganhando cada vez mais espaço. Eles podem servir como base para a que um professor possa usar para construir os itinerários formativos e, ao mesmo tempo, são peças-chave na sociedade atual, especialmente quando usados em disciplinas como a Matemática. Dessa forma, da maneira como é feita a integração também amplia a compreensão dos alunos em relação aos conteúdos matemáticos.

Seguindo essa perspectiva, a investigação realizada pela autora está dentro da área de pesquisa em Educação Matemática, especificamente na linha de investigação de Educação Financeira e Empreendedorismo, tendo como público-alvo, alunos do Ensino Médio de uma escola estadual, na cidade de Rio Tinto–PB.

Dentro dessa linha de investigação, o tema da pesquisa está focado na criação de um projeto-piloto inovador, baseado na metodologia de ensino “Aprendizagem Baseada em Projetos - ABP”, cujo objetivo é auxiliar professores do Ensino Médio na abordagem de itinerários formativos. O intuito é fornecer suporte pedagógico na preparação e condução de aulas que integrem de maneira estratégica a Educação Financeira, o Empreendedorismo e conceitos Matemáticos. Ao propor um modelo didático que combine essas áreas, a pesquisa

busca não apenas facilitar a atuação docente, mas também capacitar os estudantes para que eles fiquem preparados para enfrentar desafios profissionais na vida adulta, assim como possam se tornar empreendedores responsáveis financeiramente.

A inspiração para o seguimento desta pesquisa, surgiu durante a participação da autora em um projeto de extensão chamado “Educação Financeira da transformação ao resultado: A importância da Inteligência Financeira na vida do aluno”, no qual motivou interesse no tema e proporcionou uma experiência na prática docente durante as oficinas do projeto, dando origem ao estudo do tema para esse trabalho. Diante disto, é importante explorar como a Educação Financeira e Empreendedorismo podem ter o potencial de impactar a vida dos estudantes, e investigar como a tecnologia pode ser empregada como uma ferramenta tanto para o Empreendedorismo quanto para a Educação Financeira.

1.2 Problemática e justificativa

Atualmente, os jovens enfrentam uma exposição contínua das estratégias de marketing e publicidade nas redes sociais, um fenômeno que normaliza o consumismo em seu cotidiano. Essa influência diária das plataformas, intensifica os efeitos sobre as decisões financeiras que eles tomam, muitas vezes resultando em escolhas marcadas pela impulsividade. Além disso, essa exposição constante também cria uma pressão social para que os jovens acompanhem tendências e exibam um estilo de vida muitas vezes incompatível com sua realidade financeira. A combinação de algoritmos sofisticados, que personalizam anúncios de acordo com os interesses individuais, e a cultura de validação por meio de curtidas e comentários amplifica ainda mais essa dinâmica.

Partindo dessa perspectiva, Reis (2016) traz uma solução para contornar essa problemática, ao afirmar que a Educação Financeira é de suma importância para o indivíduo e se estende ao longo da sua vida, uma vez que as decisões financeiras feitas desde os primeiros anos afetam tanto o presente quanto o futuro. Desse modo, para o jovem, compreender esses conceitos desde o início da sua jornada, antes mesmo da vida adulta, pode ser um diferencial para que tenham um futuro promissor.

Nas últimas décadas do século XX, compreender sobre a Educação Financeira e o Empreendedorismo tornou-se extremamente relevante. Quando houve o surgimento de transformações econômicas e tecnológicas, esses temas demandaram da sociedade uma urgência na formação de indivíduos que fossem mais adaptáveis para enfrentar os desafios de

mercado globalizado, o que evidencia a importância de uma investigação aprofundada e de ter estratégias educacionais pertinentes a esse contexto (Figueiredo, 2020).

É recorrente as discussões sobre a viabilidade de ensinar a ser empreendedor. Com frequência, escutam-se pessoas afirmarem que os empreendedores nascem com essa habilidade inata, sugerindo que possuem um dom natural para empreender (De Oliveira, 2023). Entretanto, conforme as conclusões de Lopes (2010), diversos especialistas e instituições associadas ao Consórcio para a Educação Empreendedora de 2004, afirmam que a perspectiva de que a disposição e o comportamento empreendedor podem ser estimulados por meio de um processo de aprendizagem.

Nesse sentido, a adoção de programas estruturados de Educação Financeira e Empreendedorismo surge como uma medida indispensável, pois, a escola constitui um ambiente privilegiado no qual os estudantes desenvolvem tanto competências técnicas quanto capacidades práticas que os ajudarão a organizar sua vida em sociedade e, sobretudo, para refletir antes de decidir.

Nessa perspectiva, se faz necessário inserir esses assuntos no currículo do Ensino Médio, para que os alunos tenham a oportunidade de se desenvolverem, haja vista que impactam diretamente na forma de aprender e mudar a forma de pensar, assim como relata Damásio (2007). Dessa forma, ao integrar esses conceitos com disciplinas tradicionais, como Matemática, não apenas se fomenta a autonomia e a iniciativa dos estudantes, mas também se cultiva uma mentalidade inovadora fundamental para qualquer campo de atuação.

Deste modo, motivada por essas reflexões, essa pesquisa busca responder o seguinte questionamento: *Como o desenvolvimento de um projeto-piloto que integra Educação Financeira, Empreendedorismo e conceitos matemáticos pode auxiliar professores do Ensino Médio na preparação e condução de aulas em eletivas?*

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

- Desenvolver um projeto-piloto inovador para o Ensino Médio, visando preparar e capacitar os estudantes para empreender e construir um futuro profissional promissor, integrando estrategicamente o Empreendedorismo, a Educação Financeira e a Matemática.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Criar módulos específicos de ensino que possam ser incorporados ao currículo regular do Ensino Médio, abordando tópicos como planejamento financeiro, criação de negócios e aplicação prática de conceitos matemáticos em contextos empreendedores;
- Implementar atividades práticas que incentivem os estudantes a desenvolverem projetos empreendedores, proporcionando experiências valiosas para sua trajetória futura;
- Utilizar conceitos de Educação Financeira e Matemática em contextos focados para o Empreendedorismo;

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Educação Financeira: Conceitos, Impactos e Importância na vida das pessoas

A Educação Financeira vem ganhando espaço nos dias de hoje, e não é difícil entender por quê. Vivemos em um mundo globalizado, cheio de desafios econômicos, onde cada vez mais se espera que as pessoas saibam lidar com o próprio dinheiro de forma consciente e preparada.

Nesse contexto, torna-se essencial compreender o que de fato significa Educação Financeira. De acordo com a OCDE (2005), Educação Financeira é o processo pelo qual consumidores e investidores ampliam seu entendimento sobre conceitos e produtos financeiros. Na prática, isso significa que, com informação e orientação, as pessoas conseguem desenvolver habilidades e segurança para enxergar riscos e oportunidades, tomar decisões bem pensadas, buscar ajuda quando necessário e, no fim das contas, proteger melhor seu bolso e seu bem-estar (OCDE, 2005).

A definição de Educação Financeira vai muito além de saber administrar o dinheiro, mas sim à representação de um processo de aprendizagem fundamental para cada indivíduo inserido na complexidade das operações financeiras e econômicas da sociedade.

De acordo com o artigo 205 da Constituição Brasileira, a educação é um direito de todos e tem tudo a ver com o desenvolvimento pleno do cidadão e sua preparação para exercer a cidadania de forma ativa (Brasil, 1988). Deste modo, a Educação financeira emerge também como um instrumento democratizado para a população, crucial para a formação de cidadãos conscientes e responsáveis.

Assim, a melhor definição para a Educação Financeira é a de um ser uma peça chave para a formação integral do indivíduo. Ela fornece as ferramentas necessárias para compreender, gerir e participar ativamente das dinâmicas econômicas e financeiras, visando à construção de uma sociedade mais justa (Tannous, 2017).

2.2 Empreendedorismo: Conceitos, Abordagens e Impacto no Desenvolvimento Econômico e Social

Definir um conceito específico para o termo Empreendedorismo é uma tarefa um pouco complicada, uma vez que, assim como relata Verga (2014), apesar de que o campo de pesquisa em Empreendedorismo aparentemente seja novo, os pensamentos sobre o termo não são. De acordo com Bassan (*apud* Souza, 2012) nos últimos anos tem-se notado um aumento

no uso da expressão “empreendedorismo”. Dado que não existe um consenso claro sobre seu significado, é prudente investigar seus contextos histórico, político e social.

Muitos pesquisadores ao longo do tempo definem o Empreendedorismo de diversas formas. Para Barreto (1998), empreendedorismo é descrito como a capacidade de estabelecer algo partindo de recursos limitados, não associando o Empreendedorismo a uma característica ou habilidade do indivíduo, mas sim a apenas a ideia de negócio.

A partir dessa definição de Barreto, podemos afirmar que essa perspectiva dialoga diretamente com a realidade brasileira. Na maioria das vezes, a população se vê forçada a empreender para garantir a sobrevivência, tendo em vista que os recursos e as oportunidades oferecidos pelo país são limitados, o que infere em pouco capital e com desafios a serem enfrentados. Isso ressalta a importância de uma educação empreendedora como política de desenvolvimento econômico e social para melhoria da qualidade de vida.

Nessa mesma perspectiva, Fillion (1999) conceitua o Empreendedorismo de uma maneira diferente, destacando o papel do empreendedor nesse processo, considerando-o como um indivíduo que possui a habilidade de ser criativo e capaz de estabelecer e alcançar objetivos.

Nesse contexto, Baggio (2015) une o melhor dos dois conceitos e define a compreensão de Empreendedorismo como a capacidade de concretizar com criatividade e motivação. Envolve o prazer em realizar projetos pessoais ou organizacionais de forma sinérgica e inovadora, enfrentando constantemente desafios, oportunidades e riscos. Requer uma postura proativa diante das questões que necessitam de solução.

Com base nas diferentes concepções apresentadas, a definição adotada neste trabalho compreende o Empreendedorismo como um processo que integra tanto a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades com poucos recursos — como destaca Barreto (1998) — quanto a postura criativa, proativa e orientada por objetivos apontada por Fillion (1999) e Baggio (2015). Dessa forma, entende-se o Empreendedorismo não apenas como uma resposta à escassez, mas também como uma atitude transformadora diante dos desafios. Adota-se, portanto, uma visão ampliada: o Empreendedorismo é a habilidade de concretizar ideias com criatividade, propósito e resiliência, promovendo soluções inovadoras que contribuem para o desenvolvimento pessoal, social e econômico.

2.3 Educação Financeira e Empreendedorismo no Currículo de Matemática do Ensino Médio

Saber lidar com dinheiro e ter iniciativa para criar algo novo podem mudar a vida das pessoas para melhor. Por isso, faz todo sentido levar esses temas para dentro da escola — afinal, é lá que se planta a semente para uma sociedade mais equilibrada.

Inserir Educação Financeira e Empreendedorismo no currículo do Ensino Médio é algo que vários países, inclusive o Brasil, têm colocado em pauta. Para Rocha (2021), essa mudança tem um motivo claro: preparar os estudantes para lidar com o dinheiro e despertar neles um espírito empreendedor.

Nos últimos anos, o Brasil tem buscado formas de integrar Educação Financeira e Empreendedorismo ao cotidiano das escolas, um esforço que ganhou impulso com a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), instituída em 2010 pelo Decreto n. 7.397 (Brasil, 2010). Esse movimento não surge isolado: reflete preocupações que ecoam além das nossas fronteiras, como as apontadas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), que desde 2005 reconhece o papel desses temas no fortalecimento socioeconômico (OCDE, 2005). A partir da ENEF, o ensino sobre o uso consciente do dinheiro começou a se enraizar, especialmente entre os jovens, com um programa lançado em 2011 para o Ensino Médio que buscava prepará-los para escolhas financeiras sólidas (Brasil, 2011). Para Da Silva Assis e Giordano (2019), esse caminho vai além do indivíduo: é uma aposta em uma sociedade mais responsável e atuante.

Além disso, a BNCC reconhece a importância da Educação Financeira e do Empreendedorismo como temas transversais, que devem permear os diferentes componentes curriculares. Nesse sentido, a Matemática, por sua capacidade de desenvolver o raciocínio lógico e quantitativo, apresenta-se como um campo privilegiado para a abordagem desses temas (BNCC, 2018).

Em resumo, a introdução da Educação Financeira e do Empreendedorismo no currículo da Matemática não só reflete uma resposta às necessidades da sociedade atual, mas também representa um investimento no futuro dos jovens.

2.4 A importância do planejamento do professor em sala de aula para a construção de um Itinerário Formativo (IF)

Partindo das definições apresentados nos tópicos anteriores, fica evidente que a inserção desses conceitos sobre Educação Financeira e Empreendedorismo no contexto da

disciplina de Matemática demanda um planejamento estratégico por parte dos professores. Nessa perspectiva, a Base Nacional Comum Curricular (BNCC), estabelece as diretrizes para implementação desses temas.

O Ensino Médio, conforme estruturado pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC), ganha contornos que equilibram o essencial e o particular. Em vez de se limitar a um conjunto fixo de conteúdos, ele se divide entre a formação geral básica, que assegura uma base comum a todos os estudantes, e os itinerários formativos, que se moldam às escolhas e aos contextos de cada aluno (Brasil, 2018). Essa configuração não só reflete uma resposta às necessidades diversas dos jovens, mas também permite que áreas como Educação Financeira e Empreendedorismo se entrelaçam à Matemática, criando um aprendizado mais próximo da realidade atual.

Os itinerários, nesse cenário, surgem como um mecanismo que dá fôlego novo ao currículo. Mais do que uma lista de disciplinas, eles se organizam por áreas do saber, trajetórias técnicas ou projetos que cruzam fronteiras entre os conteúdos, colocando os estudantes como protagonistas de suas próprias trajetórias. Isso, porém, exige dos professores um esforço bem planejado, que combine métodos dinâmicos, ferramentas digitais e formas de avaliar que realmente capturem o desenvolvimento de habilidades práticas para o século XXI (Brasil, 2018).

Dada a complexidade da implementação dos itinerários formativos, o planejamento pedagógico assume um papel central nessa construção, tendo em vista que esses itinerários formativos devem favorecer o protagonismo dos estudantes, os professores e gestores devem estruturar um currículo que dialogue com essa narrativa. Dessa forma, os professores precisam se planejar para inserir tais temas no currículo de Matemática, explorando os itinerários formativos que contemplem a Matemática e suas tecnologias.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste item, será apresentado o tipo da pesquisa e sua classificação, o local e população estudada, além dos instrumentos utilizados.

3.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa que propomos neste projeto tem como objetivo geral desenvolver um projeto-piloto inovador para o Ensino Médio, visando preparar e capacitar os estudantes para empreender e construir um futuro profissional promissor, integrando estrategicamente o Empreendedorismo, a Educação Financeira e a Matemática. Dessa forma, por meio dessa pesquisa, será possível ampliar as perspectivas dos estudantes do Ensino Médio, mostrando a importância da Educação Financeira e do Empreendedorismo como uma porta para o futuro.

Uma pesquisa pode ser classificada segundo a natureza da abordagem do objeto a ser pesquisado, quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos técnicos de investigação. Dessa forma a pesquisa qualitativa norteia esse trabalho, uma vez que segundo Ferreira (2015) existem três momentos importantes que devem ser considerados quando se opta por esta abordagem qualitativa: a) a fase de exploração da pesquisa; b) a fase da investigação; c) a análise dos resultados e elaboração do texto final, bases fundamentais para esta pesquisa.

A metodologia empregada para embasar esta pesquisa será de cunho exploratória. Por meio dela, busca-se obter uma maior familiaridade com o tema abordado. Considerando a natureza exploratória do presente estudo, que busca compreender a introdução da Educação Financeira e do Empreendedorismo no Ensino Médio, optou-se pela abordagem de estudo de caso. Conforme sugerido por Gil (2002, p. 41), a pesquisa exploratória assume frequentemente a forma de estudo de caso, permitindo uma análise detalhada de um contexto específico.

Devido à natureza do estudo de caso, assim como relata Gil (2002, p. 141), “os dados podem ser obtidos mediante análise de documentos, entrevistas, depoimentos pessoais, observação espontânea, observação participante, questionário e análise de artefatos físicos”. Dessa maneira, essa proposta que integra de forma estratégica o Empreendedorismo, a Educação Financeira e a Matemática, pretende compreender como essas áreas podem ser trabalhadas de maneira interligada em sala de aula, quais metodologias e estratégias podem ser adotadas para potencializar a aprendizagem em apoio ao docente e quais são as percepções e habilidades dos alunos em relação ao mundo dos negócios e à gestão financeira.

3.2 Local e população da pesquisa

Para a realização deste projeto-piloto, foi conduzida uma pesquisa na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Frederico Lundgren, localizada na cidade de Rio Tinto–PB. A pesquisa envolveu turmas do Ensino Médio, abrangendo os 1º, 2º e 3º anos, nas turmas A, B e C, cujos alunos possuem faixa etária entre 15 e 18 anos.

A implementação do projeto ocorreu dentro da eletiva “Enriquecendo seu futuro — Da sala de aula ao sucesso”, em duas turmas específicas, sendo 21 alunos no turno da tarde e 28 no turno da manhã. O contato inicial com a escola se deu por meio de uma professora efetiva da instituição, que identificou a necessidade de introduzir uma eletiva voltada para o desenvolvimento dos estudantes. A partir dessa demanda, foi possível viabilizar a aplicação deste projeto-piloto, proporcionando uma experiência inovadora para os alunos envolvidos.

3.3 Os instrumentos da pesquisa

Foram realizadas treze oficinas pedagógicas, desenvolvidas pela autora, integrando conceitos de Educação Financeira, Matemática e Empreendedorismo. Essas oficinas foram estruturadas com conteúdos programáticos divididos em quatro módulos, organizados de forma a proporcionar uma sequência pedagógica. Deste modo, possibilitando aos alunos desenvolverem a Educação Financeira, compreenderem conceitos matemáticos importantes para a vida pessoal e profissional e, ao final do processo, adquirirem conhecimentos necessários para a criação e gestão do próprio negócio.

A coleta de dados ocorreu por meio da aplicação do projeto-piloto durante as oficinas, abrangendo as turmas da manhã e da tarde da eletiva. O projeto-piloto, idealizado e implementado, permitiu não apenas a obtenção de dados relevantes, mas também a identificação de sucessos e áreas de melhoria, contribuindo significativamente para o aprimoramento das estratégias de ensino e aprendizagem no contexto da Educação Financeira e do Empreendedorismo.

Essa estruturação do projeto-piloto, da maneira como as oficinas foram dadas, com atividades práticas, simulações e discussões, permitiu a compreensão aprofundada da realidade social dos alunos, principalmente no que diz respeito às suas perspectivas de vida e planos.

3.3.1 Apresentação das oficinas realizadas

Neste tópico será apresentada a organização realizada para a criação das oficinas que foram realizadas.

Considerando que este projeto-piloto foi desenvolvido para poder ser aplicado em eletivas do Ensino Médio, sua estrutura curricular baseou-se na prática pedagógica de ensino chamada “Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP)”, que consistem em,

[...] uma metodologia que envolve a realização de projetos reais ou simulados pelos estudantes. Os alunos trabalham em equipes para resolver problemas, desenvolvendo habilidades práticas e colaborativas enquanto aplicam os conhecimentos teóricos adquiridos [...] (Oliveira *et al.*, 2020)

Essa abordagem foi escolhida devido à sua capacidade de ser aplicada no Ensino Médio, trazendo benefícios para os alunos, uma vez que promove a aprendizagem por meio da realização de projetos práticos e realistas, explorando temas interdisciplinares. Além disso, permite que os alunos façam conexões entre o conhecimento adquirido em várias áreas, com resolução de problemas envolventes e motivadoras (Oliveira *et al.*, 2020). Dessa forma, busca-se estimular o ensino de conteúdos por meio da colaboração, incentivando os alunos a aprenderem de forma ativa, trabalharem em equipe e desenvolverem habilidades colaborativas (Bender, 2014).

Com essa perspectiva, as oficinas foram organizadas em quatro módulos temáticos, visando proporcionar um aprendizado progressivo e interdisciplinar, conforme ser observado na tabela abaixo:

Tabela 1 - Organização dos Módulos, Oficinas e Habilidades da BNCC no Projeto-Piloto de Educação Financeira e Empreendedorismo Integrado à Matemática

-	Topicalização	Carga Horária	Habilidades da BNCC
Módulo I	Oficina I — Aula Inaugural	2h/aula	(EF01GE04) Discutir e elaborar, coletivamente, regras de convívio em diferentes espaços (sala de aula, escola etc.). (EF15LP13) Identificar finalidades da interação oral em diferentes contextos comunicativos (solicitar informações, apresentar opiniões, informar, relatar experiências etc.).
	Oficina II — O que é Educação Financeira?	2h/aula	(EM13MAT101) Interpretar criticamente situações econômicas, sociais e fatos relativos às Ciências da Natureza que envolvam a variação de grandezas, pela análise dos gráficos das funções representadas e das taxas

			de variação, com ou sem apoio de tecnologias digitais.
	Oficina III — Ativos e Passivos	2h/aula	(EM13MAT101) Interpretar criticamente situações econômicas, sociais e fatos relativos às Ciências da Natureza que envolvam a variação de grandezas, pela análise dos gráficos das funções representadas e das taxas de variação, com ou sem apoio de tecnologias digitais. (EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
	Oficina IV — O valor do dinheiro no tempo	2h/aula	(EM13MAT303) Interpretar e comparar situações que envolvam juros simples com as que envolvem juros compostos, por meio de representações gráficas ou análise de planilhas, destacando o crescimento linear ou exponencial de cada caso. (EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
	Oficina V — Curtidas x Custos: O impacto das redes sociais no seu bolso: Aprendendo a consumir conscientemente.	2h/aula	(EM13MAT101) Interpretar criticamente situações econômicas, sociais e fatos relativos às Ciências da Natureza que envolvam a variação de grandezas, pela análise dos gráficos das funções representadas e das taxas de variação, com ou sem apoio de tecnologias digitais. (EM13CHS303) Debater e avaliar o papel da indústria cultural e das culturas de massa no estímulo ao consumismo, seus impactos econômicos e socioambientais, com vistas à percepção crítica das necessidades criadas pelo consumo e à adoção de hábitos sustentáveis.
Módulo II	Oficina VI — Empreendedorismo para jovens do Ensino Médio	6h/aula	(EM13MAT102) Analisar tabelas, gráficos e amostras de pesquisas estatísticas apresentadas em relatórios divulgados por diferentes meios de comunicação, identificando, quando for o caso, inadequações que possam induzir a erros de interpretação, como escalas e amostras não apropriadas.
	Oficina VII — Precificação e análise de custos	2h/aula	(EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
	Oficina VIII — Criação de e-mail profissional e organização inicial do pequeno negócio.	2h/aula	(EM13LGG703) Utilizar diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais em processos de produção coletiva, colaborativa e projetos autorais em ambientes digitais.

	Oficina IX — <i>Canva</i> : Ferramenta para impulsionar seu negócio	2h/aula	(EM13LGG703) Utilizar diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais em processos de produção coletiva, colaborativa e projetos autorais em ambientes digitais. (EM13LGG702) Avaliar o impacto das tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) na formação do sujeito e em suas práticas sociais, para fazer uso crítico dessa mídia em práticas de seleção, compreensão e produção de discursos em ambiente digital.
	Oficina X — Promoção e divulgação com baixo orçamento	2h/aula	(EM13LGG703) Utilizar diferentes linguagens, mídias e ferramentas digitais em processos de produção coletiva, colaborativa e projetos autorais em ambientes digitais.
	Oficina XI — Produção e venda de produtos artesanais	2h/aula	(EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
Módulo III	Oficina XII — Organização financeira para pequenos negócios.	2h/aula	(EM13MAT101) Interpretar criticamente situações econômicas, sociais e fatos relativos às Ciências da Natureza que envolvam a variação de grandezas, pela análise dos gráficos das funções representadas e das taxas de variação, com ou sem apoio de tecnologias digitais.
	Oficina XIII — Gestão de vendas e análise de lucro	2h/aula	(EM13MAT101) Interpretar criticamente situações econômicas, sociais e fatos relativos às Ciências da Natureza que envolvam a variação de grandezas, pela análise dos gráficos das funções representadas e das taxas de variação, com ou sem apoio de tecnologias digitais. (EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
Módulo IV	Culminância do projeto	4h/aula	(EM13MAT203) Aplicar conceitos matemáticos no planejamento, na execução e na análise de ações envolvendo a utilização de aplicativos e a criação de planilhas (para o controle de orçamento familiar, simuladores de cálculos de juros simples e compostos, entre outros), para tomar decisões.
Total		34h/aula	

Fonte: Autoria própria, 2025.

Estrutura e Desenvolvimento das Oficinas Pedagógicas

Esta seção apresenta a organização das oficinas pedagógicas, detalhando os módulos que compõem a eletiva e os objetivos de cada um.

Módulo I — Educação Financeira: Compreende as oficinas I a V, abordando conceitos fundamentais para a alfabetização financeira dos estudantes. Neste módulo, os alunos são introduzidos aos princípios básicos da Educação Financeira, passando pelo entendimento de ativos e passivos, até a valorização do dinheiro no tempo e o impacto do consumo nas finanças pessoais. As oficinas incluídas neste módulo são:

- **Oficina I** — Aula inaugural: Integração entre professor e alunos, promovendo acolhimento e introdução aos temas da eletiva.
- **Oficina II** — O que é Educação Financeira? Introdução ao conceito de Educação Financeira e os Pilares do Planejamento.
- **Oficina III** — Ativos e Passivos: Compreensão dos conceitos de ativos e passivos, diferenciando-os e analisando seu impacto na vida financeira.
- **Oficina IV** — O valor do dinheiro no tempo: Reflexão sobre o impacto do tempo nas decisões financeiras e na valorização do dinheiro.
- **Oficina V** — Curtidas x Custos: O impacto das redes sociais no orçamento pessoal e o desenvolvimento do consumo consciente.

Módulo II — Empreendedorismo: Composto pelas oficinas VI a X, este módulo foca no desenvolvimento da visão empreendedora, fornecendo ferramentas e conhecimentos para que os alunos possam estruturar e impulsionar seus próprios negócios. A abordagem inclui desde a concepção da ideia empreendedora até a produção e comercialização de produtos. As oficinas deste módulo são:

- **Oficina VI** - Empreendedorismo para jovens do Ensino Médio: Desenvolvimento de habilidades empreendedoras e estruturação de pequenos negócios.
- **Oficina VII** — Precificação e análise de custos: Desenvolvimento da capacidade de estipular preços adequados e analisar custos.
- **Oficina VIII** — Criação de E-mail Profissional e Organização Inicial do Negócio.

- **Oficina IX** — *Canva*: Ferramenta com estratégias visuais para impulsionar seu pequeno negócio.
- **Oficina X** — Promoção e divulgação com baixo orçamento: Estratégias acessíveis para divulgação de produtos e serviços.
- **Oficina XI** — Produção e venda de produtos artesanais: Vivência prática dos conceitos aprendidos.

Módulo III — Gestão Financeira: Composto pelas oficinas XII e XIII, este módulo aprofunda o conhecimento sobre gestão financeira, com foco na administração de recursos, promoção e análise de lucro. As oficinas deste módulo são:

- **Oficina XII** — Organização financeira para pequenos negócios: Estratégias para controle de receitas e despesas e boas práticas para manter a saúde financeira de um pequeno negócio.
- **Oficina XIII** — Gestão de vendas e análise de lucro: Compreensão de indicadores de desempenho e análise da lucratividade.

Módulo IV — Culminância: Representado pela Culminância da Eletiva, este módulo encerra o projeto, proporcionando um momento de socialização das experiências e resultados obtidos ao longo da eletiva. A oficina final é:

- **Culminância do Projeto** — Apresentação dos projetos desenvolvidos pelos alunos, compartilhamento de aprendizados e reflexões sobre o processo.

A divisão do projeto foi planejada para garantir que o aprendizado aconteça gradualmente, permitindo que os estudantes compreendam os conteúdos de maneira significativa e possam utilizá-los em seu dia a dia.

3.3.2 Descrição das oficinas apresentadas

Neste tópico, serão descritas de maneira mais detalhada a estrutura para cada oficina.

Início do módulo I

Para uma melhor visualização e entendimento das oficinas do Módulo I, a Figura 1 traz uma representação esquemática e detalhada das cinco oficinas que o compõem. Nela,

estão organizados os objetivos específicos de cada encontro, os conteúdos abordados e as principais atividades desenvolvidas, de forma clara e direta, podendo ser observada a progressão pedagógica proposta.

Figura 1 - Estrutura do Módulo I: Oficinas sobre Educação Financeira e objetivos



Fonte: Autoria própria, 2025.

O módulo inicia-se com a Oficina I, de caráter inaugural, cujo objetivo é promover a integração entre os alunos e compreender suas expectativas, por meio de dinâmicas como “Conhecendo a dupla” e “Torre de papel”. Em seguida, a Oficina II introduz conceitos fundamentais da Educação Financeira, como superendividamento, planejamento e uso consciente do dinheiro, utilizando a atividade de construção de planejamento financeiro. A Oficina III foca na distinção entre ativos e passivos, promovendo a análise crítica com uso de resolução de problemas e ferramentas digitais como o *Kahoot*. A quarta oficina aborda o valor do dinheiro no tempo, ensinando conceitos de juros simples e compostos com base em fundamentos de Matemática Financeira. Por fim, a Oficina V trata do impacto das redes sociais nos hábitos de consumo, incentivando o pensamento crítico com a atividade de análise de persuasão digital.

Oficina I - Inaugural

A Oficina inaugural foi criada como a primeira etapa de um conjunto de oficinas voltadas à Educação Financeira, ao Empreendedorismo e à Matemática, sendo fundamental para criar um ambiente de acolhimento, interação e engajamento entre os participantes. Para Freire (1983, p.45), é de suma importância promover uma metodologia dialógica que leve o aluno a se descobrir como ser pensante, refletindo e problematizando sobre a realidade qual estava inserido e seu contexto social. Assim, a proposta da oficina inaugural foi promover um espaço de troca de experiências e estimulação do pensamento.

Sendo assim, a oficina inaugural tem como principais objetivos conhecer os alunos, entendendo melhor as suas expectativas e perspectivas em relação a eletiva, além de introduzir de forma instigante os temas principais das oficinas subsequentes. Dessa maneira, a oficina não somente apresentou os conteúdos que seriam trabalhados, mas também buscou despertar o interesse sobre a importância da Educação Financeira e do Empreendedorismo na vida cotidiana.

A metodologia utilizada baseou-se em dinâmicas interativas para promover a socialização e o trabalho em equipe somado ao pensamento estratégico. A primeira atividade é a dinâmica “Conhecendo a dupla”. A atividade consiste em dividir os alunos em duplas para conversarem entre si por aproximadamente 5 minutos. Após esse tempo, cada aluno apresenta sua dupla para a turma. Essa dinâmica permite que os alunos se apresentem uns aos outros, estimulando a comunicação e criando um ambiente mais acolhedor.

A segunda dinâmica, intitulada “Sonhos”, começa com uma conversa inicial com a turma, onde os alunos são convidados a compartilhar suas perspectivas e aspirações para o futuro. Após essa conversa, o professor solicita que cada aluno escreva em um papel um sonho. Em seguida, é aberto um espaço para que aqueles que desejarem compartilhem suas respostas com a turma.

Por fim, para finalização da oficina, deve ser realizada a terceira dinâmica, chamada “Torre de Papel”, o objetivo dela é fazer com que os alunos se dividam em grupos para construir uma torre de papel, sem o uso de cola ou qualquer outro objeto além do papel. A equipe que construir a torre mais alta e estável vence o desafio. A ideia dessa dinâmica é estimular o trabalho em grupo, a lógica e a resolução de problemas, é de suma importância para a preparação dos alunos para futuras interações.

Oficina II - O que é Educação Financeira?

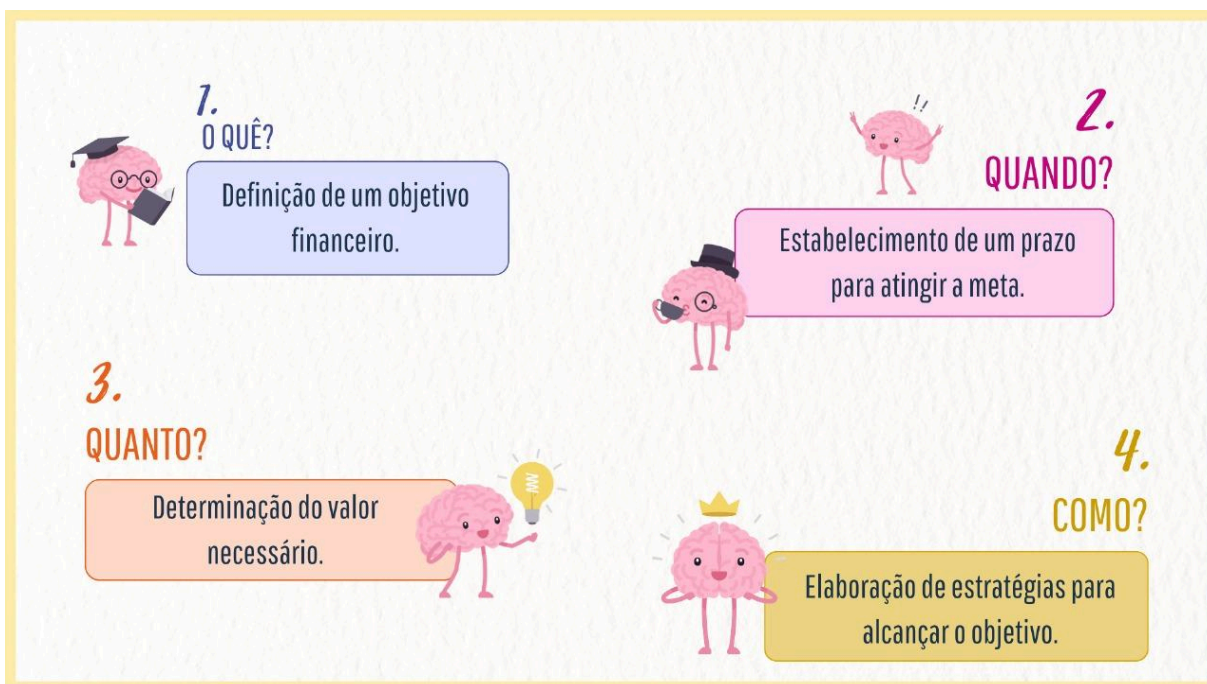
Após a aula inaugural, a Oficina II – Educação Financeira e Planejamento, é uma das primeiras etapas de um conjunto de oficinas do projeto-piloto, sendo marcada como a etapa inicial para a introdução dos conceitos teóricos que serão trabalhados. Essa oficina desempenha um papel fundamental na introdução da Educação financeira, auxiliando os participantes a compreenderem a importância do planejamento, da organização e do uso consciente do dinheiro. Segundo a ENEF (2020), a Educação financeira deve ser tratada como um processo contínuo, contribuído para o fortalecimento da cidadania ao fornecer e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais autônomas e conscientes. Assim, a oficina busca apresentar conceitos importantes para os participantes compreenderem a importância do planejamento e da organização financeira no cotidiano.

A proposta da oficina está ancorada em três eixos centrais: a conscientização sobre o superendividamento, a compreensão dos princípios do planejamento financeiro e a aplicação prática desses conceitos na definição de metas e objetivos financeiros. Dessa forma, a oficina apresenta a Educação Financeira como tema central e provoca os participantes a repensarem o peso do consumo e das dívidas em suas vidas, buscando um equilíbrio que vá além dos números. Isso é essencial desde o início, já que, como apontam Fernandes e Cândido (2014), os jovens, cercados por uma cultura de gastos e sem uma base sólida nas escolas, muitas vezes chegam à vida adulta sem saber lidar com o dinheiro.

A Aprendizagem Baseada em Projetos (ABP) norteia cada oficina desenvolvida, orientando a construção do conhecimento por meio de situações-problema concretas e significativas. Nesta oficina, inicialmente, serão apresentados os fundamentos da Educação Financeira, por meio de uma abordagem que articula conceitos introdutórios do conteúdo e aspectos comportamentais de consumo. Em seguida, será introduzido o conceito de superendividamento, acompanhado da análise de suas principais causas e impactos, destacando a importância do planejamento financeiro como ferramenta para evitar problemas futuros.

Dando continuidade, a oficina aprofunda o conceito de planejamento financeiro por meio da análise de quatro pilares fundamentais, os quais possibilitam aos alunos compreenderem a presença da Educação Financeira no cotidiano. Dessa forma, diante de um objetivo de vida estabelecido, os alunos poderão utilizar esses pilares para direcionar seus objetivos para concretização de sonhos, conforme pode ser observado na Figura 2.

Figura 2 - Os 4 pilares fundamentais para alcançar as metas financeiras



Fonte: Autoria própria, 2025.

Após a introdução desses conceitos, uma das ideias principais da oficina é entender melhor um pouco da perspectiva de vida dos alunos. Dessa forma, na oficina, deve ser trabalhada a atividade prática na qual permita que os alunos utilizem esses pilares para elaborar um planejamento financeiro pessoal baseado em metas reais. Essa atividade incentiva a reflexão sobre hábitos de consumo, priorização de gastos e a importância do planejamento financeiro na concretização de objetivos.

Para reforçar o aprendizado e revisar conceitos aprendidos durante a aula, deve ser realizada a dinâmica interativa “Descobrimos conceitos-chave”, na qual os alunos recebiam pistas sobre conceitos financeiros e precisavam adivinhar a palavra correta, formando-a com letras embaralhadas.

A Oficina II, ao estabelecer a base para um entendimento sólido sobre planejamento financeiro, se configura como um ponto de partida essencial para o progresso do projeto. Os conceitos abordados servirão de alicerce para oficinas futuras que aprofundarão temas como ativo e passivo, consumo consciente, dentre outras, conforme foi mencionado anteriormente na tabela, p.26

Dessa forma, o aprendizado nesta etapa possibilita um avanço gradual, destacando a importância da Educação Financeira como um diferencial. Ao compreenderem melhor como

planejar e administrar seus recursos, os alunos desenvolvem habilidades que promovem autonomia, segurança e tomadas de decisão mais responsáveis, impactando positivamente seu futuro financeiro e pessoal.

Oficina III -- Ativos e Passivos

A oficina III sobre ativos e passivos foi inserida de forma estratégica nessas fases iniciais do projeto-piloto devido a sua interligação com os conceitos trabalhados na oficina II visando a progressão do aprendizado. A Educação Financeira ensina como administrar o dinheiro e construir hábitos de consumo consciente, já o estudo dos ativos e passivos permite identificar, classificar e gerenciar as finanças pessoais. Kiyosaki (1997), em um dos seus livros mais famosos, “Pai Rico, Pai Pobre”, utiliza uma linguagem de fácil entendimento para trabalhar com jovens e de boa compreensão ao afirmar que ativo é “algo que põe dinheiro no bolso”, enquanto passivo é “algo que tira dinheiro do bolso” (Kiyosaki; Lechter, 2000).

Sendo assim, nessa oficina, os objetivos centrais incluem não só a identificação dos elementos que compõem ativos (itens que geram renda) e passivos (itens que geram despesas), mas também a capacidade de analisar, a partir de situações-problema e exemplos cotidianos.

A metodologia adotada privilegia uma abordagem ativa e baseada no diálogo com os alunos, nos quais são convidados a participar de debates, classificações de bens e resolução de desafios interativos – como o uso de *quizzes* via plataformas digitais, a exemplo do *Kahoot*¹ – que estimulam a integração entre teoria e prática.

A estrutura da aula deve ser iniciada com os alunos sendo convidados a refletirem, por meio da seguinte afirmativa: “Os ricos ficam mais ricos e os pobres ficam mais pobres”, servindo para instigar o debate sobre desigualdade e hábitos financeiros. Em seguida, o conceito teórico de ativos e passivos deve ser trazido para os alunos, de forma que após a introdução desses conceitos, os alunos passaram a participar de atividades colaborativas e interativas, o que ajudou a fixar e aprofundar o aprendizado.

Essa organização sequencial estabelece uma base sólida para as próximas oficinas do projeto, garantindo uma aprendizagem estruturada e contínua. Esse processo permite que os alunos avancem com maior segurança e preparo, construindo uma base consistente que facilitará o entendimento e a utilização dos aprendizados ao longo do projeto-piloto.

¹ Kahoot!. Disponível em: <https://kahoot.com>. Acesso em: 04 de março de 2025.

Oficina IV — O valor do dinheiro no tempo

A Oficina IV – O valor do dinheiro no tempo, faz parte de um conjunto de oficinas do Módulo I, voltadas a educar os alunos financeiramente. Ela foi criada com o objetivo de ajudá-los a compreender conceitos básicos de matemática financeira, preparando-os para entender como o dinheiro funciona ao longo do tempo. O foco está em mostrar que o valor do dinheiro não é fixo: ele pode crescer com investimentos e juros ou encolher devido à inflação, por exemplo. Mais do que isso, a oficina quer que os alunos percebam como esses conceitos aparecem no dia a dia, apresentando ideias como capital, montante e taxa de juros, explicando a diferença entre juros simples e compostos e mostrando como fazer cálculos financeiros simples com exemplos práticos e situações reais.

A Oficina IV ocupa uma posição estratégica na continuidade das oficinas do projeto-piloto, ao proporcionar a base necessária para que os alunos aprendam a fazer cálculos de juros. A abordagem adotada na oficina busca conectar a teoria matemática a aplicações práticas do cotidiano dos alunos. Para engajar os participantes, a aula deve iniciar com um questionamento: “Vale mais a pena receber um valor maior no futuro ou ter o dinheiro agora?”. Esse tipo de problematização estimula o pensamento crítico e favorece o diálogo, conforme proposto por Freire (1987), em que os alunos constroem ativamente o conhecimento a partir da reflexão sobre sua própria realidade.

No decorrer da oficina, foram introduzidos conceitos da Matemática Financeira, como capital, juros simples, juros compostos, montante e taxa de juros, utilizando exemplos do dia a dia, como financiamentos, investimentos e descontos em compras, os quais são problemas financeiros comuns no dia a dia de qualquer pessoa.

A aplicação prática deve ser um dos pilares da oficina, com exercícios que exigirão a conversão entre diferentes representações de porcentagem (percentual, fracionária e decimal), além do cálculo de juros em diversas situações. Dificuldades específicas observadas em relação à compreensão da porcentagem foram abordadas com estratégias diferenciadas, reforçando explicações e promovendo exercícios complementares. Dessa forma, a Oficina IV — cumpre um papel importantíssimo no Módulo I, ao proporcionar aos alunos conhecimento técnico sobre os fundamentos da matemática financeira, assim como fornecer o estímulo ao pensamento crítico e o raciocínio matemático aplicado às finanças.

Oficina V — Curtidas x Custos: O impacto das redes Sociais no seu bolso: aprendendo a consumir conscientemente

A Oficina V — Curtidas x Custos faz parte do fechamento das oficinas planejadas para o Módulo I. Esse módulo tem como objetivo proporcionar aos alunos um olhar crítico sobre suas decisões financeiras e capacitá-los na compreensão dos fatores que influenciam seu comportamento de consumo. Nesta etapa, os alunos se deparam com o impacto das redes sociais sobre nossas escolhas de compra, auxiliando os alunos a perceberem como o marketing digital pode alimentar o consumismo. Ao falar sobre o papel da internet e do uso de cartões de crédito, a atividade busca incentivar um jeito mais consciente e responsável de consumir.

A intersecção entre tecnologia e comportamento financeiro emerge como um campo crítico na formação de indivíduos conscientes em um mundo cada vez mais digitalizado. Nesse contexto, essa oficina assume relevância ao explorar como o ambiente *on-line* — exemplificado por plataformas como o *Instagram*² — influencia decisões de consumo, indo além dos cálculos introduzidos na Oficina IV sobre matemática financeira. Ao investigar os gatilhos psicológicos que direcionam os gastos, como a exposição constante a estímulos de compra nas redes sociais, a oficina capacita os alunos a desenvolver uma perspectiva crítica sobre suas escolhas financeiras. Essa abordagem amplia a compreensão crítica das relações entre finanças pessoais e o uso de tecnologias digitais, ao mesmo tempo em que introduz os fundamentos necessários para o Módulo II, dedicado ao Empreendedorismo. Nesse próximo momento formativo, os participantes serão estimulados a transformar o conhecimento adquirido em estratégias aplicáveis à criação e gestão de iniciativas empreendedoras.

A abordagem metodológica promoveu debates e reflexões a partir de situações reais. A oficina se inicia com uma problematização instigante: “Quem aqui já sentiu vontade de comprar algo após ver nas redes sociais?”, permitindo que os alunos identifiquem sua própria relação com o consumismo. A utilização de exemplos cotidianos, como compras por influência de influenciadores digitais ou promoções estratégicas, estimula o pensamento crítico e favorece o engajamento na atividade.

No decorrer da oficina, são abordados conceitos centrais do consumo e do marketing digital, especialmente no que diz respeito ao papel dos influenciadores digitais e os gatilhos psicológicos que estimulam o consumismo, assim como à influência das redes sociais —

² Instagram é uma rede social voltada para o compartilhamento de imagens e vídeos, amplamente utilizada para estratégias de marketing digital e vendas online (Silva e Sousa Júnior, 2021).

exemplo do Instagram — induzem em decisões financeiras. Além disso, são discutidos os riscos do uso sem limites do cartão de crédito, que pode incentivar compras por impulso, tendo em vista que o cartão de crédito dá a falsa sensação de ter dinheiro, e levar ao endividamento. Os alunos são incentivados a refletir sobre suas próprias experiências, relacionando o tema aos princípios da Educação Financeira.

Na parte prática da Oficina V, os alunos são estimulados a exercer ativamente os conhecimentos adquiridos. Eles são convidados a analisar influenciadores digitais ou lojas online, buscando identificar as táticas utilizadas para persuadir os consumidores, como o senso de urgência e os descontos estratégicos. Essa atividade contribui para o desenvolvimento de uma percepção mais crítica e apurada sobre o funcionamento do comércio digital. Como observa Sampaio (2016), as empresas utilizam as redes sociais como ferramentas poderosas para atrair clientes, recorrendo a técnicas de marketing digital que influenciam diretamente as decisões de compra.

Com isso, a Oficina V se torna uma peça-chave do Módulo I, indo além dos cálculos financeiros e trazendo uma reflexão mais ampla sobre o que nos leva a consumir. Ela considera os fatores psicológicos e sociais que moldam nossas escolhas com o dinheiro.

Início do módulo II

Nessa etapa é dado início ao Módulo II, que aborda o tema do Empreendedorismo, com foco no desenvolvimento de competências empreendedoras entre os alunos do Ensino Médio. A Figura 3 apresenta de forma esquemática as oficinas que compõem esse módulo, destacando os objetivos pedagógicos e as atividades práticas de cada uma.

Figura 3 - Estrutura do Módulo II: Oficinas de Empreendedorismo e objetivos



Fonte: Autoria própria, 2025.

A sequência inicia-se com a Oficina VI, que introduz o conceito de empreendedorismo e a análise de casos reais; segue com a Oficina VII, voltada ao cálculo de precificação e análise de custos; e prossegue com a criação de identidade digital (Oficina VIII), elaboração de materiais gráficos no Canva (Oficina IX) e estratégias de divulgação com baixo orçamento (Oficina X). O módulo se encerra com a Oficina XI, que proporciona uma vivência prática de comercialização, conectando os conteúdos trabalhados com a realidade do mercado.

Oficina VI – Empreendedorismo para jovens do Ensino Médio

Oficina VI – Empreendedorismo para jovens do Ensino Médio marca o início do segundo módulo das oficinas planejadas para o projeto-piloto. Nesta etapa, os estudantes já terão adquirido uma base sobre Educação Financeira, consolidada em etapas anteriores com o domínio de conceitos como ativos, passivos, cálculo de juros e o papel das redes sociais na dinâmica do consumo, constituindo o fundamento para uma transição significativa nesta fase do estudo. Neste ponto, a Oficina VI emerge como um espaço de exploração do Empreendedorismo, onde os estudantes são instigados a analisar oportunidades de mercado

— como a comercialização de produtos artesanais via plataformas digitais — e a estruturar propostas que aliam criatividade à viabilidade econômica. Longe de se limitar à assimilação passiva de princípios gerenciais, a abordagem propicia o desenvolvimento de uma postura crítica e ativa, capacitando os participantes a integrar o conhecimento prévio sobre finanças pessoais e tecnologia na gestão de iniciativas empreendedoras de pequeno porte.

A oficina foi elaborada dentro de um planejamento mais amplo que visa proporcionar aos alunos adquirirem a autonomia financeira e a mentalidade empreendedora. Inserida como a sexta etapa do projeto, a escolha da sua posição na sequência de oficinas justifica-se pela necessidade de consolidar conhecimentos prévios sobre organização financeira e gestão antes de aprofundar conceitos mais aplicados ao Empreendedorismo. A estruturação sequencial das oficinas permite um aprendizado progressivo, assegurando que os alunos construam uma base sólida antes de serem desafiados a desenvolver suas próprias ideias de negócio.

A metodologia adotada baseia-se em uma abordagem ativa e participativa, na qual os alunos são incentivados a interagir, refletir criticamente e utilizar os conceitos discutidos por meio de atividades práticas. O ensino deve ser dividido em três momentos principais:

1. **Introdução Conceitual:** A primeira aula tem como objetivo contextualizar o tema, explorando casos reais de empresas de renome mundial, como Apple, Amazon, Cacau Show, Havaianas e Nike. Os alunos devem ser estimulados a analisar como essas empresas foram fundadas, quais desafios enfrentam e quais estratégias contribuíram para sua consolidação no mercado.
2. **Atividade Prática:** Na segunda aula, os alunos devem ser organizados em grupos e receberão o desafio de criar painéis informativos sobre as empresas estudadas. A atividade consiste na pesquisa e sistematização de informações sobre a história do empreendimento, identidade visual, estratégias de marketing e superação de desafios. Posteriormente, os grupos devem apresentar seus painéis, promovendo um debate crítico sobre os fatores determinantes para o sucesso de um negócio.
3. **Organização do pequeno negócio:** Na terceira aula, deve ocorrer a organização dos alunos para a criação dos seus pequenos negócios. Nesta aula, eles receberão um material impresso com algumas orientações para eles darem o pontapé inicial na criação do próprio negócio. Para isso, será necessário que se organizem em equipes, de forma que cada membro da equipe seria um dos

donos do empreendimento criado pelo grupo. Seguindo as orientações do material fornecido aos alunos, após a concretização da ideia de negócio, os alunos precisaram definir: A divisão de funções - Separando o setor que cada aluno seria responsável para gerir, por exemplo, financeiro, marketing e vendas; lista de materiais - Criando uma lista de materiais necessários para iniciar o negócio, por exemplo, materiais para produção do produto; Orçamento - Planejando e definindo o orçamento inicial para iniciar o pequeno negócio; Estratégia de Divulgação - Estruturação de como será divulgado do seu pequeno empreendimento e como vão atrair os primeiros clientes.

Essa metodologia fundamenta-se na ABP, buscando trazer abordagens teóricas contemporâneas que defendem a aprendizagem baseada na investigação e experimentação prática. Segundo Silva e Powell (2013), o ensino do Empreendedorismo na Educação Básica deve proporcionar situações reais e desafiadoras, nas quais os alunos possam exercitar habilidades de análise crítica e tomada de decisão. Além disso, Campos, Belão e Endo (2019) ressaltam que a Educação Financeira e Empreendedora deve ser desenvolvida a partir da contextualização da realidade econômica e social dos estudantes, permitindo que adquiram competências práticas para sua vida profissional e pessoal

A partir dessas atividades realizadas, a oficina visa proporcionar aos alunos uma visão realista sobre o Empreendedorismo, demonstrando que grandes empresas passaram por desafios antes de atingir o sucesso. Como principais objetivos, a oficina buscou: Estimular o pensamento crítico e criativo, incentivando os alunos a identificar oportunidades e desenvolver ideias inovadoras; demonstrar a importância do planejamento estratégico, abordando temas como análise de mercado, identidade visual e estratégias de marketing; refletir sobre os desafios do Empreendedorismo, compreendendo os obstáculos comuns e as soluções adotadas por empresas bem-sucedidas; fomentar habilidades de pesquisa, trabalho em equipe e comunicação, por meio da elaboração e apresentação de painéis informativos.

Oficina VII — Precificação e análise de custos

A Oficina VII — Precificação e análise de custos fazem parte da continuação das oficinas do Módulo II. Nesta etapa do projeto-piloto, os alunos já entenderam conceitos voltados à Educação financeira e ao Empreendedorismo, planejaram as suas ideias de negócio, criaram uma identidade visual para o pequeno negócio e projetaram os produtos que

seriam vendidos. No entanto, ainda precisam de conhecimentos sobre como precificar esses produtos e análise de custos que terão durante a produção. Nessa perspectiva, essa oficina tem o objetivo de ensinar os participantes a calcular corretamente o preço de venda de um produto, levando em consideração custos fixos, custos variáveis e margem de lucro. Essa etapa é fundamental para que os alunos compreendam como a precificação impacta ao longo de todo o processo produtivo do seu pequeno negócio.

A inserção da oficina VII no conjunto de oficinas segue um desenvolvimento lógico. Neste ponto do projeto-piloto, é essencial aprofundar a discussão sobre a precificação de produtos, pois a falta de informações da maior parte dos empreendedores sobre seus custos faz com que tenham dificuldades na definição do preço de venda (Silva *et al.*, 2025). Outro ponto motivador para a criação dessa oficina do projeto-piloto, assim como afirma Silva (2025), a precificação não pode ser lançada de forma intuitiva e desorganizada por parte do empresário, uma vez que aquele que subestima os custos tanto os fixos como as variáveis, fazem com que a sua margem de lucro possa ser comprometida. Se essa etapa for ignorada, pode levar o empresário a ter prejuízos devido a preços que não correspondem ao ideal para sustentar seu negócio.

A oficina será desenvolvida com uma abordagem teórico-prática, combinando explicações conceituais atrelados a atividades dinâmicas. A estrutura da aula deve ser organizada da seguinte forma: Introdução aos conceitos da oficina; Exercício Prático e Reflexão sobre seus produtos a partir do tema da oficina.

A oficina deve começar com uma introdução aos conceitos sobre precificação e análise de custos, algo que sempre gera muitas dúvidas. No início os alunos precisam entender a diferença entre custos fixos, como aluguel e energia elétrica, e custos variáveis, como matéria-prima e embalagens. Além disso, deve ser trabalhado também nesse primeiro momento o conceito de margem de lucro, demonstrando como podem impactar diretamente na viabilidade do negócio. Será trabalhado na prática o cálculo básico para calcular o custo total, custo por unidade e preço de venda.

Após a introdução teórica, a oficina deve avançar para a parte prática. Nesse momento, os alunos já devem estar organizados em seus respectivos grupos e serão desafiados a desenvolver um exercício de precificação com base em um produto de sua escolha. Para isso, durante a atividade, serão fornecidos aos alunos dados sobre custos fixos e variáveis, permitindo que os grupos calcule o custo total do produto, o custo por unidade e estabeleçam um preço de venda considerando uma margem de lucro pré-definida. Ao final,

cada grupo deverá apresentar os cálculos realizados, os produtos planejados para serem produzidos e os preços de venda definidos.

Por fim, a oficina deve ser concluída com uma reflexão sobre os aprendizados adquiridos. Dessa forma, serão convidados a refletirem sobre as estratégias necessárias para precificar seus produtos e tornarem mais competitivos no mercado.

Oficina VIII - Criação de e-mail profissional e organização inicial do negócio

A Oficina VIII, intitulada “Criação de E-mail Profissional e Organização Inicial do Negócio”, integra o Módulo II do projeto-piloto, voltado ao Empreendedorismo. Com duração de duas horas, essa etapa desempenha um papel central, ao estabelecer bases digitais e organizacionais que pavimentam o caminho para atividades práticas previstas nas oficinas seguintes, como o domínio de ferramentas digitais (Oficina IX) e a configuração de chaves Pix (Oficina X).

O objetivo principal desta oficina foi orientar os alunos na criação de um e-mail profissional que transmita credibilidade e represente a identidade de seus empreendimentos de maneira eficaz. Além disso, busca-se promover a organização inicial das atividades empreendedoras, um passo essencial para o sucesso no ambiente digital. Conforme destacado por Batista *et al* (2023), a comunicação digital estruturada fortalece a confiança de clientes e parceiros, sendo um diferencial especialmente relevante para pequenos negócios em fase de consolidação.

Ao chegar nessa oficina VIII, os alunos já devem ter criado os seus próprios negócios (Oficina VI) e precificado os seus produtos planejados para serem vendidos (Oficina VII). Dessa forma, essa oficina está estrategicamente posicionada para dar o pontapé inicial para o uso de ferramentas digitais no pequeno empreendimento de cada grupo.

A Oficina VIII representa um momento-chave para a consolidação prática do negócio, servindo como um pré-requisito para as etapas subsequentes. Nestas, o e-mail profissional criado será utilizado para acessar plataformas digitais e formalizar transações financeiras, como a configuração de uma chave Pix vinculada ao endereço eletrônico. Esse encadeamento reflete o planejamento pedagógico do projeto, que avança de fundamentos conceituais para aplicações práticas e tecnológicas. Tal abordagem encontra eco nas ideias de Freire (1996), que valoriza um aprendizado estruturado em etapas conectadas à realidade dos participantes, promovendo um ensino mais significativo.

A metodologia da Oficina VIII combina teoria e prática por meio de uma dinâmica ativa e participativa, projetada para envolver os alunos. A aula deve iniciar com uma discussão guiada sobre o papel do e-mail profissional, destacando sua relevância para a credibilidade do negócio, a organização das atividades e o fortalecimento da presença digital.

Essa introdução é fundamental para contextualizar a atividade prática, especialmente para os alunos com pouca familiaridade com ferramentas digitais, incentivando-os a reconhecer o valor imediato da tarefa.

Após a introdução teórica, a oficina deve prosseguir com uma demonstração passo a passo da criação do e-mail profissional, utilizando o Gmail como plataforma principal. Essa demonstração deve ser conduzida de forma interativa, mostrando cada passo na tela enquanto os alunos acompanham, seja em computadores, em um laboratório ou em seus próprios celulares em sala, devidamente autorizados para uso pedagógico. Para incluir todos no processo, é recomendável que os alunos registrem seus novos logins e senhas em um local seguro e, se necessário, troquem essas informações em grupos de *WhatsApp* criados para o projeto. Essa troca fortalece o espírito de equipe e garante que ninguém fique para trás ao usar as ferramentas digitais nas próximas etapas.

Essa oficina desempenha um papel crucial no projeto-piloto, funcionando como um elo entre as ideias discutidas nas fases iniciais e as habilidades práticas que os empreendedores precisam para tocar seus negócios. A estratégia pedagógica, que mescla uma introdução clara, prática orientada e momentos de colaboração, foi pensada para ir além do aprendizado técnico. Ela ajuda os participantes a perceberem, na prática, como um e-mail profissional pode abrir portas para seus empreendimentos, desde organizar contatos até transmitir confiança a futuros clientes.

Oficina IX — *Canva*: ferramenta para impulsionar seu negócio

A oficina IX — Canva: Ferramenta para impulsionar seu negócio, integra o eixo das oficinas que devem ser realizadas no Módulo II, dando sequência a construção do pequeno empreendimento criado pelos alunos na última oficina. O foco da oficina é capacitar os alunos a usarem o *Canva*³, proporcionando a eles as ferramentas para criar materiais gráficos que fortaleçam a identidade visual dos seus negócios. A ideia é misturar conceitos de design com estratégias de mercado, mostrando como uma comunicação visual bem-feita pode atrair clientes e criar laços duradouros com eles.

³ Canva. Disponível em: www.canva.com/pt_br/. Acesso em: 04 de março de 2025.

Para que os alunos consigam pôr em prática o que foi planejado na oficina anterior, o ideal é ter um espaço prático, como um laboratório com computadores e acesso à internet, permitindo que os alunos explorem a ferramenta em tempo real. A estrutura da aula deve contextualizar a importância do marketing de um negócio e conceituar o que seria identidade visual e sua relevância para um negócio, abordando perspectivas como as cores, tipografia e elementos gráficos influenciam a percepção do público e as decisões de compra. Também é essencial apresentar o Canva, destacando suas funcionalidades e sua aplicabilidade na criação de materiais gráficos profissionais.

Após essa introdução, os alunos devem partir para a prática, desenvolvendo a identidade visual de seus próprios pequenos empreendimentos. Durante essa etapa, cada aluno criará sua logomarca, escolhendo cores e fontes alinhadas ao setor de seu negócio, além de produzir materiais gráficos como capas para destaques do *Instagram*, carrosséis interativos para redes sociais, cartões de visita e fidelidade, cardápios e catálogos, bem como etiquetas para embalagens. A mediação do professor é fundamental nesse momento, auxiliando os alunos na aplicação dos conceitos aprendidos e orientando-os na construção de um design coerente e estratégico para seus negócios.

Ao final da oficina, os alunos devem apresentar suas produções, explicando as escolhas de cores, fontes e elementos gráficos utilizados. Esse momento é importante, tendo em vista que o professor necessita ter a sensibilidade para analisar cada produção, dando orientações e *feedbacks* aos alunos, proporcionando a troca de experiências. Seguindo essas etapas, o professor possibilita que todos compreendam diferentes abordagens e recebam sugestões de aprimoramento. O professor pode conduzir uma discussão coletiva, destacando boas práticas e reforçando ainda mais a importância da identidade visual no fortalecimento da marca e na competitividade do mercado.

A inclusão dessa oficina no conjunto de atividades propostas no projeto foi planejada para dar continuidade a criação do pequeno empreendimento dos alunos. Enquanto oficinas anteriores abordaram temas como planejamento financeiro e Empreendedorismo, está se concentra na construção de uma identidade visual sólida, fundamental para garantir lugar de destaque no mercado. Segundo Onofre (2012), a identidade visual é muito importante no processo de fixação de uma marca na mente do consumidor, sendo assim, a empresa deve adotar como prioridade a criação de sua marca, desde o nome até sua apresentação, pois este será seu diferencial num mercado competitivo.

Além disso, a metodologia ativa norteia essa oficina e enfatiza a importância da prática na assimilação de novos conhecimentos. A experiência proporcionada pela oficina permite que os alunos não apenas compreendam a teoria, mas apliquem-na imediatamente em seus projetos, aumentando a continuidade do aprendizado e incentivando a criatividade e a autonomia na construção da marca.

Ao final, a ideia é que todos os alunos saibam usar o Canva com segurança e entendam por que uma boa identidade visual faz diferença para o sucesso de qualquer negócio. A proposta é simples: unir teoria e prática de um jeito leve, que prepare os alunos para pensar o Empreendedorismo com mais clareza, profissionalismo e eficiência.

Oficina X — Promoção e divulgação com baixo orçamento

A Oficina X — Promoção e divulgação com baixo orçamento integra o conjunto de oficinas do projeto-piloto, dando continuidade ao Módulo II, dedicado ao Empreendedorismo. Nesse estágio, após os alunos definirem a identidade visual dos seus pequenos negócios e assimilarem os conceitos sobre precificação, esta oficina, especificamente, foca na capacitação dos participantes para promoverem seus produtos ou serviços de maneira eficaz, utilizando ferramentas digitais de baixo custo, como redes sociais e estratégias de engajamento.

A escolha de posicionar esta oficina como a décima no cronograma do projeto-piloto reflete sua natureza complementar, haja vista que depende de habilidades previamente desenvolvidas em oficinas anteriores, como a Oficina IX (*Canva*: Ferramenta para impulsionar seu negócio), e preparar os participantes para aplicarem seus conhecimentos em um contexto prático e organizacional. A inserção dessa oficina nesse momento é de extrema necessidade, uma vez que ela marca a transição entre o planejamento do pequeno empreendimento dos alunos e a sua apresentação ao público consumidor. Até esse ponto, os estudantes passaram por diversas oficinas que os ajudaram a desenvolver os seus perfis empreendedores.

Partindo desse princípio, a Oficina X tem como objetivo principal capacitar os alunos a criar e gerenciar perfis comerciais no *Instagram*, utilizando estratégias de marketing digital acessível para promover seus produtos e serviços. Dessa forma, os alunos deverão utilizar todos os materiais digitais elaborados na última oficina, como catálogos, carrosséis e logomarcas, para promover seus pequenos negócios nas redes sociais, ajustando-os de maneira estratégica ao público-alvo desejado.

O desenvolvimento dessa oficina combina uma exposição teórica e prática, sendo dividida em três momentos:

1. **Introdução Conceitual:** Nesse primeiro momento da aula deve ser apresentado aos alunos como as redes sociais impactam na divulgação de produtos e serviços, destacando a importância de um perfil comercial estruturado corretamente de forma profissional.
2. **Atividade Prática:** A segunda etapa da oficina deve ser voltada mais para a parte prática. Sendo assim, os alunos devem criar seus perfis comerciais no *Instagram*, selecionando as imagens criadas por eles, organizando descrições e experimentando diferentes tipos de postagens para engajar seus seguidores.
3. **Preparação para a Venda Presencial:** Na última etapa da oficina, para garantir uma sequência lógica do processo de ensino-aprendizagem, ao final da dela, os alunos devem ser instruídos sobre as próximas etapas do projeto, que envolve a venda direta de seus produtos nas ruas e na escola (Oficina XI). Esse momento de planejamento e instrução para a próxima oficina é de extrema necessidade que aconteça durante essa etapa, haja vista que garante a continuidade da sequência do projeto-piloto, reforçando o senso de planejamento e organização e profissionalismo necessário para que as atividades sejam bem-sucedidas.

Para conceituar melhor essa terceira etapa da oficina. Com a proximidade da experiência prática de comercialização, devem ser repassados avisos e diretrizes fundamentais para garantir o bom desempenho e a segurança dos alunos durante a atividade de vendas externas, como questões de segurança no ambiente externo, divisão de grupos e responsabilidades, uso de uniformes e equipamentos, pontos de vendas e retorno e registro de vendas. Essas orientações têm o intuito de preparar os alunos para atuarem de maneira eficiente e segura no ambiente de venda real.

Oficina XI — Produção e venda de produtos artesanais

A Oficina XI — Produção e venda de produtos artesanais é uma continuidade estrutural do projeto-piloto, nesta etapa, a oficina faz o fechamento desse ciclo sobre Empreendedorismo. Nesse ponto, os alunos já passaram por etapas fundamentais, compreendendo conceitos teóricos sobre planejamento financeiro, identidade visual e precificação de produtos. Logo o foco desta nova oficina é proporcionar uma experiência prática de comercialização, consolidando os aprendizados adquiridos ao longo do processo.

A inserção da Oficina XI no contexto geral do projeto-piloto foi pensada desde o início do projeto, quando ele ainda estava sendo criado, a ideia central era poder proporcionar aos alunos uma experiência prática e real sobre Empreendedorismo. Desse modo, esse é o momento chave do projeto, uma vez que o objetivo dessa oficina é permitir que os alunos vivenciem, na prática, o ciclo completo de um pequeno negócio, desde a produção de produtos até a venda direta ao consumidor em um ambiente real. Para isso, tomando como base os conceitos trabalhados nas últimas oficinas, como precificação, planejamento financeiro e estratégias de venda, os alunos são convidados a desenvolverem esses conceitos de forma prática.

Para estruturar a oficina, o primeiro passo deve ser a organização e preparação, garantindo que os alunos estejam prontos para o momento da venda. Nessa etapa, é fundamental que eles revisem os conceitos de precificação para garantir que os produtos tenham preços lucrativos. Também devem definir funções entre os participantes dos grupos, definindo funções, como atendimento ao cliente, caixa, controle de estoque e divulgação dos produtos. Para a preparação das vendas, os alunos também realizam a produção de materiais de apoio, como tabelas de preços, panfletos promocionais e definir possíveis estratégias de vendas. Separando as atividades dessa forma, permite que os alunos tenham uma visão clara das responsabilidades de cada um.

Após essa fase preparatória, a oficina deve avançar para a execução da venda, que deve ocorrer em um ambiente real de comércio, como ruas movimentadas, feiras ou eventos escolares. Essa etapa deve ser realizada em um segundo momento, em um próximo encontro com a turma, estabelecendo um tempo mínimo para que os alunos possam produzir seus produtos e se prepararem para as vendas.

Durante a fase das vendas, os alunos devem entrar em contato com as pessoas e nos locais e oferecer seus produtos. Os aspectos trabalhados, como identidade visual, definido na

oficina VII, fazem toda a diferença, tendo em vista que as primeiras impressões passadas pelos alunos, demonstrando sua marca e oferecendo seus produtos, passa uma maior credibilidade. Em paralelo, durante as vendas, os alunos colocarão em prática cálculos matemáticos simples fundamentais para o gerenciamento das vendas, como o cálculo de troco.

Ao longo da atividade, é importante que os alunos reflitam sobre os desafios e conhecimentos adquiridos no processo de venda. A experiência prática deve servir como um ambiente de aprendizado para que compreendam a importância da precificação adequada, do atendimento ao cliente e da gestão eficiente do dinheiro.

Para garantir o sucesso da oficina, é essencial que o professor da atividade atue como facilitador, acompanhando os grupos dos alunos, orientando-os sobre as melhores práticas de venda, ajudando-os a analisar suas estratégias e fornecendo suporte durante o processo. A experiência deve ser conduzida de forma dinâmica, permitindo que os alunos experimentem diferentes abordagens e desenvolvam autoconfiança para lidar com clientes e situações desafiadoras.

A Oficina XI foi projetada como ponto-chave das oficinas anteriores. Todas as outras oficinas foram estruturadas para chegar a esse momento consolidado. A combinação entre teoria e prática apresentada nesta oficina torna essa etapa essencial para que os alunos não entendam somente o conhecimento teórico, mas também desenvolvam habilidades que podem ser utilizadas em sua vida pessoal e profissional.

Início do módulo III

Nessa etapa, é desenvolvido o Módulo III, voltado à temática da Gestão Financeira. A Figura 4 apresenta as duas oficinas que compõem esse módulo, evidenciando seus objetivos e as práticas didáticas propostas. Conforme pode ser observado, esta é a etapa final do percurso formativo, no qual é destacado o fechamento da proposta com foco na autonomia financeira e no desenvolvimento de competências organizacionais.

Figura 4 - Estrutura do Módulo III: Oficinas de Gestão Financeira e objetivos



Fonte: Autoria própria, 2025.

A Oficina XII introduz reflexões sobre a separação entre finanças pessoais e profissionais, promovendo o debate sobre a importância da organização financeira para a sustentabilidade de pequenos negócios. Em continuidade, a Oficina XIII aprofunda a noção de gestão de vendas e análise de lucro, relacionando os conteúdos com a prática anterior de comercialização e promovendo o cálculo do lucro a partir de situações reais.

Oficina XII — Organização financeira para pequenos negócios

A Oficina XII — Organização financeira para pequenos negócios dá início ao Módulo III sobre gestão. Nesta etapa, os alunos trazem a bagagem de todas as oficinas realizadas no Módulo I e II, chegando ao ponto de terem calculado custos, definido o valor de venda dos seus produtos e realização das vendas. No entanto, compreender os custos e definir um preço adequado para um produto não garante o sucesso de um negócio. É essencial que o empreendedor saiba administrar os valores gerados pela venda de seus produtos. Dessa forma, esta oficina busca auxiliar os alunos de forma contextualizada, através de conhecimentos teóricos, a fazerem a gestão do seu negócio após as vendas, proporcionando aos alunos uma experiência prática que desafios reais enfrentados por pequenos empreendedores.

Essa oficina deve ser realizada após a Oficina XI — Produção e venda de produtos artesanais, pois seu principal objetivo é ensinar os alunos a administrar os ganhos obtidos com as vendas realizadas anteriormente, garantindo que compreendam a importância da gestão financeira para o crescimento e a manutenção de um pequeno negócio.

Dessa forma, a abordagem metodológica da oficina deve ser baseada na problematização, conforme proposto por Freire (1996), permitindo que os alunos reflitam sobre suas próprias experiências para construir conhecimento. Para iniciar a oficina, é fundamental contextualizar os alunos sobre a importância da organização financeira para o sucesso de um pequeno negócio. O conteúdo da oficina deve ser estruturado em um momento primordial, a definição de separação entre finanças pessoais e profissionais: envolve explicação da importância de não misturar o dinheiro do negócio com gastos pessoais, fazendo a separação adequada. Isso envolve ensinar os alunos que não deve retirar todo o lucro para gastos pessoais, mas sim definir um valor fixo mensal e reservar parte dos ganhos para reinvestimento e segurança financeira do pequeno negócio.

Para isso, deve ser explicado que, embora muitos empreendedores saibam vender, muitos negócios acabam falindo devido à falta de controle sobre receitas e despesas. Uma forma eficiente de introduzir o tema consiste em estimular a reflexão por meio da pergunta: *“Quais passos vocês acham que precisam dar para garantir que o negócio continue funcionando?”* A partir desse questionamento, deve ser iniciada uma discussão sobre os desafios enfrentados durante as vendas realizadas na última oficina e quais os próximos passos a serem dados ao terem dinheiro em caixa. Nesse momento da oficina, deve-se enfatizar que, caso não tenha um planejamento de negócio e organização financeira, o valor das vendas arrecadado pode ficar comprometido, sendo assim, é essencial saber utilizar o dinheiro de forma estratégica.

Durante a execução da oficina, os alunos devem ser estimulados a refletirem sobre o gerenciamento dos seus próprios negócios. A oficina deve ser conduzida de forma participativa, com os alunos debatendo sobre as suas dificuldades e realizando trocas de experiência.

Oficina XIII — Gestão de vendas e análise de lucro

A Oficina XIII — Gestão de Vendas e análise de lucro faz parte do Módulo III do projeto-piloto e integra o eixo das oficinas que devem ser realizadas após as vendas dos

produtos que os alunos criaram. Essa etapa é essencial, haja vista que, na última oficina, os alunos aprenderam sobre gestão da empresa de forma contextualizada, nessa oficina, eles devem fazer a gestão financeira dos seus pequenos negócios de forma mais prática, colocando a mão na massa e fazendo os cálculos de vendas através de toda a documentação reunida. Dessa forma, esse conjunto de oficinas busca capacitar os alunos a compreenderem, de forma prática, os desafios envolvidos na administração de um negócio, garantindo uma abordagem contextualizada e aplicada ao cotidiano.

Sendo assim, o objetivo central da Oficina XIII se caracteriza pela capacitação dos alunos a realizarem uma gestão de forma eficiente e precisa ao registrarem corretamente as vendas realizadas e calcularem o lucro obtido, aplicando conceitos fundamentais de matemática financeira e gestão de pequenos negócios. Ao final da oficina, espera-se que os alunos compreendam a importância do controle financeiro e da análise de desempenho para garantir a viabilidade do negócio.

Para a realização da oficina, a metodologia utilizada foi estruturada em três momentos principais. No primeiro momento, a ideia principal é fazer com que os alunos possam realizar todo o registro das vendas realizadas, utilizando tabelas para registro de produtos vendidos, quantidades, preço e valor de venda total. Essa organização possibilita uma visão clara de cada item comercializado. Após essa etapa, depois dos alunos realizarem toda a documentação das vendas, os alunos devem ser incentivados a realizarem o cálculo dos custos totais e do lucro bruto em relação aos produtos. Para isso, os alunos devem usar a fórmula “ $\text{Lucro Bruto} = \text{Total das Vendas} - \text{Custo Total}$ ”, para que, a partir dos resultados obtidos com a fórmula, possam refletir sobre a viabilidade financeira do negócio e a compreender a importância do controle de custos. Por fim, os alunos devem ser convidados a analisarem o desempenho das vendas, para que seja possível identificar quais os melhores caminhos a serem seguidos a partir dos resultados obtidos.

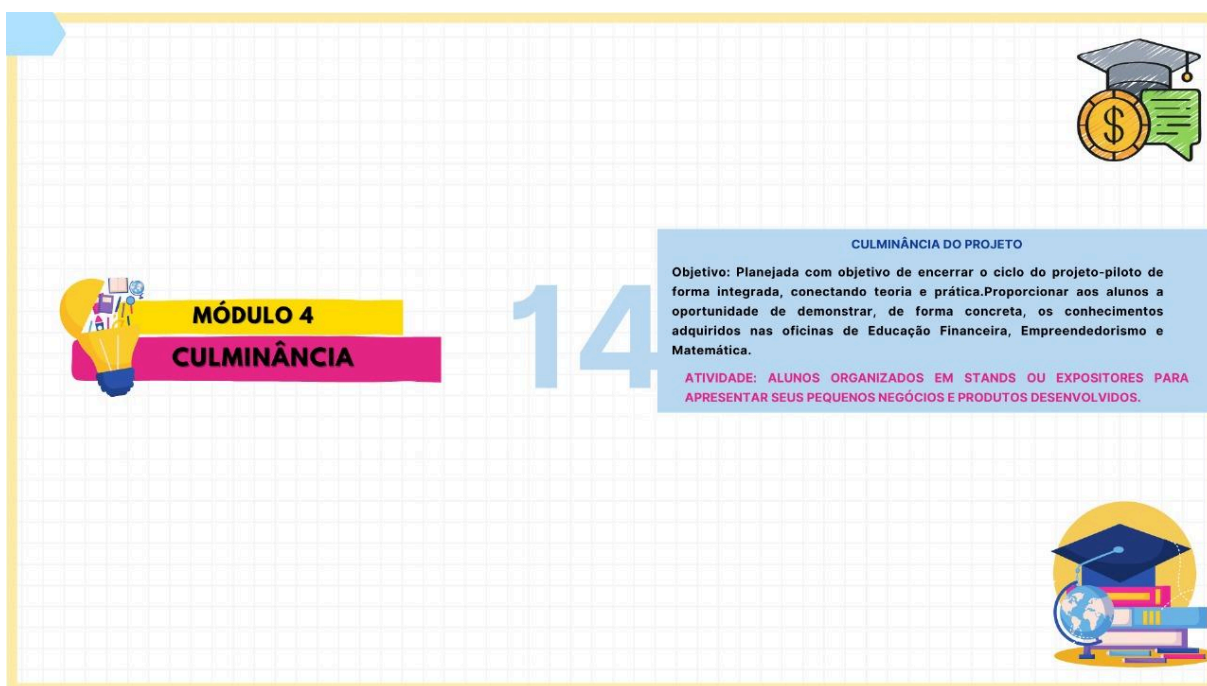
A escolha da realização da Oficina XIII neste momento do projeto-piloto se dá devido à necessidade de consolidação dos aprendizados das etapas anteriores, realizando um fechamento de ciclo. O Módulo I introduziu os conceitos fundamentais de Educação Financeira, enquanto o Módulo II proporcionou experiências práticas e contextualizadas de Empreendedorismo, produção e gestão. Esta oficina foi essencial para que os alunos vivenciassem o ciclo produtivo e comercial de um pequeno negócio ao mesmo tempo, em que aprofundam seus conhecimentos em Matemática.

Dessa forma, a Oficina XII — Gestão de vendas e análise de lucro é fundamental na proposta pedagógica do projeto-piloto, ao proporcionar aos alunos uma compreensão prática sobre a gestão financeira de pequenos negócios, fortalecendo a aprendizagem e promovendo experiências fundamentais para sua vida pessoal e profissional.

Início do módulo IV

Nessa última etapa, é apresentado o Módulo IV, correspondente à culminância do projeto-piloto. A Figura 5 sintetiza esse momento final, planejado como um evento celebrativo, que marca o encerramento do ciclo de oficinas de forma integrada e significativa.

Figura 5 - Estrutura do Módulo IV: Culminância do Projeto e objetivos



Fonte: Autoria própria, 2025.

A Culminância também é uma oportunidade para os alunos demonstrarem, de maneira concreta, os conhecimentos adquiridos ao longo dos módulos de Educação Financeira, Empreendedorismo e Matemática

Culminância do projeto

A culminância é referente ao Módulo IV do projeto-piloto. Ela pode ser organizada como um momento integrador, de encerramento de todo o ciclo e possibilita aos alunos a

oportunidade para, de fato, demonstrar e executar, suas aprendizagens ao longo das oficinas de Educação Financeira, Empreendedorismo e Matemática. Por meio da culminância os estudantes podem compartilhar suas aprendizagens de maneira mais palpável com toda a comunidade impactada, o que torna o projeto mais relevante e importante.

Deste modo, a culminância deve ser estruturada como a etapa final do projeto, funcionando como um elo entre os conteúdos abordados nas oficinas anteriores e sua execução prática. Como cada escola pode adaptar a metodologia de acordo com sua realidade, é fundamental que o professor desenvolva a forma de realização da culminância adequada à realidade da escola, para tanto refletir de que maneira os alunos podem se envolver melhor. Este é um elemento considerável para o projeto, uma vez que é o momento em que “o aluno encerra o ciclo”, neste momento o aluno poderá enxergar o todo, em outras palavras, a relação entre os temas abordados e a prática realizada no projeto, a culminância fecha este ciclo do aprendizado produtivo.

A organização da culminância pode ser feita de maneira estruturada, garantindo um espaço reservado para a apresentação dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos. Para isso, os estudantes podem ser organizados em stands ou expositores, onde as equipes terão a oportunidade de apresentar ao público seus pequenos negócios, os materiais produzidos e o produto final comercializado. Além disso, devem expor os documentos levantados ao longo das oficinas, demonstrando seu planejamento financeiro, investimentos realizados, gastos e o lucro obtido.

Por fim, a culminância do projeto-piloto deve encerrar de forma mais comemorativa e formativa, resumindo o aprendizado buscado e estimulando a continuação da atuação dos alunos pautada pelos princípios da Educação financeira e do Empreendedorismo. Como destacado no estudo de Batista (2018), um projeto educativo comprometido com a formação integral do cidadão deve proporcionar espaços de participação e interação, permitindo que os alunos compreendam a importância do conhecimento matemático em sua realidade social. Assim, a culminância não apenas reforça os aprendizados conceituais e procedimentais, mas também promove a construção da cidadania, evidenciando o impacto prático do conhecimento adquirido ao longo do projeto. Com a estruturação desse projeto-piloto, o professor passa a promover não apenas o desenvolvimento acadêmico de seus alunos, mas também forma cidadãos oferecendo subsídios para que possam lidar com os desafios da sociedade atual. essa

forma, o projeto-piloto configura-se como experiencial, transformando a escola em um ambiente cuja conexão com o universo do Empreendedorismo e da Educação Financeira se dá de maneira prática e significativa. Além disso, evidencia o papel fundamental da Matemática como ferramenta indispensável ao longo de todo o projeto, uma vez que, sem ela, não seria possível compreender como análise de custos, precificação e planejamento financeiro. A Matemática, portanto, se torna a base para que os alunos desenvolvam e apliquem esses conhecimentos de forma concreta nas suas vidas pessoais.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

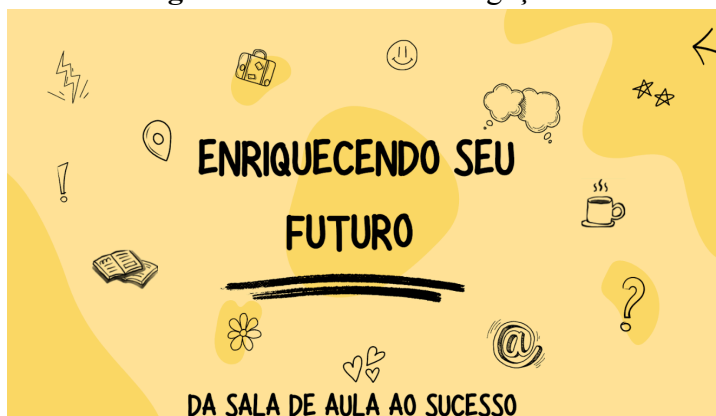
Neste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos por meio da realização das oficinas, que foram estruturadas conforme capítulo anterior a partir do tópico “3.3 - Os instrumentos da pesquisa”, com o intuito de responder e atingir o objetivo dessa pesquisa que é entender como esse projeto-piloto pode auxiliar os professores do Ensino Médio na preparação e condução de aulas.

Por tratar de um projeto-piloto, foi preferível aplicar essas oficinas em uma eletiva real com o intuito de colher dados e informações que possibilitasse avaliar sua eficácia no desenvolvimento das competências dos estudantes e sua viabilidade para futuras implementações no currículo escolar. Após a aplicação das 13 oficinas somadas a culminância, organizadas em quatro módulos temáticos, foi realizada uma análise qualitativa da participação dos alunos das duas turmas da eletiva, tanto no período da manhã quanto da tarde, de suas percepções em relação aos conteúdos abordados e do impacto do projeto em seu aprendizado.

4.1 Definição de eletiva

Após a definição da estrutura do projeto-piloto, conforme exposto na seção 3.3, a escola na qual esta pesquisa foi conduzida promoveu a divulgação de todas as eletivas elaboradas por seus docentes. Dentre essas, destacava-se a eletiva na qual o projeto-piloto foi implementado, intitulada “Enriquecendo seu Futuro — Da Sala de Aula ao Sucesso” (Figura 6). Essa eletiva foi ofertada na Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Frederico Lundgren, conforme descrito na seção 3.2 deste estudo.

Figura 6 - Banner de divulgação da eletiva



Fonte: Acervo pessoal, 2025

A divulgação da eletiva foi realizada por meio de um banner e um texto motivacional divulgados no mural de avisos da escola, cuja proposta era despertar o interesse dos alunos. Esse material foi estrategicamente elaborado para incentivar a participação dos estudantes, evitando detalhar previamente os conteúdos a serem trabalhados. Após a formação das turmas, foram definidos os dias letivos da semana nos quais a eletiva seria ofertada e, assim, deu-se início às atividades.

4.2 Análise da aplicação das oficinas realizadas

Oficina Inaugural

A oficina Inaugural foi ofertada no dia 09 de agosto de 2024. Ela foi marcada por ser um momento de integração e acolhimento, tanto para os alunos quanto para a professora autora. A intenção foi apresentar a eletiva e seu funcionamento, além de criar um ambiente de confiança e cooperação entre todos.

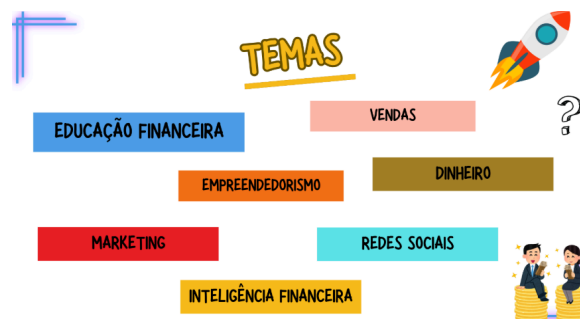
Em um primeiro momento dessa oficina, foi realizada a apresentação dos alunos e da professora autora desta pesquisa. No início, os alunos fizeram duplas para se conhecerem melhor e compartilharem seu nome e a sua idade, após essa interação, cada aluno deveria apresentar a sua dupla, para que assim fosse criado um ambiente mais colaborativo (Figura 7). Ainda nesse momento, foi apresentado aos alunos os conteúdos que seriam trabalhados na eletiva e como ela funcionaria ao longo das oficinas. Os alunos demonstraram bastante interesse nos temas abordados, como Educação Financeira, Empreendedorismo, Marketing, entre outros temas (Figura 8).

Figura 7 - Interação entre os alunos



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

Figura 8 - Apresentação dos conteúdos



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

Em um segundo momento, foi realizada a “Dinâmica dos Sonhos”. Cada aluno foi convidado a escrever um sonho que cada um tivesse em um pedaço de papel (Figura 9). Logo

após esse momento, eles foram orientados a jogar esse papel no lixo. A intenção dessa dinâmica era observar como cada um reagiria diante dessa situação e promover uma reflexão sobre como, muitas vezes, na vida, nos deparamos com obstáculos e pessoas que tentam nos desmotivar.

Figura 9 - Dinâmica dos Sonhos



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

Durante essa dinâmica, alguns entenderam a proposta e se recusaram a jogar o papel fora (seu sonho), enquanto outros o descartaram sem hesitação. Esse momento foi essencial para gerar uma discussão sobre persistência e autoconfiança, destacando que seguir o próprio caminho, mesmo diante de desafios e opiniões contrárias, é fundamental para alcançar objetivos. Os alunos também foram incentivados a compreender que assim como na vida, nem sempre a um único caminho, cada um deles poderia tomar suas próprias decisões e traçar seus caminhos.

Em um terceiro momento, após essa reflexão, os alunos foram divididos em grupos para participar da “Dinâmica da Torre de Papel”. O objetivo era construir a torre mais alta possível usando apenas folhas de papel. O intuito da atividade era incentivar a criatividade, o

trabalho em equipe e a comunicação entre os alunos, essas percepções serão fundamentais para as interações que serão realizadas nas oficinas subsequentes.

Durante o desenvolvimento dessa atividade, os alunos se organizaram em equipes rapidamente. Foi perceptível que várias equipes testaram diferentes formas de dobrar e empilhar as folhas para criar uma estrutura estável e realizar o objetivo da dinâmica. O que mais chamou atenção nessa etapa foi as diferentes estratégias adotadas pelos grupos, alguns priorizam altura, outros focaram na base para a torre permanecer firme.

No início, houve muita dificuldade para que encontrassem a melhor técnica, conforme a atividade avançava, os alunos passaram a colaborar mais ativamente, compartilhando ideias e colaborando entre si (Figura 10).

Figura 10 - Interação entre os alunos durante a Dinâmica da Torre de Papel



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

Partindo das perspectivas apresentadas, acredita-se que o objetivo da oficina foi alcançado com sucesso, ao permitir que os alunos se conhecessem melhor, refletissem sobre seus objetivos e experimentassem a importância do trabalho em equipe de forma desafiadora.

Oficina II

Dando sequência a eletiva, a Oficina II - O que é Educação Financeira?, foi realizada na semana seguinte, nesse momento, foi dado início aos conhecimentos teóricos introdutórios fundamentais para a base do projeto-piloto.

A oficina começou com uma introdução ao conceito de Educação Financeira, destacando sua importância para a organização do dinheiro e a conquista de uma vida financeira equilibrada. No entanto, alguns alunos no início se mostraram receosos com a oficina, chegando a afirmar que *“Seria melhor se fosse uma aula voltada para o ENEM!”*. Percebendo-se a relutância para com oficina por parte de alguns alunos, no primeiro momento da aula, foi necessário realizar uma abordagem dialógica, sendo assim, os alunos foram convidados a refletirem sobre o seguinte questionamento: *“Imagine-se como uma pessoa bem sucedida na sua carreira como médico ou advogado, se você não souber administrar o dinheiro que ganha, o que deve acontecer?”*. Essa reflexão serviu para capturar a atenção dos alunos, gerando um ambiente de diálogo e reflexões.

Partindo dessas reflexões, o diálogo foi estabelecido para que fosse voltado a introdução dos conceitos sobre Educação Financeira. Na conversa com os alunos, o questionamento foi respondido com a afirmativa de que independente do quanto se ganha de dinheiro, se não souber administrar de maneira eficaz, o indivíduo enfrenta diversas dificuldades. A partir dessas reflexões os alunos passaram a se empolgar com a oficina e com as próximas definições que estariam por vir.

Os alunos foram indagados também se: *“Já imaginou o seu futuro sem nenhuma preocupação financeira e ainda uma vida mais confortável?”*, muitos alunos responderam que sim, mas que para eles, pareceria um futuro distante, pois a vida era muito difícil. Essas afirmações foram importantes para esse primeiro momento, tendo em vista que a professora autora dessa pesquisa passou a conhecer um pouco mais sobre a realidade da turma.

Dando sequência a oficina, foi apresentado para os alunos, o conceito e impacto do superendividamento na vida das pessoas (Figura 11). Etapa fundamental para contextualizar ainda mais sobre a importância da Educação Financeira. Desde modo, foi apresentado também um gráfico com dados sobre o endividamento no Brasil nos últimos 12 anos. A reação dos alunos foi de surpresa ao perceberem que um grande número de pessoas enfrenta dificuldades financeiras devido a inúmeros fatores, como cartão de crédito (Figura 12).

Figura 11 - Introdução sobre superendividamento



Fonte: Acervo pessoal 2025.

Figura 12 - Gráfico sobre endividamento

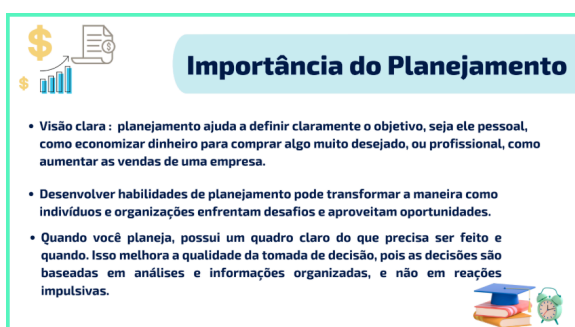


Fonte: Diário do Aço⁴, 2022.

Após a inserção sobre esse conceito e dados apresentados, os alunos passaram a analisar e refletir sobre as suas famílias e como decisões impulsivas podem comprometer o futuro financeiro. Isso despertou grande interesse e engajamento na discussão.

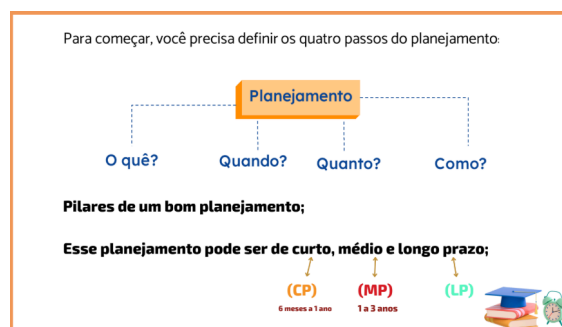
No segundo momento da oficina II, foi explicado aos alunos os conceitos sobre planejamento financeiro e a sua importância quando atrelado a Educação Financeira (Figura 13). Nesse ponto, com base na obra de Robert Kiyosaki (1997), para que os alunos possam planejar seu futuro financeiro, foi apresentado o conceito dos quatro pilares para organização e planejamento, O Quê? — Define o objetivo financeiro; Quando? — Estabelecimento de um prazo para atingir a meta; Quanto? — Determinação do valor necessário; Como? — Elaboração de estratégias para alcançar o objetivo (Figura 14).

Figura 13 - Conceito planejamento financeiro



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

Figura 14 - Quatro pilares para planejamento



Fonte: Acervo pessoal, 2025.

A explicação desses pilares preparou os alunos para a atividade prática, apresentada em um terceiro momento da aula. Nessa etapa, os alunos são convidados a realizarem uma atividade sobre os conceitos trabalhados até esse momento na sala. Sendo assim, cada aluno

⁴ Disponível em:

<https://www.diariodoaco.com.br/noticia/0100835-dividas-e-inadimplencia-assombram-os-brasileiros>

recebeu uma ficha para preencher seu planejamento financeiro pessoal, baseando-se nos pilares estudados. Eles precisavam definir uma meta financeira real e traçar um plano para alcançá-la (Figura 15).

Figura 15 - Atividade projetada

Chegou sua vez!!
DEFINA SEU OBJETIVO, PLANEJE E CONQUISTE SEU SONHO!

META: _____
TEMPO ESTIMADO: _____

O quê?

Quando?

Quanto?

Como?

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Os resultados dessa atividade foram surpreendentes, com objetivos que variaram desde a abertura de negócios até a realização de sonhos pessoais, como: abrir uma cafeteria em cinco anos, juntando R\$ 20.000,00 por meio de investimentos; se formar em psicologia, planejando os custos da mensalidade da universidade, conforme pode ser observado na Figura 16 — Respostas dos alunos na atividade sobre planejamento financeiro.

Figura 16 - Respostas dos alunos na atividade sobre planejamento financeiro

 Chegou sua vez!!   DEFINA SEU OBJETIVO, PLANEJE E CONQUISTE SEU SONHO!	
META:	<i>Abrir minha própria padaria</i>
TEMPO ESTIMADO:	<i>2 meses (para planejar, montar e executar)</i>
O quê?	<i>Quero abrir uma padaria que ofereça pães artesanais, doces e produtos de confeitaria, com um bom atendimento, preços e de qualidade.</i>
Quando?	<i>Poderia começar a planejar em três meses e poderia abrir a padaria em dois meses.</i>
Quanto?	<i>Investimento inicial (aluguel, reforma, equipamentos e estoque) + aproximadamente R\$ 100.000,00. Outros materiais (aluguel e energia) + cerca de R\$ 10.000,00. Total estimado de R\$ 110.000,00.</i>
Como?	<i>Faria uma pesquisa de mercado, estudo de receitas, capacitação, licenciamento, divulgação e marketing.</i>

 Chegou sua vez!!   DEFINA SEU OBJETIVO, PLANEJE E CONQUISTE SEU SONHO!	
META:	<i>Me tornar em psicóloga</i>
TEMPO ESTIMADO:	<i>5 anos (durante o curso de curso)</i>
O quê?	<i>Quero me tornar em psicóloga para ajudar as pessoas a entenderem seus sentimentos, comportamentos e melhorar seu bem-estar mental.</i>
Quando?	<i>Quando terminarem o ensino médio, começaria a estudar licenciatura na área de psicologia.</i>
Quanto?	<i>Despesa de matrícula + R\$ 1.500,00 (considerando uma mensalidade mensal) + material didático e livros + R\$ 500,00 por mês. Total estimado de R\$ 1.500,00 + R\$ 500,00 + R\$ 500,00 = R\$ 3.500,00.</i>
Como?	<i>Preparação para o vestibular, licenciamento, organização de tempo e estudo pessoal.</i>

Fonte: Acervo pessoal, 2025.

A atividade gerou grande envolvimento, e muitos alunos demonstraram empolgação ao perceber que um planejamento estruturado torna os sonhos mais alcançáveis. Alguns ficaram surpresos ao perceberem que, com um plano bem definido, poderiam atingir seus objetivos financeiros de forma organizada e realista.

Em um quarto momento da oficina, para reforçar o aprendizado que ocorreu ao longo da aula, foi realizada uma dinâmica chamada “Descobrimos conceitos-chave”, na qual os alunos recebiam pistas sobre conceitos financeiros trabalhados e precisavam adivinhar a palavra correta, formando-a com letras embaralhadas.

As palavras “Planejamento” e “Poupar” foram algumas das que geraram maior engajamento. Essa atividade reforçou a importância de entender os conceitos, recursos e pensar no futuro financeiro de forma estratégica (Figura 17).

Figura 17 - Dinâmica Descobrimos conceitos-chave realizada com os alunos



Fonte: Acervo pessoal (2025)

O entusiasmo entre os alunos foi evidente, com eles competindo para resolver os desafios rapidamente. Essa estratégia proporcionou que os alunos pensassem e refletissem após cada pista, sobre quais conceitos foram trabalhados em sala e que se encaixam para a formação da palavra.

Ao final da oficina, ficou evidente os objetivos definidos foram alcançados, uma vez que os alunos mudaram sua percepção sobre o tema. No início, alguns alunos que estavam receosos e não consideravam Educação Financeira como algo relevante, passaram a entender seu impacto direto no futuro. Algumas falas dos alunos marcaram o encerramento da aula, como: *“Antes eu achava que era impossível abrir um negócio, mas agora sei que dá para fazer se eu me planejar.”*; *“Nunca pensei que planejar dinheiro era tão importante assim!”*; *“Vou começar a guardar dinheiro para minha meta, porque agora sei quanto preciso economizar”*. Sendo assim, essa oficina não apenas ensinou conceitos financeiros, mas mudou o modo como os alunos enxergam o dinheiro e seus próprios objetivos de vida.

A Oficina II se consolidou como um marco no projeto, ao proporcionar aos alunos ferramentas concretas para estruturar suas finanças pessoais. Com esse aprendizado, eles estão mais preparados para as próximas etapas do projeto-piloto, que vão aprofundar temas como consumo consciente, ativos e passivos, o valor do dinheiro no tempo e empreendedorismo, garantindo uma base sólida para sua vida adulta.

Oficina III

Dando continuidade a sequência planejada para as oficinas, na semana seguinte foi realizada a Oficina III — Ativo e Passivos. Ela foi estrategicamente inserida no projeto-piloto de Educação Financeira e Empreendedorismo para garantir a progressão do aprendizado dos alunos. Essa temática se conecta diretamente com a Oficina II, proporcionando uma compreensão mais profunda sobre como administrar o dinheiro e desenvolver hábitos de consumo consciente.

No primeiro momento, a aula começou com a provocação: *“Os ricos ficam mais ricos e os pobres ficam mais pobres”*, que rapidamente capturou a atenção dos alunos. Inicialmente, muitos demonstraram surpresa e curiosidade, uma vez que essa frase serviu de gatilho para diálogos com a turma sobre desigualdade e construção de hábitos financeiros, trazendo reflexões importantes sobre esses temas. Alguns expressaram a ideia de que a riqueza está apenas ligada ao quanto se ganha, enquanto outros começaram a perceber que a forma como se administra o dinheiro pode ser mais determinante do que a própria renda.

Após essa introdução reflexiva, os conceitos de ativo e passivo foram apresentados de maneira acessível, utilizando a definição de Robert Kiyosaki(1997), que simplifica a compreensão: “Ativo é aquilo que põe dinheiro no bolso, enquanto passivo é aquilo que tira dinheiro do bolso”. A partir desse conceito, os alunos foram incentivados não apenas a identificar e classificar ativos e passivos, mas também a analisar criticamente sua influência no cotidiano por meio de situações-problema e desafios interativos.

Nessa perspectiva, o primeiro momento da oficina III se deu a partir da apresentação dos conceitos de ativos e passivos, de forma simples e prática, para os alunos conseguirem assimilar facilmente (Figura 18).

Figura 18 - Introdução ao conceito de ativos e passivos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

A partir da apresentação desses conceitos, os alunos foram convidados a refletirem, trazendo exemplos retirados a partir das suas realidades, identificando onde os conceitos de ativos e passivos poderiam se encaixar dentro dos seus contextos, por exemplo, como a compra de um celular se encaixaria? Comprar um celular novo seria Ativo ou Passivo?

No segundo momento da aula, os alunos foram divididos em grupos e receberam fichas com diferentes situações-problema. As fichas foram escolhidas aleatoriamente por cada grupo, garantindo que houvesse diversidade nos desafios analisados. Os casos apresentados incluíram a situação Julia e sua casa na praia (Figura 19), assim como a de Poliana e a venda de doces (Figura 20), por exemplo.

Figura 19 - Situação-problema A

Julia herdou uma casa na praia dos seus avós. Ela decidiu alugar a casa por R\$ 3.000 por mês durante a alta temporada (4 meses) e por R\$ 1.500 por mês durante a baixa temporada (8 meses). No entanto, ela gasta aproximadamente R\$ 8.000 por ano em manutenção e impostos.

A casa na praia é um ativo ou um passivo para Julia? Justifique sua resposta calculando os ganhos e as despesas anuais.

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 20 - Situação-problema B

Poliana decidiu começar a vender doces caseiros no bairro. Ela gasta R\$ 300,00 por mês em ingredientes e embalagens. Poliana vende, em média, 100 doces por mês a R\$ 5,00 cada.

Considerando os custos e as vendas, o negócio de Poliana é um ativo ou um passivo? Explique sua resposta calculando o lucro ou prejuízo mensal.

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Cada grupo ficou responsável por discutir a situação apresentada e decidir, com base nos conceitos aprendidos, se o item em questão era um ativo ou um passivo, justificando sua resposta com cálculos de receita e despesa.

Os grupos apresentaram sua análise para a turma, justificando sua resposta e explicando os cálculos envolvidos (Figura 21 e 22). Foi interessante perceber como os alunos começaram a entender sobre os conceitos e a argumentar com mais segurança sobre suas decisões.

Figura 21 - Resposta do grupo A

$$\begin{array}{l}
 3.000 \cdot 4 = 12.000 \\
 1.500 \cdot 8 = 12.000 \\
 \hline
 12.000 \quad 24.000 \\
 + 12.000 \quad - 8.000 \\
 \hline
 24.000 \quad 16.000
 \end{array}$$

é ativo. Ela ganha 24.000, e tem um gasto de 8.000.

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 22 - Resposta do grupo B

Esbeteira - enriquecimento seu futuro

$$\begin{array}{l}
 100 \rightarrow 500,00 \text{ R\$ por mês} \\
 \times 5 \quad 500,00 \\
 \hline
 500 \quad - 300,00 \text{ des. ingredientes todo mês} \\
 \hline
 200,00 \\
 \rightarrow \text{lucro do mês}
 \end{array}$$

Então é um negócio físico, pois entra dinheiro.

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Para reforçar o aprendizado de forma dinâmica, a aula foi finalizada com um quiz interativo no *Kahoot!*, no qual os alunos testaram seus conhecimentos sobre ativos e passivos (Figura 23). Essa abordagem lúdica estimulou a competição saudável entre os grupos, aumentando o engajamento e consolidando os conceitos de maneira prática e divertida.

Figura 23 - Participação dos alunos com o *Kahoot!*



Fonte: Acervo próprio, 2025.

A participação dos alunos foi ativa e entusiasmada. Muitos expressaram surpresa ao perceber como suas escolhas financeiras do dia a dia podem impactar sua estabilidade econômica a longo prazo. Alguns mencionaram que nunca haviam pensado na importância de priorizar ativos e manter controle nas situações que são passivos.

Partindo dessas perspectivas, é possível afirmar que a oficina foi extremamente proveitosa, pois além de ensinar os conceitos propostos, despertou nos alunos a capacidade de analisar cada situação antes de tomar uma decisão financeira, incentivando-os a pensar criticamente sobre suas próprias decisões. A ideia central da oficina foi atingida, fazendo com que tivessem uma base consolidada para ficarem mais preparados para as próximas etapas do projeto.

Oficina IV

A Oficina IV foi conduzida com o objetivo de introduzir os alunos aos conceitos fundamentais da Matemática Financeira, proporcionando uma compreensão prática sobre como o dinheiro pode se valorizar ou desvalorizar ao longo do tempo. A aula foi estruturada de forma interativa, utilizando exemplos reais e situações que fazem parte do cotidiano dos estudantes, uma vez que, mais do que apenas apresentar conhecimento teóricos, a oficina buscou capacitar os alunos a tomarem decisões mais conscientes com base nos cálculos financeiros apreendidos nesta etapa, tornando a experiência mais envolvente e significativa.

A aula teve início com uma provocação instigante: *“Vale mais a pena receber um valor maior no futuro ou ter o dinheiro agora?”*. Essa questão despertou diferentes opiniões entre os alunos, gerando um debate dinâmico no qual eles relacionaram a temática com suas próprias experiências, como parcelamentos, descontos à vista e investimentos. Esse momento inicial foi essencial para ativar o conhecimento prévio e engajar os participantes no tema da oficina.

Dando continuidade à oficina, foram apresentados os conceitos de capital (C), taxa de juros (i), montante (M) e as diferenças entre juros simples e juros compostos. A turma demonstrou um interesse particular ao discutir os impactos dos juros em empréstimos e financiamentos, pois muitos relataram situações em que familiares ou conhecidos tiveram dificuldades financeiras devido à falta de compreensão sobre o funcionamento dos juros. Essa conexão direta com a realidade ampliou a relevância do conteúdo para os estudantes.

No entanto, por se tratar de conceitos matemáticos, ainda houve uma barreira para alguns alunos, especialmente aqueles que possuem dificuldades na disciplina. A abstração dos cálculos e fórmulas gerou certo receio, mas, à medida que os exemplos práticos foram explorados e aplicados ao cotidiano, muitos conseguiram compreender melhor a importância do tema e sua aplicabilidade na vida financeira.

Após a introdução teórica, os alunos foram desafiados a resolver um conjunto de questões práticas, utilizando os conceitos aprendidos. No entanto, durante a apresentação dos conteúdos com questões iniciais básicas (Figura 24), observou-se que muitos alunos enfrentavam dificuldades com a compreensão de porcentagem, especialmente na conversão entre suas diferentes formas, por exemplo, na conversão da porcentagem em um número fracionado como $50\% = \frac{1}{2}$; ou na conversão da porcentagem para um valor decimal, por exemplo, $50\% = 0,5$, assim como pode ser observado na resposta do aluno A (Figura 25).

Figura 24 - Questões iniciais para introdução do conteúdo



PROBLEMINHA

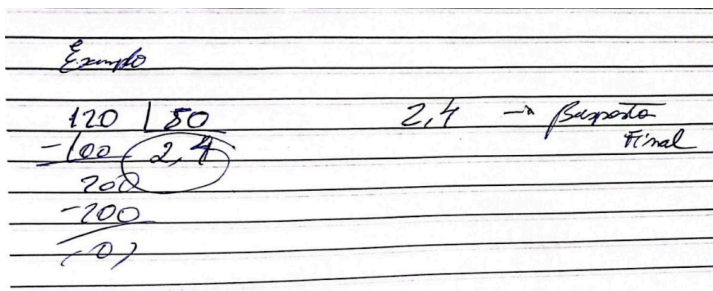
Muitas vezes utilizamos a porcentagem para indicar aumentos e descontos.

Para exemplificar, vamos pensar que Maria gostou de uma roupa que custava 120 reais, mas está, nesse período do ano, está com 50% de desconto. Maria pagou que valor pela roupa?



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 25 - Resolução da questão pelo aluno A



Exemplo

$$\begin{array}{r}
 120 \quad | \quad 50 \\
 - 60 \quad (2,4) \\
 \hline
 60
 \end{array}$$

2,4 → Suposto Final

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Foi observado também que alguns alunos tinham dificuldade para interpretar as questões e entender o que ela estava pedindo. Por exemplo, nessa mesma questão inicial (Figura 24), ao final da resolução, para chegar à resposta correta, era necessário realizar a subtração do valor inicial com o resultado, no entanto, o aluno B realizou a soma dos valores, chegando a resposta incorreta de 180 (Figura 26)

Figura 26 - Resolução da questão pelo aluno B

$$\begin{array}{r}
 120 \\
 \times 0,5 \\
 \hline
 600 \\
 + 000 \\
 \hline
 600,0
 \end{array}$$

$$120 \times 0,5 = 60$$

$$\begin{array}{r}
 120 \\
 + 60 \\
 \hline
 180
 \end{array}$$

Fonte: Acervo próprio, 2025.

A partir dessas percepções, foi necessário abrir um parêntese na aula para falar sobre porcentagem, assunto básico, porém, muitos alunos afirmaram que não lembraram como faria para realizar esses cálculos. Desse modo, para solucionar essa dificuldade, foi adotada uma abordagem voltada para revisões desses conteúdos básicos, com explicações reforçadas a respeito do cálculo de porcentagem e seu conceito.

Para uma melhor compreensão dos alunos, dado a dificuldade de entender porcentagem devido ao fato representada de diferentes formas, especialmente quando precisam convertê-la para fração ou número decimal. Então foi explicado para os alunos que a palavra porcentagem significa “por cento”, ou seja, “por 100”. Quando dizemos 50%, estamos falando de 50 partes de um total de 100. Isso pode ser escrito de duas formas:

Forma Fracionária:

$$50\% = \frac{50}{100} = \frac{1}{2}$$

Forma Decimal:

$$50\% = \frac{50}{100} = 0,5$$

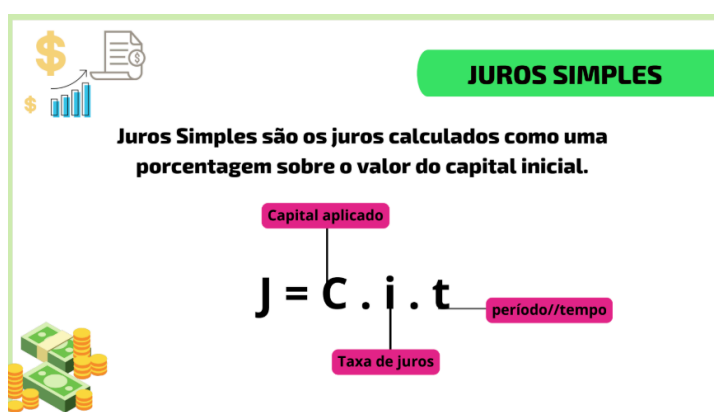
Para os alunos poderem entender melhor o conteúdo, outros exemplos com porcentagem diferentes foram trabalhados, como:

$$25\% = \frac{25}{100} = \frac{1}{4} = 0,25$$

Esse tipo de conversão, conforme os alunos relataram, parecia difícil, porém após essas explicações, a conversão de porcentagem para os cálculos ficou mais claro e compreensível.

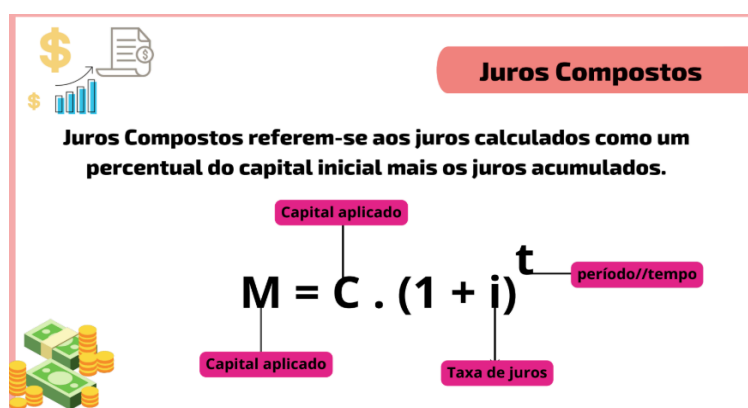
Em um segundo momento, os alunos foram apresentados as fórmulas de Juros Simples e Juros compostos e os seus respectivos conceitos (Figura 27 e 28), buscando sempre entender em quais contextos cada um se encaixaria. A princípio, os alunos sentiram dificuldade para distinção entre juros simples e juros compostos. Muitos alunos nunca haviam ouvido falar na diferença entre os dois e acreditavam que “juros” eram sempre calculados da mesma maneira. Alguns alunos questionaram também sobre o uso desses cálculos de juro na vida e como ele poderia influenciar no cotidiano de cada um fora da escola.

Figura 27 - Fórmula e Conceito de Juros Simples



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 28 - Fórmula e Conceito de Juros Compostos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Dessa forma, foi explicado que a Matemática Financeira está presente em diversas situações do dia a dia, e entender conceitos como juros, porcentagem e o valor do dinheiro no tempo pode evitar grandes prejuízos e até ajudar a ganhar dinheiro. Seguindo essa linha de

pensamento, foram dados alguns exemplos como: Cartão de Crédito: Se você não pagar a fatura inteira, os juros compostos vão fazer a dívida crescer rapidamente. Compreender isso pode evitar endividamento desnecessário; Financiamento de carro ou casa: Quando alguém compra um carro parcelado, os juros fazem o valor final ficar muito maior do que o preço original. Saber calcular juros simples e compostos ajuda a escolher a melhor forma de pagamento; Descontos e Promoções: Se uma loja anuncia “50% de desconto”, mas antes aumentou o preço, entender porcentagem ajuda a saber se a promoção vale realmente a pena; Empréstimos e Dívidas: Saber como funcionam os juros evitam cair em armadilhas de empréstimos ruins e endividamento descontrolado.

Então, a Matemática Financeira não é apenas teoria, mas sim, ferramenta fundamental para evitar prejuízos e conseguir ganhar dinheiro quando usada da melhor forma. Após essa explicação, muitos demonstraram espanto e interesse em aprender mais sobre como evitar dívidas desnecessárias.

Para encerramento da oficina e um melhor entendimento sobre os conteúdos trabalhados em sala, foi passado para os alunos uma atividade com cinco questões sobre Juros Simples e Juros Compostos, trazendo exemplos práticos do dia a dia para a realização dos cálculos necessários, reforçando os conceitos de taxa de juros, montante e tempo estimado, assim como pode ser observado no exercício na Figura 29.

Figura 29 - Exercício sobre Juros Simples e Compostos



MATEMÁTICA FINANCEIRA

Questão 01 - Um capital de R\$ 1.500,00 foi aplicado a uma taxa de 5% ao mês durante 8 meses. Determine o montante ao final desse período.

Questão 02 - Um capital de R\$ 3.000,00 foi investido a uma taxa de 2% ao mês por 10 meses. Qual será o montante ao final desse período?

Questão 03 - Uma pessoa tomou um empréstimo de R\$ 7.500,00 a uma taxa de 3% ao mês, no regime de juros simples. Após 8 meses, quanto ela terá que pagar no total?

Questão 04 - Um investidor aplica R\$ 2.000,00 a uma taxa de 5% ao mês durante 4 meses. Qual será o montante final?

Questão 05 - Um capital de R\$ 1.500,00 foi investido a uma taxa de 4% ao mês por 6 meses. Qual será o montante ao final do período?



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Os alunos responderam às questões em sala de aula (Figura 30), apresentando algumas dificuldades durante o desenvolvimento, como fórmula do cálculo de juros e como interpretar corretamente as taxas de juros e o tempo determinado. Muitos demonstraram insegurança ao identificar qual fórmula utilizar — se á dos juros simples ou compostos — e tiveram dificuldade para interpretar corretamente as variáveis envolvidas, como a taxa de juros e o tempo. Alguns alunos também questionaram o porquê de o valor final ser diferente ao usar ambas as fórmulas se em muitos casos a taxa de juros e o tempo são iguais. "Então, foi explicado que os valores são diferentes porque, nos Juros Compostos, o cálculo dos juros é feito sobre o montante acumulado, ou seja, os juros incidem também sobre os juros das parcelas anteriores.

Figura 30 - Exercício respondido pelo aluno A

The image shows handwritten work for three questions. Question 1 is about simple interest with C=1500, i=5%, t=8 months, resulting in J=600 and M=2100. Question 2 is also simple interest with C=3000, i=2%, t=10 months, resulting in J=600 and M=3600. Question 3 is about compound interest with C=2500, i=3%, t=8 months, resulting in J=1800 and M=4300. Question 4 is compound interest with C=2000, i=5%, t=4 months, resulting in M=2431.01. Question 5 is compound interest with C=1500, i=4%, t=6 months, resulting in M=1894.

Questão 1: JUROS SIMPLES
 $J = C \cdot i \cdot t$
 $C = 1500,00$
 $i = 5\%$
 $t = 8 \text{ meses}$
 $J = 1500 \cdot \frac{5}{100} \cdot 8$
 $J = 600,00$
MONTANTE
 $M = C + J$
 $M = 1500 + 600 = 2100$
 O valor final foi de 2100

Questão 2:
 $J = C \cdot i \cdot t$
 $C = 3000$
 $i = 2\%$
 $t = 10$
 $J = 3000 \cdot \frac{2}{100} \cdot 10$
 $J = 600$
 $M = C + J$
 $M = 3000 + 600 = 3600$

Questão 3:
 $J = C \cdot i \cdot t$
 $C = 2500$
 $i = 3\%$
 $t = 8 \text{ meses}$
 $J = 2500 \cdot \frac{3}{100} \cdot 8$
 $J = 1800$
 $M = C + J$
 $M = 2500 + 1800 = 4300$

Questão 4: Juros Compostos
 $M = C(1+i)^t$
 $C = 2000$
 $i = 5\%$
 $t = 4 \text{ meses}$
 $M = 2000(1+0,05)^4$
 $M = 2000(1,05)^4$
 $M = 2000(1,21550625)$
 $M = 2431,01$

Questão 5:
 $M = C(1+i)^t$
 $C = 1500$
 $i = 4\%$
 $t = 6 \text{ meses}$
 $M = 1500(1+0,04)^6$
 $M = 1500(1,04)^6$
 $M = 1500(1,2653)$
 $M = 1894$

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Durante a resolução, observou-se que os alunos recorreram a diferentes estratégias: alguns utilizaram calculadoras, outros buscaram identificar padrões entre os exemplos trabalhados anteriormente. Houve também cooperação entre colegas, com trocas de explicações e tentativas de resolver juntos os exercícios. Essa colaboração contribuiu para que, aos poucos, eles compreendessem melhor os procedimentos e conceitos envolvidos, conseguindo assim aplicar corretamente os cálculos propostos.

A oficina IV foi fundamental para ampliar a compreensão dos alunos sobre finanças pessoais. Foi visto que, além de ensiná-los a calcular juros e montantes, a oficina fez com que

os alunos refletissem sobre as decisões financeiras e seu impacto a longo prazo. Portanto, é viável dizer que o objetivo foi, mesmo diante de desafios, atingido, uma vez que, ao final da aula, a maioria dos alunos conseguiu resolver os exercícios e reconhecer a importância da Matemática Financeira.

Assim, a oficina acaba exprimindo mais do que um conteúdo matemático. Com ela, foi possível contribuir com a formação de cidadãos mais conscientes e preparados para lidar com a realidade da vida adulta. Entender sobre cálculo de juros é crucial para escapar de armadilhas financeiras que prejudicam a construção de um futuro promissor.

Oficina V

Dando prosseguimento as oficinas realizadas, a oficina V encerrou o Módulo I do projeto-piloto, trazendo reflexões sobre o consumo consciente e o efeito das redes sociais nas decisões de compras dos alunos. A aula foi planejada para incentivar um olhar crítico sobre o marketing digital e como ele pode influenciar hábitos financeiros, muitas vezes sem que os consumidores percebam.

No início da oficina, os alunos foram convidados a debaterem com a seguinte problematização. “*Quem aqui já sentiu vontade de comprar algo após ver nas redes sociais?*” (Figura 31).

Figura 31 - Problematização para início da aula



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Essa questão fez com que os alunos refletissem sobre suas próprias experiências antes mesmo da explicação do conteúdo, tornando a discussão mais dinâmica, participativa e próxima da realidade deles. Iniciar as oficinas com uma situação-problema ou questionamento, desperta o interesse dos alunos e promove a participação ativa entre eles.

Nessa perspectiva, durante o diálogo com os alunos, destacou-se a menção deles em relação aos influenciadores digitais. Segundo o relato, já sentiram na vontade de comprar produtos promovidos pelos influenciadores em uma de suas publicações, haja vista que, a forma como foi realizado as propagandas, transmitiam credibilidade, um senso de desejo e exclusividade pelos produtos.

Os alunos se mostraram bastante receptivos ao tema e interessados em entender como os algoritmos das redes sociais moldam as decisões de compra, muitas vezes sem que o consumidor perceba. Por exemplo, ao realizar uma pesquisa na internet, ao acessar novamente uma rede social, o indivíduo é bombardeado por propagandas relacionadas ao tema pesquisado. Isso mostra como a internet pode ser prejudicial nas nossas decisões, mas também pode ser aliada quando se monta um negócio.

No segundo momento, foi abordado o conceito de consumismo, discutindo como as compras por impulso podem estar ligadas a fatores emocionais. Desse modo, existem três principais razões que os levam a comprar sem necessidade, como:

- Compras por impulso motivadas por emoções como ansiedade e estresse;
- Endividamento causado pelo uso excessivo do crédito;
- A falsa sensação de felicidade momentânea gerada pelo ato de comprar;

A aula também trouxe uma análise crítica sobre como os influenciadores digitais e as marcas utilizam técnicas de persuasão para estimular o desejo de compra, como:

- Senso de urgência – promoções relâmpago e escassez de produtos;
- Prova social – número de seguidores e depoimentos de clientes;
- Parcerias estratégicas – colaboração com celebridades para gerar credibilidade;
- Publicidade disfarçada – postagens de influenciadores promovendo produtos sutilmente.

Os alunos participaram ativamente, reconhecendo situações em que foram influenciados por essas estratégias e refletindo sobre o impacto disso na realidade deles. Nesse contexto, um aluno mencionou o caso do Neymar Júnior⁵, que frequentemente faz publicidade para casas de apostas. Ele destacou que a grande influência do jogador pode levar muitos jovens e adultos a se interessarem por jogos de azar sem avaliar os riscos financeiros envolvidos. Esse exemplo gerou debate sobre a responsabilidade dos influenciadores na promoção de produtos potencialmente prejudiciais.

⁵ Jogador brasileiro de futebol, atuou por grandes times do futebol mundial e seleção brasileira.

Durante as discussões, alguns alunos relataram também que nunca haviam parado para refletir sobre o fato de que influenciadores podem promover produtos que não usam. Um deles comentou: *“Se um influenciador divulga, então ele usa o produto? Mas agora percebo que não necessariamente.”* Essa reflexão mostrou um avanço na consciência crítica dos alunos em relação ao consumo digital.

Também foi abordado, a relação entre o cartão de crédito e o consumismo, analisando como a facilidade de parcelamento, os programas de *cashback* e recompensas podem incentivar compras impulsivas. Foram discutidos os riscos do uso descontrolado do crédito, incluindo:

- A ilusão do poder de compra, que leva ao acúmulo de dívidas;
- A dificuldade de quitar parcelas ao longo do tempo;
- Os juros elevados, que podem transformar uma pequena compra em um grande problema financeiro.

O debate foi enriquecido por relatos de alunos sobre experiências pessoais ou familiares com endividamento. Houve uma compreensão clara de que o uso responsável do cartão de crédito exige planejamento e autocontrole.

Durante as discussões realizadas com os alunos, houve muitos relatos de situações pessoais compartilhadas pelos alunos sobre as situações financeiras das suas famílias provocadas pelo uso do cartão de crédito provocado pelo consumismo. Temas como esses fazem com que o professor atinja os alunos, de modo que passem a entender sobre a importância da Educação Financeira e como ela pode impactar positivamente na vida de cada aluno.

Após essa etapa de discussões e debates, para consolidar o aprendizado da oficina, os alunos foram divididos em grupos para poderem participar de uma atividade prática. Para a atividade, os alunos receberam fichas para poderem analisar lojas ou influenciadores digitais, respondendo a questões como: Quantidade de seguidores, Técnicas de persuasão utilizadas, Frequência de postagens e Interação com os seguidores (Figura 32 e 33).

Figura 32 - Atividade Análise de persuasão - parte 1

ANÁLISE DE PERSUASÃO DE LOJA OU INFLUENCIADOR

Escolha uma loja ou um influenciador para analisar. Pode ser uma loja local ou online, ou um influenciador popular nas redes sociais.

NOME DA LOJA OU INFLUENCIADOR:

QUANTOS SEGUIDORES A LOJA OU INFLUENCIADOR TEM?

A LOJA OU INFLUENCIADOR USA TÉCNICAS DE PERSUASÃO?

QUAIS TÉCNICAS DE PERSUASÃO VOCÊ IDENTIFICOU?

COM QUE FREQUÊNCIA A LOJA OU INFLUENCIADOR FAZ POSTAGENS OU ATUALIZAÇÕES?

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 33 - Atividade Análise de persuasão - parte 2

A LOJA OU INFLUENCIADOR OFERECE ALGUMA FORMA DE INTERAÇÃO DIRETA COM OS SEGUIDORES?

COMO A LOJA OU INFLUENCIADOR APRESENTA SEUS PRODUTOS OU SERVIÇOS?

REFLEXÃO

COMO ESSAS TÉCNICAS DE PERSUASÃO INFLUENCIAM AS PESSOAS NA TOMADA DE DECISÕES DE COMPRA?

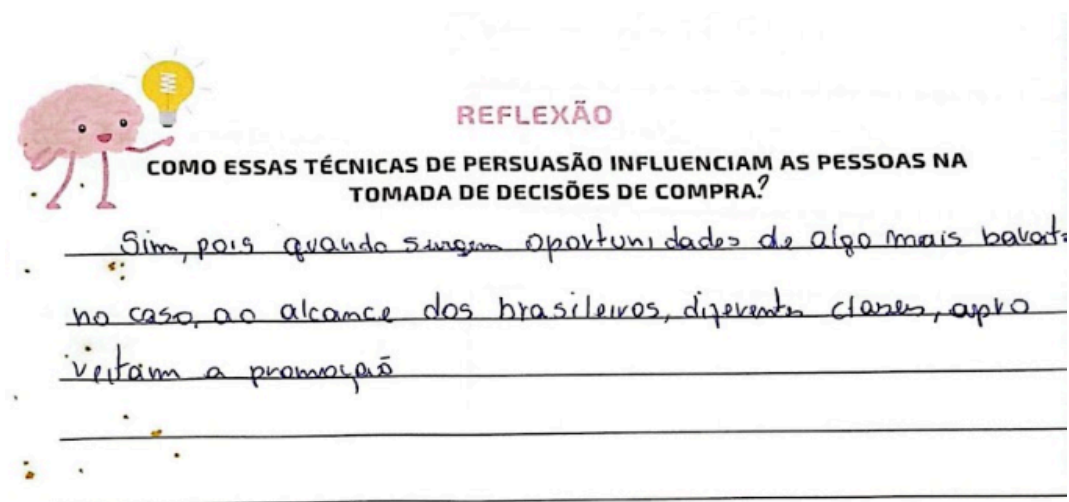
GRUPO:

ELEVA
ENRIQUECENDO SEU FUTURO:
DA SALA DE AULA AO SUCESSO

Fonte: Acervo próprio, 2025.

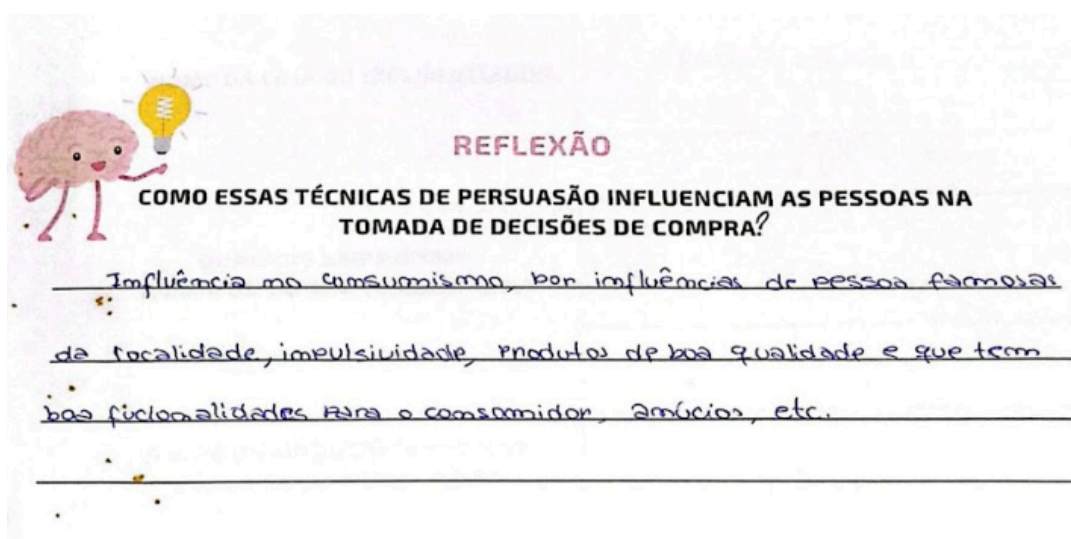
Essa etapa foi fundamental para os alunos perceberem, na prática, como as empresas e influenciadores utilizam estratégias de marketing digital para atrair consumidores. Entre os exemplos analisados, destacaram-se parcerias com celebridades, promoções chamativas e o uso de músicas e paródias para aumentar o engajamento do público. Muitos alunos demonstraram surpresa ao notar como essas estratégias já haviam impactado suas próprias decisões de compra, conforme pode ser observado na Figura 34 e 35.

Figura 34 - Atividade Análise de persuasão realizada pelo aluno - parte 1



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 35 - Atividade Análise de persuasão realizada pelo aluno - parte 2



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Essa atividade foi especialmente enriquecedora, pois os grupos tiveram a oportunidade de escolher e analisar lojas e influenciadores que já faziam parte de seu cotidiano. Para isso, acessaram o *Instagram*, pesquisaram os perfis de interesse e responderam às perguntas propostas. Essa abordagem foi fundamental, por permitir que os alunos analisassem de forma crítica algo que já consumiam habitualmente, levando-os a perceber como poderiam ter sido influenciados por estratégias de persuasão.

No encerramento da oficina, os alunos foram desafiados a pensar em estratégias para evitar compras impulsivas e usar isso ao seu favor. Além de desenvolver um olhar crítico sobre o consumismo, a oficina também teve um objetivo secundário essencial: preparar os alunos para utilizar esse conhecimento estrategicamente no futuro. Ao compreenderem as técnicas de persuasão e o funcionamento das redes sociais, eles poderão aplicar essas estratégias quando se tornarem futuros empreendedores.

Ao final da oficina, pode ser observado que o seu objetivo foi alcançado, haja vista que ela proporcionou aos alunos um novo olhar sobre seus hábitos de consumo. A metodologia utilizada, que combinou debates, análise de dados e atividade prática, garantiu que os alunos compreendessem sobre os impactos do marketing digital na tomada de decisões financeiras.

Os alunos demonstraram um engajamento significativo, compartilhando experiências, analisando criticamente estratégias de persuasão com a atividade prática e refletiram sobre como pode se tornar consumidores conscientes.

Ao final do Módulo I, pode-se afirmar que a oficina cumpriu seu objetivo, uma vez que os alunos compreenderam a influência das redes sociais na vida financeira das pessoas. Com esse conhecimento adquirido, estarão aptos a utilizá-lo de forma estratégica nas próximas oficinas.

Oficina VI

A Oficina VI marcou o começo do Módulo II do nosso projeto-piloto sobre Empreendedorismo. Após um trabalho cuidadoso para estabelecer uma base sólida junto aos alunos — explorando temas como Educação Financeira, a distinção entre ativos e passivos, o cálculo de juros e até estratégias de consumo e o papel das redes sociais, chegou o instante de nos aventurarmos pelo campo do Empreendedorismo. O foco dessa etapa estava bem definido, o objetivo principal dessa etapa é que os estudantes desenvolvessem a capacidade de

identificar oportunidades de negócios, dessem vida a ideias e compreendessem os pilares para gerir pequenos negócios.

A abordagem foi delineada de forma gradual e sistemática, assegurando que os discentes pudessem aprender sobre a evolução histórica e estratégica de grandes empresas, examinar com profundidade as estratégias de marketing empregadas e, por fim, mobilizar tais conhecimentos na elaboração de seus próprios pequenos negócios.

Primeiro dia da Oficina VI – Introdução Conceitual: Contextualizando o Empreendedorismo

O primeiro dia da oficina foi dedicado à introdução conceitual do tema, alinhando-se ao objetivo de contextualizar o Empreendedorismo por meio de casos reais e reflexões críticas. A aula iniciou-se com uma explanação sobre o significado de empreender, destacando que o conceito vai além da simples criação de um negócio, abrangendo a capacidade de identificar oportunidades, inovar e gerenciar recursos eficientemente. Foram apresentados diferentes tipos de Empreendedorismo, como a criação de negócios do zero (ex.: lojas, restaurantes), a introdução de inovações em mercados existentes e a exploração de tendências estratégicas.

Para tornar o conteúdo mais acessível, foram discutidos exemplos de empresas famosas, como *iFood*⁶, *McDonald's*⁷ e *ChatGPT*⁸, enfatizando como essas empresas começaram pequenas e cresceram por meio de ideias inovadoras (Figura 36). Um momento marcante foi o questionamento de um aluno: *“Como eu sei se uma ideia realmente é inovadora? Às vezes penso em algo, mas depois descobri que já existe algo parecido”*. A resposta, fundamentada em exemplos reais, destacou que a inovação nem sempre reside na criação de algo inédito, mas na melhoria de produtos ou serviços existentes – como o *McDonald's*, que revolucionou o atendimento rápido, ou o *iFood*, que digitalizou a entrega de alimentos.

⁶ Empresa brasileira de tecnologia que atua como aplicativo de delivery de comida e mercado.

⁷ Rede de fast food que serve hambúrgueres, sanduíches, acompanhamentos e sobremesas.

⁸ Ferramenta de inteligência artificial criada pela empresa OpenAI.

Figura 36 - Exemplos de empresas mundiais usadas no trabalho



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Os alunos demonstraram reações mistas: enquanto alguns se mostraram intrigados com as histórias de sucesso, outros não estavam inseguros, argumentando que “esse tema só serve para quem é rico”. Esse comentário revelou uma percepção inicial de distanciamento do Empreendedorismo, possivelmente ligada à realidade socioeconômica dos estudantes. Para abordar essa resistência, foi enfatizado que muitos negócios começam com investimentos modestos, dependendo de organização e planejamento, como é o caso do *McDonald's*, por exemplo, eles não inventaram o hambúrguer, mas inovou na rapidez e padronização do atendimento. O *iFood* não inventou a entrega de comida, mas criou um sistema digital que facilitou pedidos online. Essas afirmativas abriram espaço para uma segunda pergunta relevante: “*Mas se eu tiver pouco dinheiro para começar, ainda dá para empreender?*”. A resposta reforçou a viabilidade do Empreendedorismo acessível, citando exemplos de crescimento gradual a partir de recursos limitados.

A introdução ao marketing e à divulgação também foi abordada, com destaque para o uso de redes sociais (*Instagram, Facebook, TikTok*) como ferramentas acessíveis e eficazes. Os alunos se mostraram particularmente interessados nesse ponto, dado o domínio que já possuem dessas plataformas, o que sugeriu um potencial de conexão entre seus conhecimentos prévios e as práticas empreendedoras.

Segundo dia da Oficina VI – Atividade Prática: Montagem e Apresentação dos Paineis Informativos

No segundo dia, a oficina avançou para uma abordagem prática, com o objetivo de aplicar os conceitos discutidos por meio da criação e apresentação de painéis informativos

sobre empresas escolhidas pelos alunos. A turma foi dividida em grupos, recebendo materiais como cartolinas, lápis coloridos, cola, tesouras e textos impressos com as histórias de marcas como *Coca-Cola*, *Cacau Show*, *Amazon*, *Havaianas*, *Nike* e *WePink*. Cada grupo foi desafiado a responder perguntas estruturadas sobre a história do empreendimento, o nome da marca, as estratégias de marketing, a identidade visual e os desafios enfrentados.

A produção dos cartazes revelou um processo dinâmico de colaboração, embora com desafios iniciais. Alguns alunos demonstraram resistência à atividade, questionando por que o trabalho não foi “passado para casa”, evidenciando uma preferência por tarefas individuais ou fora do ambiente da sala de aula. Essa relutância foi contornada pela professora autora, que justificou a realização em classe como uma forma de garantir a participação de todos e evitar a concentração do esforço em apenas um membro do grupo. Durante a atividade, foi possível observar diferentes níveis de engajamento: enquanto alguns alunos se dedicaram à escrita das respostas, outros se concentraram na parte visual, colando imagens e organizando o layout, como pode ser visto na Figura 37.

Figura 37 - Produção de cartazes realizado pelos alunos

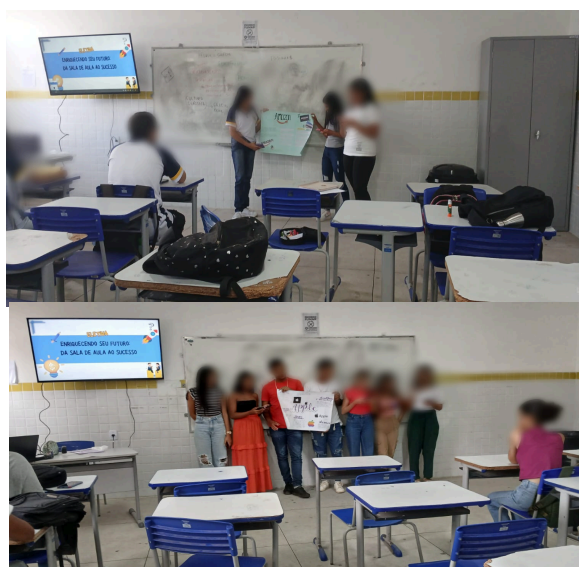


Fonte: Acervo próprio, 2025.

As apresentações dos painéis foram um ponto alto da aula. O grupo da *Coca-Cola* destacou o uso de campanhas emocionais para consolidar a marca; o da *Cacau Show* enfatizou a visão empreendedora de seu fundador; e o da *Amazon* impressionou ao descrever a transformação de uma livraria *on-line* em um gigante do *e-commerce* (Figura 38). As

discussões geradas pelas apresentações estimularam reflexões críticas. Os alunos perceberam que, por trás de marcas mundialmente conhecidas, há trajetórias marcadas por inovação, persistência e estratégias bem estruturadas de posicionamento no mercado. A turma reconheceu que o sucesso de um empreendimento não se resume apenas à oferta de um bom produto, mas também à criação de uma identidade forte, à escuta das necessidades do público e à capacidade de adaptação diante de desafios.

Figura 38 - Alunos apresentando trabalho sobre as empresas.



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Ao final, os alunos foram estimulados a reflexão conduzida pela professora autora “*O que vocês aprenderam com essas histórias?*”. As respostas indicaram uma mudança de perspectiva: os alunos reconheceram que grandes empresas enfrentaram desafios iniciais e o sucesso depende de planejamento e persistência, desmistificando a ideia de que o empreendedorismo é exclusivo para elites.

Terceiro dia da Oficina VI – Organização do Pequeno Negócio: Planejamento e Divisão de Funções

O terceiro dia marcou a transição para a criação prática de pequenos negócios pelos alunos, consolidando os aprendizados anteriores em uma atividade prática e envolvente. Os estudantes receberam uma apostila com orientações para estruturar seus pequenos negócios, incluindo divisão de funções (ex.: CEO, marketing, financeiro), escolha de produtos, lista de materiais, orçamento inicial, opções de pagamento e estratégias de divulgação, assim como

pode ser observado nas Figuras 39 e 40, no qual mostra a capa inicial da apostila e a divisão de atividades, os nomes dos alunos foram ocultados por questões éticas. A aula foi caracterizada por intensa interação e autonomia, com os alunos se organizando em grupos – totalizando sete grupos, ou seja, sete pequenos negócios (Tabela 2 - Nome dos pequenos negócios criados pelos 7 grupos dos alunos) – e definindo funções dentro deles.

Figura 39 - Apostila criada para organização das empresas criadas pelos alunos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 40 - Divisão de atividades elencada na apostila - Grupo A

DIVISÃO DE FUNÇÕES	
Definem quem ficará responsável por cada área do empreendimento.	
CEO/COORDENADOR GERAL RESPONSÁVEL POR LIDERAR A EQUIPE E TOMAR DECISÕES IMPORTANTES.	
MARKETING/ DIVULGAÇÃO PLANEJA AS DIVULGAÇÕES, CAMPANHAS NAS REDES SOCIAIS	
FOTO/ VÍDEOS RESPONSÁVEL PELAS FOTOS E VÍDEOS DO PRODUTO.	
FINANCEIRO RESPONSÁVEL PELO CONTROLE DE CUSTOS, RECEITA, PRECIFICAÇÃO E LUCRO.	
PRODUÇÃO CUIDA DA CRIAÇÃO OU FABRICAÇÃO DOS PRODUTOS OU SERVIÇOS	
VENDAS FOCA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE	TODOS PARTICIPAM! ou!

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Tabela 2 - Nome dos pequenos negócios criados pelos 7 grupos dos alunos

Grupos	Nome do Pequeno Negócio
Grupo A	Mousseria
Grupo B	Sabor Trufado
Grupo C	Pedaço de Sonho
Grupo D	Salgadinho dos Pretos
Grupo E	Delícias Geladas
Grupo F	Doce Memória
Grupo G	Doces Encantos

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Os alunos definiram os produtos que iriam vender, dando um passo importante na construção de seus pequenos negócios (Figura 41). Com base nas escolhas feitas, eles começaram a identificar e listar os materiais necessários para a produção desses itens, utilizando a apostila fornecida como guia (Figura 42). Esse processo envolveu desde a pesquisa de ingredientes e embalagens até a consulta de preços.

Figura 41 - Definição dos produtos que seriam vendidos - Grupo A e B

QUAIS PRODUTOS VOCÊS PLANEJAM OFERECER PARA VENDA?

Lista dos materiais necessários para iniciar o negócio

Mousses: Sabor chocolate e vanila
 Bolo de Pote: Sabor chocolate e vanila
 Bolo de Pote: Sabor chocolate e vanila

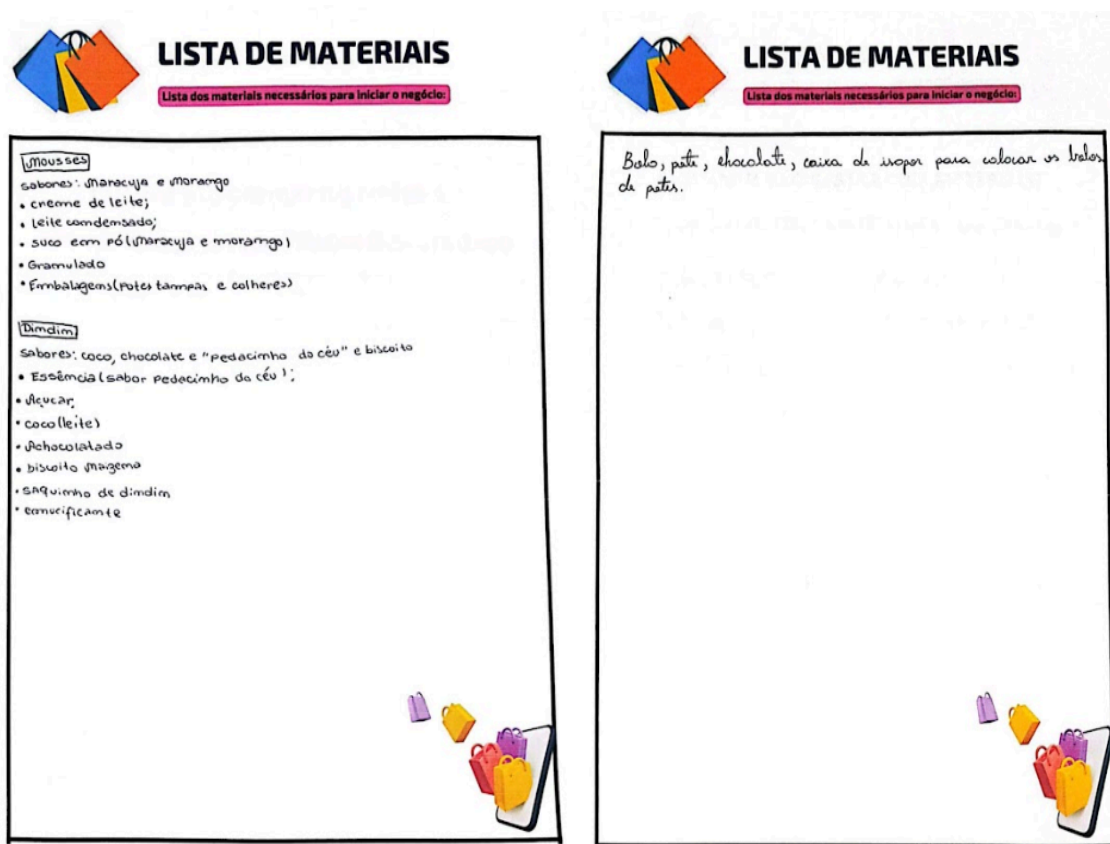
QUAIS PRODUTOS VOCÊS PLANEJAM OFERECER PARA VENDA?

Lista dos materiais necessários para iniciar o negócio

Bolo de Pote

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 42 - Lista de Materiais necessários para produção - Grupo A e B

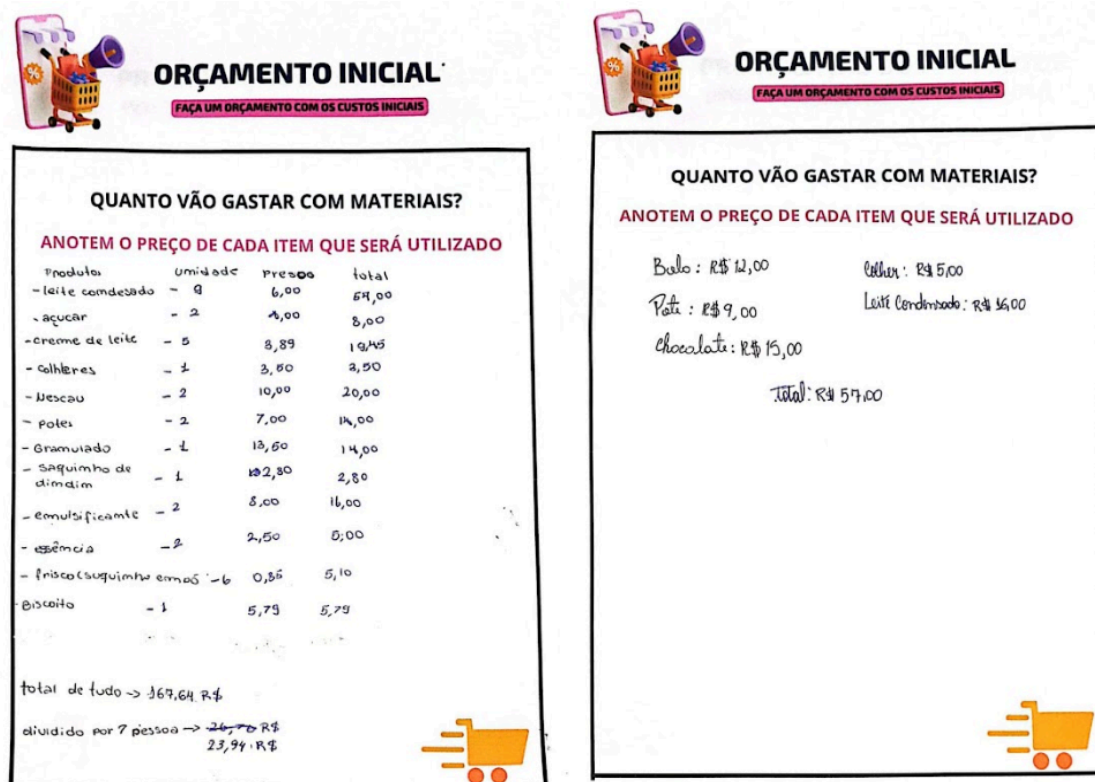


Fonte: Acervo próprio, 2025.

É importante destacar que, embora a pesquisa envolva um total de sete grupos, neste trabalho, optou-se por apresentar exemplos e representações visuais de apenas dois deles (Grupo A e Grupo B), a fim de otimizar a clareza e a fluidez na exposição dos resultados e facilitar a compreensão da dinâmica do trabalho.

A pesquisa de preços foi um dos aspectos mais envolventes. Sem conhecimento prévio dos custos de materiais, os alunos consultaram encartes digitais, perguntaram em supermercados via *WhatsApp* e até visitaram mercados locais, tirando fotos para comparar valores. Grupos no *WhatsApp* foram criados para facilitar a comunicação, e a professora autora participou ativamente, sugerindo alternativas econômicas e esclarecendo dúvidas (Figura 43). Esse processo revelou um aprendizado sobre gestão de custos e pesquisa de mercado, com os alunos demonstrando entusiasmo ao perceberem que poderiam otimizar seus orçamentos.

Figura 43 - Orçamento Inicial definido pelos alunos - Grupo A e B



Fonte: Acervo próprio, 2025.

O engajamento familiar também enriqueceu a experiência. Alguns alunos trouxeram receitas de sacolés caseiros ensinadas por avós, enquanto outro, que trabalha em uma padaria, compartilhou técnicas para bolos de pote.

Os alunos se mostraram motivados ao verem seus projetos ganharem forma, embora a precificação dos produtos tenha sido adiada para a próxima aula. Reflexões como “*Nunca pensei que daria tanto trabalho organizar um negócio*” indicaram uma percepção mais realista dos desafios empreendedores, enquanto o envolvimento prático fortaleceu habilidades como trabalho em equipe e tomada de decisão.

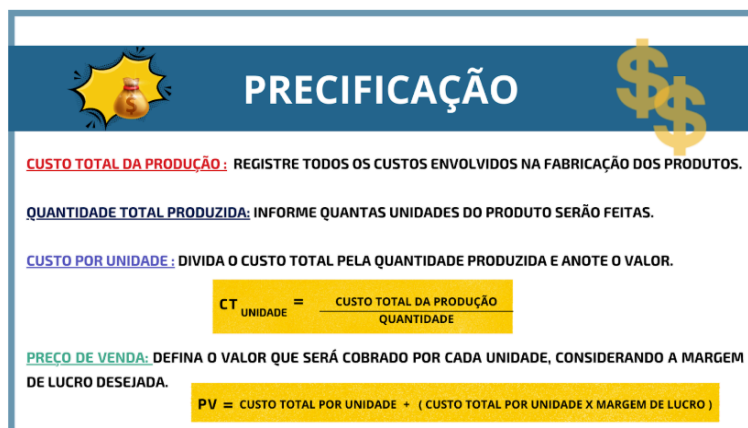
Oficina VII

A Oficina VII, que integrante do projeto-piloto, foi estruturada para dar sequência a oficina voltada ao empreendedorismo, com o propósito de capacitar os alunos a calcular de maneira precisa o preço de venda dos seus produtos ou serviços planejados e estruturados na última oficina, levando em conta os custos fixos, os custos variáveis e a margem de lucro desejada. A oficina foi desenvolvida em um formato teórico-prático, integrando conceitos

fundamentais de Matemática Financeira e Empreendedorismo com exercícios práticos para serem usados pelos alunos nos seus pequenos negócios, possibilitando a aplicação direta e significativa dos conhecimentos apresentados.

A oficina teve início com uma exposição teórica detalhada, na qual se exploraram os fundamentos da precificação e da análise de custos. Discutiu-se a distinção entre custos fixos, como os referentes a aluguel e energia elétrica, que permanecem constantes independentemente da escala de produção, e custos variáveis, a exemplo de matéria-prima e embalagens, cuja variação está atrelada ao volume produzido. A margem de lucro entrou na conversa como algo que não pode ser deixado de lado, destacando-se sua importância para a continuidade de maneira saudável de um empreendimento. Foram ensinados os cálculos básicos para determinar o custo total, o custo por unidade e o preço de venda, com base nas seguintes fórmulas: o custo total (CT) como a soma dos custos fixos e variáveis; o custo total por unidade (CT unidade) como o custo total dividido pela quantidade produzida; e o preço de venda (PV) como o custo por unidade acrescido da margem de lucro estipulada, assim com o pode ser observado na Figura 44.

Figura 44 - Slide apresentado para os alunos contendo as fórmulas trabalhadas.



PRECIFICAÇÃO

CUSTO TOTAL DA PRODUÇÃO: REGISTRE TODOS OS CUSTOS ENVOLVIDOS NA FABRICAÇÃO DOS PRODUTOS.

QUANTIDADE TOTAL PRODUZIDA: INFORME QUANTAS UNIDADES DO PRODUTO SERÃO FEITAS.

CUSTO POR UNIDADE: DIVIDA O CUSTO TOTAL PELA QUANTIDADE PRODUZIDA E ANOTE O VALOR.

$$CT_{UNIDADE} = \frac{CUSTO\ TOTAL\ DA\ PRODUÇÃO}{QUANTIDADE}$$

PREÇO DE VENDA: DEFINA O VALOR QUE SERÁ COBRADO POR CADA UNIDADE, CONSIDERANDO A MARGEM DE LUCRO DESEJADA.

$$PV = CUSTO\ TOTAL\ POR\ UNIDADE + (CUSTO\ TOTAL\ POR\ UNIDADE \times MARGEM\ DE\ LUCRO)$$

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Após a apresentação desses conceitos, foi conduzida uma atividade prática, na qual os alunos foram organizados nos seus respectivos grupos já criado anteriormente e desafiados a realizar a precificação dos seus produtos definidos na última oficina baseado nos dados levantados por eles próprios. Cada grupo foi orientado a calcular o custo total, o custo por unidade e o preço de venda, considerando uma margem de lucro pré definida por eles. Foram apresentados dois grupos que se destacaram na realização dessa tarefa: o Grupo A e o Grupo

B, que apresentaram cálculos detalhados para os negócios propostos com base em informações coletadas diretamente por eles.

Figura 45 - Precificação dos produtos realizados pelo grupo A

PRECIFICAÇÃO

ANOTE AS SEGUINTES INFORMAÇÕES PARA OS PRODUTOS QUE VOCÊS IRÃO VENDER:

CUSTO TOTAL DA PRODUÇÃO: REGISTRE TODOS OS CUSTOS ENVOLVIDOS NA FABRICAÇÃO DOS PRODUTOS.

QUANTIDADE TOTAL PRODUZIDA: INFORME QUANTAS UNIDADES DO PRODUTO SERÃO FEITAS.

CUSTO POR UNIDADE: DIVIDA O CUSTO TOTAL PELA QUANTIDADE PRODUZIDA E ANOTE O VALOR.

PREÇO DE VENDA: DEFINA O VALOR QUE SERÁ COBRADO POR CADA UNIDADE, CONSIDERANDO A MARGEM DE LUCRO DESEJADA.

CUSTO TOTAL DA PRODUÇÃO	total: R\$ 167,64
QUANTIDADE TOTAL PRODUZIDA	100 unidades (60 mousse e 40 dindim)
CUSTO POR UNIDADE	$c_{unidade} = \frac{ct}{Q_{td}} = \frac{167,64}{100} = 1,67$
PREÇO DE VENDA	$Pv = ct + (ct \times \text{MARGEM DE LUCRO})_{50\%}$ $Pv = 1,67 + (1,67 \times 0,5)$ $Pv = 1,67 + 0,83 = 2,50 \text{ PREÇO MÍNIMO PARA VENDER}$

CC Digitalizado com CamScanner

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Como pode ser observado na Figura 45. O Grupo A considerou a produção de 100 unidades dos seus produtos, sendo 60 unidades de mousse e 40 unidades de dindim⁹. O custo total da produção, obtido a partir de dados levantados pelos alunos, foi calculado em R\$ 167,64. Vale ressaltar que esses valores dos custos de produção foram divididos entre os alunos de cada grupo. Por exemplo, esse grupo A é composto por sete participantes, sendo assim, o valor de investimento para a produção inicial da empresa ficaria em torno de R\$ 23,95 para cada aluno. Ao dividir o custo total pela quantidade total produzida (100 unidades), chegou-se a um custo por unidade aproximado de R\$ 1,67. Com a aplicação de uma margem de lucro de 50%, o preço de venda por unidade foi definido em R\$ 2,50, valor considerado competitivo e suficiente para cobrir os custos e gerar lucro.

O Grupo B considerou a produção de 18 unidades de bolo de pote. O custo total da produção, obtido a partir de dados levantados pelos alunos, foi calculado em R\$ 57,00. Ao dividir esse valor pela quantidade total produzida (18 unidades), chegou-se a um custo por

⁹ Sobremesa gelada feita em saquinhos comumente vendida na região nordeste.

unidade aproximado de R\$ 3,16. Com a aplicação de uma margem de lucro de 60%, o preço de venda por unidade foi definido em R\$ 5,00, valor suficiente para cobrir os custos e gerar lucro, como pode ser observado na Figura 46.

Figura 46 - Precificação dos produtos realizados pelo grupo B

PRECIFICAÇÃO

ANOTE AS SEGUINTES INFORMAÇÕES PARA OS PRODUTOS QUE VOCÊS IRÃO VENDER:

CUSTO TOTAL DA PRODUÇÃO: REGISTRE TODOS OS CUSTOS ENVOLVIDOS NA FABRICAÇÃO DOS PRODUTOS.

QUANTIDADE TOTAL PRODUZIDA: INFORME QUANTAS UNIDADES DO PRODUTO SERÃO FEITAS.

CUSTO POR UNIDADE: DIVIDA O CUSTO TOTAL PELA QUANTIDADE PRODUZIDA E ANOTE O VALOR.

PREÇO DE VENDA: DEFINA O VALOR QUE SERÁ COBRADO POR CADA UNIDADE, CONSIDERANDO A MARGEM DE LUCRO DESEJADA.

CUSTO TOTAL DA PRODUÇÃO	R\$ 57,00
QUANTIDADE TOTAL PRODUZIDA	18 unidades (foto de pote)
CUSTO POR UNIDADE	$\frac{57}{18} = 3,16$
PREÇO DE VENDA	$PV = 3,16 + (3,16 \times 0,6)$ $PV = 3,16 + 1,89 = 5,05$

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Ao final da atividade prática, os grupos apresentaram os cálculos realizados e suas reflexões. Foi observado que a experiência auxiliou na compreensão da importância de considerar todos os custos envolvidos na produção, bem como na percepção da relação entre custos, margem de lucro e preço final, aspectos que inicialmente pareciam abstratos. Também foi destacado que o exercício prático evidenciou como uma precificação inadequada pode comprometer a continuidade de um negócio, especialmente para jovens empreendedores em início de trajetória.

A oficina foi finalizada com uma discussão entre os participantes, momento em que se buscou refletir sobre os conhecimentos adquiridos e debater caminhos para reduzir custos e elevar a competitividade de produtos no mercado. Notou-se, durante o diálogo, um evidente entusiasmo ao se compreender que os cálculos explorados permitiam uma precificação mais estratégica e consistente. Foi relatado que a atividade esclareceu o peso dos custos fixos no preço final e a necessidade de definir o valor de venda com precisão, evitando perdas e

assegurando margem de lucro, o que pareceu trazer segurança para futuros projetos empreendedores.

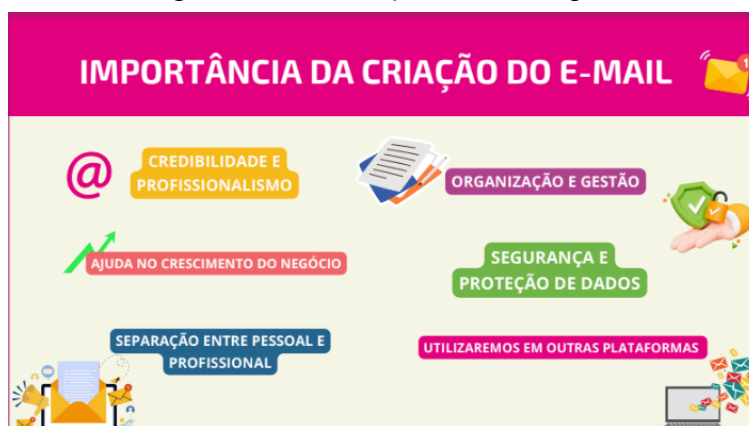
A integração de teoria, prática e reflexão possibilitou que os participantes concluíssem a atividade mais confiantes e preparados para aplicar os conceitos de precificação em seus pequenos negócios, contribuindo para a formação de jovens empreendedores mais conscientes e estratégicos.

Oficina VIII

A Oficina oito, realizada como parte do projeto-piloto, marcou um momento significativo no desenvolvimento das competências iniciais dos participantes para a estruturação de seus pequenos negócios. Ela abordou a criação de um e-mail profissional, destacando-se como um passo essencial para conferir credibilidade, organização e segurança às iniciativas empreendedoras dos estudantes.

A oficina teve início com uma explanação detalhada sobre a relevância do e-mail profissional no contexto empreendedor. A professora autora enfatizou que muitos alunos não possuíam experiência prévia nessa tarefa, o que tornou necessário um enfoque introdutório claro e acessível. Foram apresentados exemplos práticos de e-mails bem elaborados, com orientações para evitar nomes genéricos ou desleixados, incentivando os alunos a escolher endereços que refletissem diretamente o nome ou a essência do negócio que estavam começando a desenvolver. Esse cuidado foi apontado como um diferencial para estabelecer uma imagem confiável perante futuros clientes ou parceiros.

Figura 47 - A importância da criação do e-mail profissional



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Com o objetivo de promover a organização e facilitar o acesso a plataformas digitais que seriam utilizadas nas etapas seguintes do projeto, cada grupo foi orientado a registrar

cuidadosamente seus logins e senhas. Para garantir a colaboração entre as equipes, sugeriu-se que essas informações fossem compartilhadas nos grupos de *WhatsApp* correspondentes a cada grupo. Essa estratégia permitiu que todos os alunos de cada grupo tivessem acesso ao e-mail profissional criado, especialmente para ferramentas como o *Canva*, que seriam exploradas em oficinas futuras para o desenvolvimento de identidade visual e materiais gráficos.

A condução da oficina foi marcada por uma abordagem dinâmica e prática. O passo a passo para a criação do e-mail foi demonstrado de forma visual e acompanhado de perto em cada grupo, assegurando que todos realizassem a tarefa com sucesso. Durante a explicação, a foi notado um alto nível de curiosidade e engajamento por parte dos alunos, que se mostraram interessados em compreender como essa ferramenta simples poderia impactar os seus pequenos negócios. Cada grupo criou o seu e-mail, específico para ser usado no seu pequeno negócio, como pode ser observado na tabela 3, logo abaixo:

Tabela 3 - E-mails criado pelos alunos

Grupos	E-mails
Grupo A	mousseriaa@gmail.com
Grupo B	saborrtrufadoo@gmail.com
Grupo C	pedacodesoninho@gmail.com
Grupo D	saldinhodospretos@gmail.com
Grupo E	deliciasgeladasoficial@gmail.com
Grupo F	Doocememoriaa@gmail.com
Grupo G	Docesencantos4@gmail.com

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Ao final da oficina, os participantes expressaram um sentimento de realização. Um dos alunos comentou: *“Eu não imaginava que algo tão básico como um e-mail poderia fazer diferença em um negócio, mas agora vejo como isso deixa mais organizado e profissional”*. Outro destacou: *“Foi legal aprender algo que vou usar de verdade, e o passo a passo deixou tudo mais fácil”*. Essas impressões reforçaram o impacto positivo da oficina, que não se limitou a ensinar uma habilidade técnica, mas também consolidou a importância do planejamento e da organização como pilares para o sucesso dos alunos.

Dessa forma, observado como a oficina VIII foi conduzida, foi notório que ela se revelou um marco fundamental no projeto, haja vista que desbloqueou o acesso às próximas etapas, como o uso do *Canva* para criação de conteúdos visuais e a configuração de chaves Pix para transações financeiras com esse e-mail criado pelos alunos. Assim, ela funcionou como uma base indispensável, capacitando os alunos com uma ferramenta prática e abrindo caminho para o avanço de suas ideias de negócio. Levando em consideração uma visão mais pessoal, pude perceber que o aprendizado adquirido nesta sessão foi percebido pelos participantes como um ponto de partida concreto, que os deixou mais confiantes e preparados para os desafios futuros do curso. Além disso, foi possível perceber que muitos alunos não esperavam uma aula sobre a criação de e-mails, considerando-a um conhecimento básico. No entanto, ao compreenderem sua aplicabilidade no contexto empresarial, reconheceram o impacto significativo que essa habilidade pode ter na formalização e no crescimento de seus negócios.

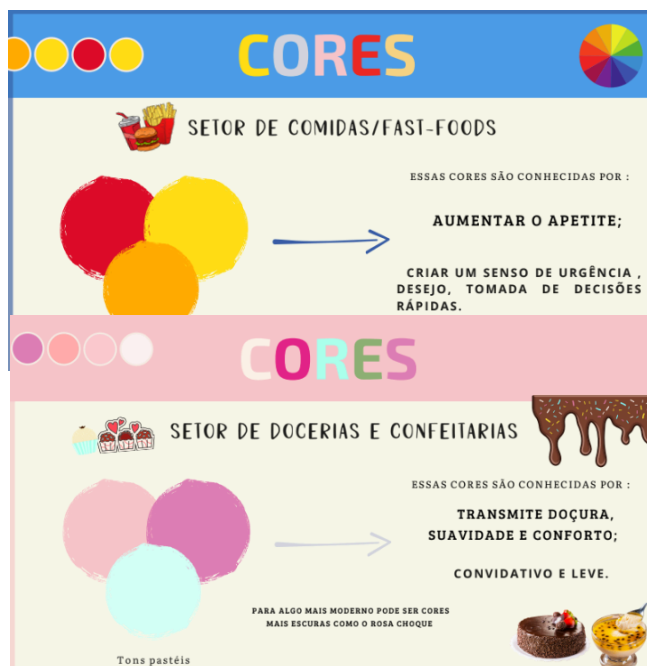
Oficina IX

A Oficina IX - Canva: Ferramenta para impulsionar seu negócio foi uma vivência marcante e cheia de descobertas para os alunos. Realizada no laboratório de informática da Universidade Federal da Paraíba, Campus IV, em Rio Tinto, a atividade trouxe uma abordagem diferente, onde os estudantes assumiram o papel principal no aprendizado. Fugindo do formato tradicional de sala de aula, a proposta abriu portas para uma experiência envolvente, conectando design gráfico e Empreendedorismo de maneira prática e criativa.

Partindo dessas premissas, a oficina começou com uma introdução aos pilares da identidade visual, mostrando como ela é essencial para que uma marca se firme e seja reconhecida no mercado. Os alunos logo entenderam que o design vai além de algo bonito: é uma ferramenta poderosa para atrair e manter clientes. Durante essa etapa, foram explorados temas como:

1. O poder das cores e como elas influenciam quem vê (Figura 48);
2. A escolha de fontes que combinam com cada tipo de negócio (Figura 49);
3. A ligação entre identidade visual e a confiança que uma marca passa.

Figura 48 - Slide de explicação sobre o poder das cores



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 49 - Slide de explicação sobre as melhores fontes para ser usadas em um negócio



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Com exemplos práticos ao lado da teoria, os conceitos ganharam vida. Os estudantes se mostraram curiosos e empolgados, já pensando em como aplicar essas ideias em projetos reais.

Logo em seguida, na segunda parte, chegou a hora de colocar o aprendizado em prática usando o *Canva*. Os alunos receberam a missão de criar artes gráficas para marcas dos seus respectivos grupos, trabalhando com uma lista de tarefas que incluía: Uma logo única; Capas para os destaques do Instagram; Carrosséis chamativos para redes sociais; Cartões de

visita e de fidelidade; Cardápios e catálogos; Cards sobre formas de pagamento; Etiquetas para embalagens. Para isso, foi entregue um *checklist*¹⁰ para cada grupo para que pudessem desenvolver seus designs de maneira mais organizada, assim como pode ser observado na Figura 50.

Figura 50 - Checklist entregue para um dos grupos para realização das suas atividades



CHECKLIST
SABOR TRUFADO

- ☐ LOGOMARCA
- ☐ CARTÕES DE VISITA/FIDELIDADE
- ☐ CARROSSÉIS
- ☐ CAPA PARA OS DESTAQUES
- ☐ CARDÁPIO/ CATÁLOGO
- ☐ CARD FORMAS DE PAGAMENTO
- ☐ ETIQUETAS PARA EMBALAGENS

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Nem todo mundo se sentiu à vontade logo de cara. Frases como “*Não tenho criatividade*” ou “*Isso é difícil, acho que não vou conseguir*” surgiram, revelando certa insegurança. Mas, com o apoio da professora e da equipe que estava apoiando a oficina no momento, esse clima foi mudando. O suporte técnico e as palavras de incentivo fizeram diferença, e o ambiente logo ficou mais leve e colaborativo. Como pode ser observado nas Figuras 51 e 52.

¹⁰ Lista de verificação que detalha uma sequência de tarefas ou itens a serem verificados,

Figura 51 - Interação com os alunos durante o processo de criação



Fonte: Acervo próprio, 2025.

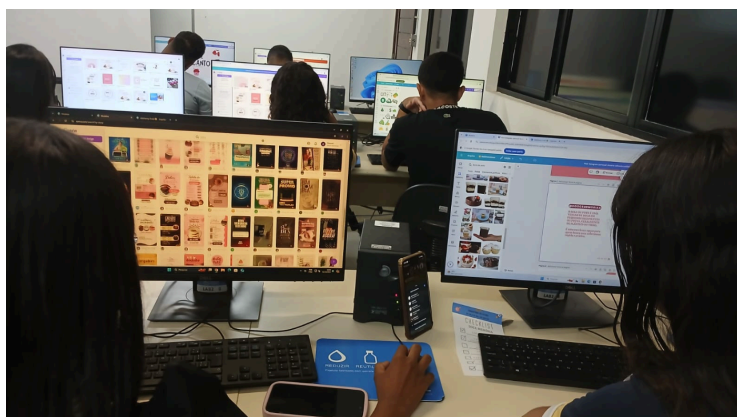
Figura 52 - Apoio aos alunos durante todo o processo de criação



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Os alunos começaram a trocar ideias, experimentar cores e fontes, e perceberam que errar faz parte do processo. Trabalhar juntos foi o que ajudou a superar as dificuldades iniciais, transformando a oficina num espaço de interação e aprendizado mútuo. Com o passar do tempo, dava para notar o progresso. O receio do começo deu lugar a uma animação contagiante, e os alunos foram ganhando confiança para criar sozinhos. Ao terminarem cada item que estava listado no *checklist*, o orgulho estampado no rosto deles mostrava o quanto a experiência valia a pena (Figuras 53, 54, 55).

Figura 53 - Alunos criando seus materiais gráficos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 54 - Processo de criação dos alunos durante a oficina



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 56 - Apoio aos alunos durante a oficina

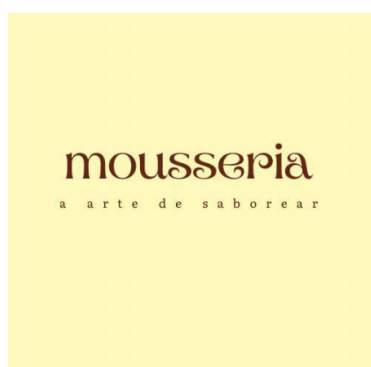


Fonte: Acervo próprio, 2025.

Ao final, os grupos apresentaram seus trabalhos, explicando por que escolheram cada detalhe e contando como foi o processo. Esse momento destacou não só o resultado, mas o caminho percorrido, reforçando aprendizados que iam além da técnica, como acreditar em si e se sentir realizados. Dessa forma, eles não apenas criaram materiais gráficos para seus pequenos negócios, mas também descobriram uma força criativa dentro de si que jamais imaginaram possuir. A cada design finalizado, a confiança entre si aumentava, e a compreensão de que o design é uma habilidade que pode ser dominada com prática e persistência os emocionou profundamente, transformando a dúvida inicial em um sentimento de realização e empoderamento

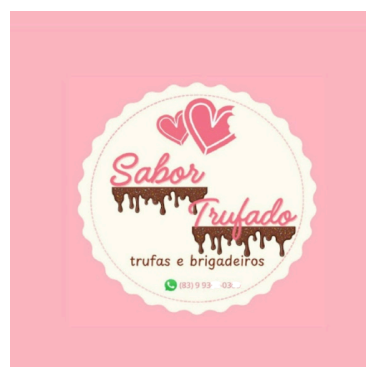
Mais abaixo, pode ser observado um pouco do material gráfico criado pelos alunos, que são suas respectivas logomarcas dos sete empreendimentos. Vale ressaltar que todo o material gráfico foi criado a partir da criatividade de cada grupo, as orientações passadas foram apenas técnicas.

Figura 56- Logomarca criada pelo grupo A



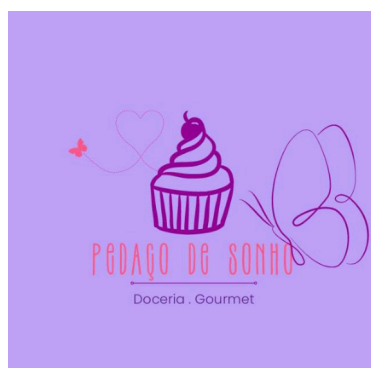
Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 57 - Logomarca criada pelo grupo B



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 58 - Logomarca criada pelo grupo C



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 59 - Logomarca criada pelo grupo D



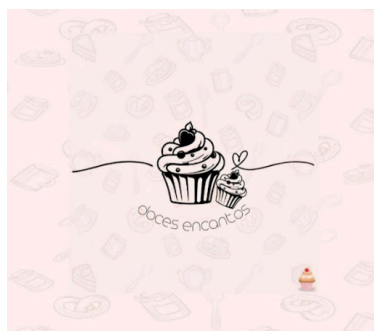
Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 60- Logomarca criada pelo grupo E

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 61 - Logomarca criada pelo grupo F

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 62 - Logomarca criada pelo grupo G

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Analisando todo o material produzido pelos alunos e fazendo uma análise de todas as impressões passadas por eles durante todo o processo, é possível afirmar que a Oficina IX foi mais do que um curso básico sobre o Canva. Tornou-se um espaço onde os alunos puderam explorar, aprender e crescer, tanto no lado pessoal quanto no profissional. Entre os pontos altos, estão: A forma como cada aluno despertou a criatividade, mesmo eles achando que não seria possível; O fortalecimento do trabalho em equipe e da independência; A chance de vivenciar um jeito novo de aprender, focado na prática e em habilidades empreendedoras.

Quando a oficina se encerrou, foi possível notar a felicidade por parte dos alunos, contando como a oficina abriu seus olhos para novas possibilidades. A mistura de teoria com prática foi o grande diferencial, transformando a atividade em uma oficina eficiente, onde prevaleceu a criatividade e participação dos alunos.

A Oficina IX proporcionou uma vivência significativa que extrapolou o ensino técnico do uso do Canva, desenvolvendo competências importantes para a formação integral dos alunos. Ao criarem logomarcas para seus empreendimentos, os estudantes colocaram em

prática as habilidades da BNCC, como a (EM13LGG703), ao utilizarem ferramentas digitais para produzir de forma coletiva e autoral, estimulando o trabalho em equipe e o protagonismo juvenil. Simultaneamente, a (EM13LGG702) foi contemplada na medida em que os alunos refletiram sobre o impacto da tecnologia em suas vidas e reconheceram o potencial transformador das mídias digitais, tanto em suas práticas sociais quanto em seu desenvolvimento pessoal.

Oficina X

A realização da Oficina X – Promoção e divulgação com baixo orçamento foi um marco no projeto-piloto. Ela abriu portas para que os alunos saíssem da teoria e colocassem a mão na massa, criando e promovendo seus próprios pequenos negócios no mundo digital. A atividade envolveu as turmas da eletiva e o resultado foi um envolvimento animador por parte dos estudantes.

Para contextualizar melhor, a oficina foi dividida em três momentos principais, cada um com objetivos específicos para proporcionar aos alunos uma compreensão profunda sobre o uso do *Instagram* como ferramenta de divulgação para os seus negócios.

O primeiro momento da oficina foi dedicado à explicação do *Instagram*, de forma contextualizada para os alunos, como ferramenta estratégica voltada para a divulgação dos pequenos negócios. Dessa forma, foi apresentado aos alunos uma visão abrangente sobre como a plataforma pode ser potencializada para ampliar a visibilidade de um empreendimento, transmitindo profissionalismo e credibilidade.

Dessa forma, o início da oficina abrangeu aspectos centrais como:

1. A criação de perfis comerciais para negócios, permitindo o uso de funcionalidades voltadas para o Empreendedorismo;
2. O uso das estratégias de engajamento no Instagram, como enquetes, perguntas e postagens nos stories;
3. A importância da identidade visual na atração e fidelização de clientes;

Desde o início da oficina, era notório o entusiasmo dos alunos, haja vista que, muitos estavam familiarizados com a plataforma no seu uso pessoal, mas agora, começando a perceber o potencial dela como ferramenta de *marketing* para seus próprios negócios.

No segundo momento da oficina, após a explicação teórica, os alunos passaram para a criação prática de suas páginas no *Instagram*. Este momento foi de grande engajamento, uma

vez que os grupos puderam utilizar diretamente os conceitos abordados na fase anterior, dando vida aos seus pequenos negócios no ambiente digital. Além da parte teórica, os alunos foram orientados a escolher a foto de perfil adequada à identidade visual do seu negócio; definir a biografia da página, incluindo informações relevantes sobre os produtos ou serviços oferecidos; criar postagens iniciais, como fotos dos produtos ou serviços, sempre com o foco na criação de um conteúdo de qualidade e que atraísse o público-alvo.

Como resultado dessa orientação, os grupos criaram as suas respectivas páginas no *Instagram* para a divulgação do seu pequeno negócio, como pode ser observado nas figuras abaixo:

Figura 63 - Rede social criada pelo grupo A



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 64 - Rede social criada pelo grupo B



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 65 - Rede social criada pelo grupo C

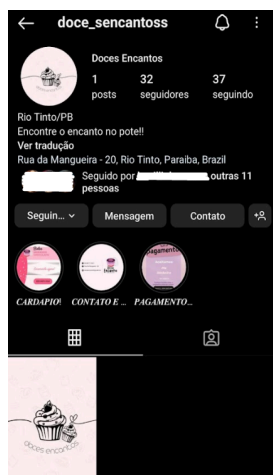


Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 66 - Rede social criada pelo grupo D



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 67 - Rede social criada pelo grupo E

Fonte: Acervo próprio, 2025

Figura 68 - Rede social criada pelo grupo F

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 69 - Rede social criada pelo grupo G

Fonte: Acervo próprio 2025.

Os alunos estavam visivelmente animados com a possibilidade de ver seus negócios tomando forma. As discussões sobre estratégias de engajamento foram enriquecedoras, com os alunos experimentando diferentes abordagens, como: Esquetes de perguntas, postagens criativas e criação do *WhatsApp Business*¹¹.

O trabalho em grupo foi uma característica marcante, pois eles interagiram bastante, seguindo e curtindo os negócios uns dos outros, criando uma rede de apoio e colaboração

¹¹ Aplicação gratuita criada pela mesma empresa que criou o WhatsApp convencional. A sua principal diferença é o oferecimento de funcionalidades que favorecem a comunicação de um estabelecimento com um cliente, fornecendo acesso a catálogos e automações para responder o cliente com mensagens automáticas.

entre os participantes. Isso gerou um ambiente positivo e estimulante, o que fortaleceu ainda mais o aprendizado prático.

Após a criação das redes sociais, a oficina caminhou para os seus momentos finais. Nessa etapa, ela foi voltada para a preparação dos materiais que seriam utilizados na próxima oficina, que será de vendas externas. Os alunos receberam materiais, como adesivos e imagens com a identidade visual de seus negócios, para serem cortados e organizados para a ação prática nas ruas. Eles se envolveram ativamente na organização e personalização dos materiais (Figura 70 e 71). É possível afirmar que este momento foi primordial para que eles compreendessem a importância de manter uma identidade visual consistente, tanto nas redes sociais quanto nas ações de divulgação física, para poderem passar uma imagem profissional para os clientes.

Figura 70 - Grupo se preparando para a próxima oficina



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 71 - Preparação dos alunos para a oficina de vendas



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Além dessa preparando com os materiais, a professora autora julgou de suma importância passar algumas orientações sobre a venda nas ruas, com instruções de segurança e organização, desse modo, os alunos foram instruídos como:

1. Uso de fardamento, para garantir uma apresentação adequada;
2. Divisão de funções entre os membros do grupo, como quem seria responsável por armazenar os produtos, fazer as vendas, entregar os itens e distribuir cartões de visita;
3. Cuidados ao abordar um cliente, tendo em vista que muitas pessoas podem ser mal-educadas e não corresponder como o esperado. De toda forma, o ideal é ser gentil e educado independente de qualquer situação;
4. O registro de vendas para controle e prestação de contas;

A preparação dos materiais para as vendas externas reforçou a importância de uma estratégia de divulgação integrada, contemplando tanto o ambiente virtual quanto o presencial. A boa participação e engajamento dos alunos proporcionou o sucesso da oficina, consolidando-a como um passo relevante no desenvolvimento de competências empreendedoras de cada grupo.

Oficina XI

A Oficina XI é considerada uma das mais importantes do projeto-piloto e representou uma etapa prática crucial no aprendizado dos alunos. Ela foi realizada nas ruas da cidade de Rio Tinto-PB, sendo a oportunidade para que os alunos utilizassem todos os conceitos adquiridos ao longo do projeto em situações reais de vendas.

O ponto de partida para as vendas na rua se deu na escola sede da oficina. Para acompanhamento dos alunos, a professora autora contou com o apoio de outros colaboradores do Curso de Matemática para acompanharem os grupos pelas ruas. A princípio, ao chegarem à escola, a professora autora iniciou com alguns informes que garantam a boa organização da prática, destacando novamente a importância da divisão dos grupos, a responsabilidade dos colaboradores do curso de Matemática e, principalmente, a orientação sobre segurança e comportamento nas ruas. Cada aluno recebeu um crachá com seu nome, o que visava não só facilitar a identificação, mas também transmitir uma imagem profissional durante as vendas (Figura 72).

Figura 72 - Crachás disponibilizados para os alunos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

É importante destacar que alguns grupos já haviam feito parcerias estratégicas com influenciadores locais para divulgar seus produtos. Como eles já tinham conhecimento da data da venda, os influenciadores começaram a promover os produtos com antecedência, o que gerou uma expectativa significativa. No dia da venda, alguns grupos já estavam preparados, com pontos estratégicos definidos para a distribuição, pois seus clientes já haviam sido previamente informados e combinados, garantindo um fluxo de vendas mais organizado e eficiente.

Com as orientações e tarefas bem definidas, os grupos se organizaram e partiram para as ruas para a realização das vendas, cada qual acompanhado devidamente com um colaborador. Para a realização dessas vendas, cada aluno assumiu uma função específica no seu respectivo grupo, como atendimento ao cliente, controle de estoque, caixa e divulgação dos produtos.

Nesse contexto, os alunos saíram pelas ruas do comércio da cidade anunciando os seus produtos e realizando as suas vendas (Figuras 73, 74 e 75). Eles não apenas venderam produtos criados por eles, mas também tiveram a oportunidade de interagir diretamente com o público. Essa experiência prática foi uma aplicação direta dos conhecimentos de Empreendedorismo, matemática e habilidades interpessoais que haviam sido trabalhados nas oficinas anteriores.

Figura 73 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo A



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 74 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo B



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 75 - Alunos vendendo os seus produtos pelo comércio - Grupo C



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Para muitos alunos, essa foi a primeira vez que tiveram a tarefa de conversar com desconhecidos para vender algo. Inicialmente, alguns alunos estavam com um certo receio, porém, à medida que as vendas seguiam, eles foram se sentindo mais à vontade para interagir com as pessoas e chamar a atenção dos clientes por meio de estratégias criadas por eles. Alguns alunos relataram que a organização, a postura e a identificação dos grupos - advinda do fardamento, da identificação dos crachás e da identidade visual dos produtos, foram pontos-chave para uma boa aceitação do produto. Em seguida são apresentados alguns produtos criados pelos alunos:

Figura 76 - Produtos criados pelos alunos



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Outro desafio enfrentado pelos alunos foi a parte financeira da atividade. Ao lidar com dinheiro real, muitos perceberam a importância de calcular corretamente o troco e registrar as vendas de forma organizada. Para alguns, essa experiência representou uma aplicação prática dos conhecimentos matemáticos adquiridos, dentre eles, cálculo usando operações básicas como soma e subtração para não passar o troco errado, assim também como os cálculos de lucro e precificação.

Após a realização da atividade, todos os grupos retornaram à escola para um momento de reflexão. Essa etapa foi essencial para os alunos compartilharem suas impressões sobre o que aprenderam e os desafios enfrentados durante a prática. Isso permitiu que eles refletissem sobre o que a experiência, o que gerou vários relatos, como, por exemplo, houve vários relatos de alunos que expressaram satisfação pelo fato de terem conseguido vender seus produtos e

que essa oficina despertou o interesse pelo empreendedorismo, pois, é uma forma de ter uma renda extra.

Com base nessa partilha dos alunos, é possível afirmar que a oficina atingiu o objetivo esperado, haja vista que os alunos conseguiram vender todos os seus produtos e colocaram em prática os conhecimentos das oficinas anteriores. Portanto, a Oficina X foi um fechamento enriquecedor do módulo II sobre Empreendedorismo, ligando teoria e prática de maneira transformadora para os alunos.

Oficina XII

A princípio, quando o projeto-piloto foi idealizado, o conceito inicial seria de que se encerrasse após as vendas. No entanto, ao analisar melhor a proposta, o sentimento era de que isso não seria suficiente, pois os alunos não se tornariam empreendedores completos apenas com as vendas. Sendo assim, era necessário que houvesse um trabalho após essa oficina, tendo em vista que há a necessidade de saber administrar o dinheiro obtido. É nesse momento que se começa de fato a gestão de um negócio. Nessa perspectiva, a Oficina XII - Organização financeira para pequenos negócios, deu início ao Módulo III do projeto-piloto.

Partindo dessa base, a Oficina XII se sobressai pela forma como mistura teoria e reflexão, incentivando os alunos a pensarem sobre os próximos passos que eles podem dar com o seu pequeno negócio. Essa transição é fundamental, pois, como foi citado anteriormente, saber vender e definir o preço adequado não é suficiente para garantir a continuidade e o crescimento de um pequeno negócio. Para isso, os alunos foram questionados no início da aula sobre os próximos passos que eles achavam que seria preciso dar para que o negócio continue funcionando. Essa questão abriu espaço para os alunos discutirem sobre o que eles iriam fazer com o dinheiro que conquistaram após as vendas. O ponto-chave que ficou claro para os alunos foi que todo o dinheiro arrecadado não deve ser confundido com dinheiro livre para gastar. Ao invés de tomar decisões impulsivas, os alunos precisavam entender o conceito de reinvestir e organizar as finanças de forma inteligente para garantir a continuidade e o crescimento dos seus negócios. A partir da análise de situações econômicas reais, como a arrecadação e o uso do dinheiro obtido nas vendas, os estudantes são incentivados a interpretar variações de grandezas e refletir sobre diferentes formas de crescimento financeiro, seja ele linear ou exponencial. Além disso, ao utilizar representações gráficas e tabelas, os alunos podem visualizar e planejar estratégias de reinvestimento,

entendendo que o lucro não representa dinheiro disponível para gastos imediatos, mas sim uma oportunidade para garantir a continuidade e o fortalecimento do negócio, conforme é apontado na competência EM13MAT101 da BNCC.

O ponto principal abordado foi a separação entre as finanças pessoais e as do negócio, algo que muitos dos alunos nunca haviam considerado de forma prática antes. Os alunos entenderam que esta oficina serve como um guia inicial para começar a organizar o dinheiro do negócio, mas que a gestão dos lucros e a análise financeira mais aprofundada serão tratadas na oficina seguinte, quando irão aprender a planejar e utilizar o dinheiro de maneira estratégica para o crescimento do negócio.

Durante essa parte da oficina, a maioria dos alunos expressou surpresa ao perceber que uma gestão financeira organizada não apenas facilita o crescimento do negócio, mas também evita o risco de falência, algo que muitos pequenos empreendedores enfrentam por não planejarem corretamente seus recursos. Alguns alunos relataram que tiveram dúvidas durante as vendas e isso é algo que não tinham uma visão clara do que fazer com o dinheiro arrecadado e, portanto, sentiram que a oficina foi essencial para os prepará-los para o próximo passo em suas jornadas empreendedoras. Outro comentário bastante pertinente de um dos alunos foi: *“Eu achava que o mais importante era somente vender os produtos, mas agora entendi que saber o que fazer com o dinheiro é o mais importante para o negócio crescer.”* Esse tipo de comentário reflete como a oficina foi eficiente em transformar a perspectiva de cada aluno sobre o que era Empreendedorismo, de modo que, passaram a enxergar outra etapa de empreender que é a área de gestão de um negócio.

Portanto, é possível afirmar que a Oficina XII cumpriu seu papel ao proporcionar aos alunos uma experiência reflexiva sobre a ideia de administrar o dinheiro do negócio de forma estratégica. Os alunos estavam mais conscientes sobre a necessidade de um planejamento financeiro cuidadoso e organizado para garantir que seus negócios sobreviverem e prosperarem.

Oficina XIII

A oficina XIII é ministrada com o intuito de capacitar os alunos a realizar a gestão do dinheiro proveniente de vendas realizadas, com foco na análise do lucro obtido. Se a oficina XII traz uma visão mais reflexiva sobre administrar um negócio e realizar a sua gestão, o intuito dessa oficina foi proporcionar uma visão prática de como gerir as finanças de do

pequeno negócio de cada grupo, demonstrando aos alunos como a matemática pode ser aplicada de maneira direta na gestão de um empreendimento.

Durante a oficina, os alunos tinham como objetivo registrar as vendas e calcular o lucro gerado, utilizando conceitos simples de matemática. Essa prática envolveu a venda de produtos realizada na oficina XI, onde os estudantes haviam registrado previamente os itens comercializados. A fórmula apresentada no slide foi utilizada para simplificar o processo de cálculo, e cada grupo foi encarregado de realizar esses cálculos de forma independente (Figura 77).

Figura 77 - Slide de apresentação sobre os cálculos de lucro



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Após a apresentação dos cálculos de lucro, cada grupo recebeu fichas para realizar suas próprias análises financeiras. Nessas fichas, eles precisavam registrar os produtos vendidos, o valor de cada unidade e a quantidade de unidades comercializadas. Com essas informações anotadas, eles puderam calcular o valor total das vendas, somando os valores de cada produto multiplicado pela quantidade correspondente. Em seguida, cada grupo realizou o cálculo do lucro bruto, subtraindo os custos totais do valor das vendas. Esse processo pode ser observado nas Figuras 78 e 79 logo abaixo.

Figura 78 - Cálculo de Lucro - Grupo A

ANÁLISE DE LUCRO

ANOTE TODOS OS PRODUTOS QUE FORAM VENDIDOS, INCLUINDO O VALOR DE CADA UM. EM SEGUIDA, CALCULE O LUCRO BRUTO.

PRODUTOS QUE FORAM VENDIDOS	Bowwow e Dim Dim
VALOR DOS PRODUTOS	Bowwow : R\$ 3,00 Dim Dim : R\$ 2,00
QUANTIDADE QUE FOI VENDIDO	Bowwow : 60 Dim Dim : 40
VALOR TOTAL DAS VENDAS	Bowwow : R\$ 180,00 Dim Dim : R\$ 80,00 260,00 <i>Total</i>
LUCRO BRUTO	$ \begin{array}{r} 260,00 \\ - 167,64 \\ \hline 92,36 \end{array} \rightarrow \text{Lucro Bruto} \quad \text{R\$ 92,36} $

Digitizado com CamScanner

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 79 - Cálculo de Lucro - Grupo B

ANÁLISE DE LUCRO

ANOTE TODOS OS PRODUTOS QUE FORAM VENDIDOS, INCLUINDO O VALOR DE CADA UM. EM SEGUIDA, CALCULE O LUCRO BRUTO.

PRODUTOS QUE FORAM VENDIDOS	leito de gato
VALOR DOS PRODUTOS	R\$ 6,00
QUANTIDADE QUE FOI VENDIDO	18
VALOR TOTAL DAS VENDAS	R\$ 108,00
LUCRO BRUTO	$108 - 57 = \text{R\$ } 51$

Digitizado com CamScanner

Fonte: Acervo próprio, 2025.

Esse processo foi essencial para os participantes compreenderem a conexão entre os gastos realizados e os resultados concretos das vendas, possibilitando que eles mesmos identificassem o lucro bruto. Ao longo da oficina, os alunos compartilharam, ao final, que não só aprenderam a calcular os valores ganhos, mas também perceberam o quanto é importante gerenciar bem o próprio dinheiro. O que realmente marcou essa experiência, e trouxe um

valor especial à oficina, foi notar como muitos se sentiram mais animados para vender. Eles pareciam motivados pela ideia de que o retorno financeiro poderia ser reinvestido em algo que fizesse sentido para eles, algo que atendesse aos seus próprios interesses e necessidades.

A atividade foi uma prática importante no contexto do projeto, tanto para consolidar o aprendizado sobre como gerir as finanças de um pequeno negócio, quanto proporcionou aos alunos uma experiência realista sobre o que significa gerenciar um negócio.

Culminância Final do Projeto

A culminância do projeto-piloto faz parte do módulo IV, ela foi planejada para ser um momento de encerramento das 13 oficinas apresentadas ao longo deste trabalho. O evento final, dividido entre os turnos da manhã e da tarde, proporcionou aos alunos a oportunidade de expressar suas experiências e vivências de maneira prática ao longo da eletiva.

No turno da tarde os alunos optaram por fazer uma apresentação em slides sobre como foi realizada a eletiva, elencando pontos que aprenderam durante todo o processo e falando sobre seus próprios empreendimentos, como pode ser observado na figura 80. Cada grupo expôs um pouco sobre os desafios enfrentados, como o trabalho em equipe. Um ponto que foi bastante falado também foi o papel do “CEO”, ou líder do grupo, que várias vezes precisou tomar decisões importantes para garantir o andamento das atividades. Foi unânime a percepção de que liderar não é uma tarefa simples, e que muitas vezes os projetos só andaram graças à iniciativa e à postura ativa do responsável pela liderança. Esse aspecto foi considerado um dos mais relevantes da experiência, pois permitiu aos alunos pudessem vivenciar a responsabilidade de liderar uma equipe, e os liderados puderem compreender a importância da figura do “cabeça”, experiência de vida importante quando forem adultos e estiverem trabalhando.

Figura 80 - Apresentação dos alunos sobre o seu empreendimento



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Já no turno da manhã, a culminância teve uma dinâmica diferente. Os alunos montaram seus pequenos negócios em mesas, onde exibiram cartazes com suas logomarcas e alguns grupos levaram mais produtos para vender. Vale ressaltar que esses produtos levados pelos alunos já foram produzidos a partir do resultado colhido após as oficinas XII e XIII sobre gestão. Após se organizarem financeiramente, os alunos usaram o lucro que tiveram durante as vendas na oficina XI e reinvestiram para fazer mais produtos para venderem durante a culminância.

Os alunos apresentaram como foi essa eletiva, elencando também os principais pontos que mais gostaram. Eles demonstraram bastante felizes com o resultado, vários alunos falaram sobre o fato de não acreditarem que iria dar certo, porém, ao passar por cada oficina foram ganhando confiança à medida em que o projeto ia tomando forma para a construção de cada pequeno negócio. Mais abaixo, segue algumas imagens que demonstram a organização dos alunos durante a culminância, no qual, cada grupo montou seu estande para apresentação.

Figura 81 - Grupo B organizando o seu estande



Figura 82 - Grupo E organizando o seu estande



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Figura 83 - Interação com os alunos durante a culminância



Fonte: Acervo próprio, 2025.

As apresentações ocorreram ao ar livre, em um espaço externo da escola, onde acontecia de forma simultânea a apresentação de outras eletivas que também exibiram os seus projetos. Vale contextualizar que a culminância que ocorre em um ambiente escolar, principalmente no contexto das escolas públicas, é um evento no qual todos os projetos que ocorrem em diferentes disciplinas se reúnem em um mesmo espaço para que os alunos compartilhem experiências e conheçam todos os projetos que ocorrem na escola de forma paralela. Desse modo, esse evento envolve toda a escola, envolvendo uma partilha mútua de ensinamentos.

Encerrando essa experiência transformadora do projeto os alunos ganharam certificados de participação do projeto (Figura 84). É possível afirmar que os alunos simplesmente não participaram apenas de uma eletiva na escola, mas vivenciaram um verdadeiro processo formativo baseado em três pilares: Educação Financeira, Matemática e Empreendedorismo. Ao longo das oficinas, compreenderam na prática como administrar o dinheiro, calcular os lucros, tomar decisões estratégicas e transformar ideias em ações concretas. Esses conhecimentos ultrapassam os muros da escola e os preparam para a vida adulta ao oferecer ferramentas que poderão ser aplicadas em diversos contextos pessoais.

Figura 84 -Alunos recebendo certificados de participação da eletiva



Fonte: Acervo próprio, 2025.

Assim, a culminância não marcou apenas o fim de um projeto, mas o início de uma nova forma de enxergar o mundo com mais autonomia, responsabilidade e visão empreendedora. Ao se colocarem como protagonistas de suas próprias experiências, os alunos

demonstraram que são plenamente capazes de refletir, planejar e executar projetos com impacto real, revelando competências que dialogam com os desafios do século XXI. Mais do que apresentar resultados, eles mostraram crescimento pessoal, amadurecimento e um olhar mais crítico e confiante sobre seu próprio potencial.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal a implementação de um projeto-piloto que integrasse a Educação Financeira, o Empreendedorismo e os conceitos da Matemática ao contexto do Ensino Médio, e o principal intuito era de proporcionar aos alunos não apenas conhecimento teórico sobre os temas abordados, mas também proporcionar habilidades práticas necessárias para mundo contemporâneo. Com base nos dados fornecidos, podemos concluir que este objetivo foi alcançado, uma vez que o projeto foi implementado e realizado com sucesso, tendo em vista que o projeto foi aplicado e concluído com sucesso, tendo a participação ativa dos alunos durante todo o projeto-piloto.

Ao longo do desenvolvimento do projeto, os objetivos específicos também foram atingidos com sucesso. O projeto foi dividido em IV módulos específicos que puderam ser incorporados ao currículo da eletiva. Os alunos também puderam criar os seus respectivos negócios e atuaram diretamente neles para a sua melhoria, para isso, puderam contar com a integração de conceitos matemáticos, como cálculos financeiros, foi utilizada de forma a demonstrar sua relevância no contexto do empreendedorismo, mostrando que a matemática vai além das salas de aula tradicionais.

Além dos objetivos a serem atingidos, essa pesquisa também buscou entender como esse projeto-piloto poderia auxiliar os professores do Ensino Médio na preparação de aulas em uma eletiva. A resposta para essa questão é revelada por meio da aplicação do próprio projeto durante a eletiva, uma vez que, considerando a estrutura organizacional e metodológica, da maneira clara e dinâmica como foi apresentada e com resultados colhidos, podem ser úteis e servir de inspiração para os professores projetarem as suas aulas e usarem de base para a preparação de uma eletiva, adaptando cada oficina a sua respectiva realidade e contexto.

Além disso, a abordagem utilizada, que combina teoria e prática, permite que os professores também possam adaptar os conteúdos para suas turmas. A utilização de recursos como materiais gráficos, slides, dentre outros, que foram desenvolvidos durante o projeto, pode facilitar a implementação desse tipo de abordagem em outras instituições de ensino.

Embora os materiais produzidos, como planos de aula, materiais gráficos, slides e apostilas, não tenham sido incluídos nos anexos do presente trabalho, para trabalhos futuros, um dos objetivos é a criação de uma sequência didática mais robusto e estruturada, tomando como base o aprendizado adquirido na aplicação desse projeto-piloto, que possa ser utilizada

por professores em suas práticas pedagógicas. A intenção é que esses materiais sirvam de base para a construção de um conteúdo pedagógico mais completo, auxiliando o professor na aplicação de eletivas que envolvam os alunos.

O resultado da pesquisa mostrou que o projeto-piloto, ao integrar conceitos de Educação Financeira, Empreendedorismo e Matemática, foi capaz de não só despertar o interesse dos alunos, mas também de promover uma mudança de pensamento. Quando eles se tornarem adultos responsáveis, a partir dessa pesquisa, eles terão um ponto de partida ao saber como montar um negócio, desde o planejamento financeiro e gestão no contexto do Empreendedorismo.

A metodologia adotada, com oficinas dinâmicas e conteúdos contextualizados, provou ser uma ferramenta poderosa para engajar os alunos e facilitar a aprendizagem. Portanto, acredita-se que, ao adaptar esse formato a uma eletiva ou mesmo a outras disciplinas, pode-se contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento do aluno.

Por fim, espera-se que ao adaptar esse formato para uma eletiva ou mesmo expandi-lo para outras disciplinas, este estudo pode fazer uma contribuição significativa para o desenvolvimento do aluno. Para concluir, este trabalho é visto como um precursor de várias práticas semelhantes para outras escolas e contribuição para o Sistema de Educação de maneira geral, no desenvolvimento da Educação Financeira e do Empreendedorismo no sistema educacional.

REFERÊNCIAS

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2015. ISSN 2359-3539. Disponível em: <https://seer.atitus.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em: 14 nov. 2024. doi:<https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v1n1p25-38>.

BARRETO, L. P. **Educação para o empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresas da Universidade Católica de Salvador, 1998.

BASSAN, D. S.; SANTOS, F. V. dos; SCHWAN, S. L. MALAGRI, C. A. N. **Empreendedorismo e Educação: Possibilidades, Avanços e Objeções**. Anais do Simpósio Latino-Americano de Estudos de Desenvolvimento Regional, IJUÍ - RS - BRASIL, v. 3, n. 1, 2023.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Artigo 205. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/constituicaosupremo/artigo.asp?abrirBase=CF&abrirArtigo=205#:~:text=Art.&text=Da%20Educa%C3%A7%C3%A3o,Art.,sua%20qualifica%C3%A7%C3%A3o%20para%20o%20trabalho>. Acesso em: 11 mar. 2024.

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018. Disponível em: http://basenacionalcomum.mec.gov.br/images/BNCC_EI_EF_110518-versaofinal_site.pdf. Acesso em: 30 dez. 2024.

BRASIL. **Lei nº 14.945, de 31 de julho de 2024**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, de 29 de agosto de 2012, 11.096, de 13 de janeiro de 2005, e 14.640, de 31 de julho de 2023. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-14.945-de-31-de-julho-de-2024-575696390>. Acesso em: 22 jan. 2025.

BATISTA, G.S.C. **A Matemática Solidária no estudo do Tratamento da Informação**. *Com a Palavra o Professor*, Vitória da Conquista (BA), v. 3, n. 1, p. 13-19, jan.-abr. 2018

BATISTA, B.S et al. **A importância do marketing digital para pequenos negócios**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação - *REASE*, São Paulo, v. 9, n. 4, p. 703-714, abr. 2023.

CAMPOS, B. C. A.; BELÃO, B. V.; ENDO, G. Y. **Educação financeira nas escolas públicas: estudo do possível impacto desse instrumento nos estudantes no interior do estado de São Paulo**. Revista Científica da Faculdade de Educação e Meio Ambiente - FAEMA, Ariquemes, v.10, n. 2, p. 1-15, ago. – dez. 2019. Disponível em: <http://www.faema.edu.br/revistas/index.php/Revista-FAEMA/article/view/818>. Acesso em: 16 ago. 2024.

DAMÁSIO, M. J. **Tecnologia e educação: As Tecnologias da Informação e da comunicação e o processo educativo**, 2007.

DA SILVA ASSIS, M. R.; GIORDANO, C. C. **Educação Financeira e a Base Nacional Comum Curricular**. Teia| Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana, v. 10, p. 1-20, 2019.

DE OLIVEIRA, L. B. N.; ANDRADE, M. A. R. **A Importância da Educação Empreendedora no Ensino Fundamental I**. LexCult: revista eletrônica de direito e humanidades, v. 7, n. 2, p. 9-36, 2023.

FERNANDES, A.H.S; CANDIDO, J.G. **Educação financeira e nível do endividamento: relato de pesquisa entre os estudantes de uma instituição de ensino da cidade de São Paulo**. Revista Eletrônica Gestão e Serviços, v. 5, n. 2, p. 894-913, jul./dez. 2014.

FERREIRA, C. A. L. **Pesquisa Quantitativa e Qualitativa: Perspectivas para o campo da educação**. Revista Mosaico - Revista de História, Goiânia, Brasil, v. 8, n. 2, p. 113–121, 2015. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/mosaico/article/view/4424>. Acesso em: 8 abr. 2024

FIGUEIREDO, G. B.; BEGOSSO, L. C. **Educação financeira: um jeito mais prático de aprender**. Revista Intelecto, Assis, v. 3, p. 1-10, 2020.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios**. Revista de Administração de empresas da Universidade de São Paulo. São Paulo, v. 34, p. 05-28, abril/jun. 1999.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

JÚNIOR, Ivo Di Camargo; VILA, Ícaro Luis Fracarolli. **Educação Empreendedora: uma resposta aos desafios do século XX**. 1ª. ed. São Paulo: Mentis Abertas, 2020.

LOPES, R. M. A. **Educação Empreendedora: Conceitos, modelos e práticas**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2010.

MANCHUR, J.; SURIANI, A. L. A.; DA CUNHA, M. C. **A contribuição de projetos de extensão na formação profissional de graduandos de licenciaturas**. Revista Conexão UEPG, v. 9, n. 2, p. 334-341, 2013.

MENEZES, R. P. **A inserção da educação para o empreendedorismo na rede pública no novo ensino médio brasileiro: um estudo de caso sobre o andamento da implementação nos estados**. 2023. 115 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, 2023.

ORGANIZAÇÃO DE COOPERAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO - ODCE. **Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness**. OCDE, 2005. Disponível em:

<<http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>> Acesso em: 10 de março de 2024.

REIS, A. **Educação financeira: uma estratégia para o desenvolvimento do empreendedorismo**. Uma Nova Pedagogia para a Sociedade Futura, p. 452-458, 2016.

ROCHA, E. D. **Educação financeira para alunos do ensino médio: abordagem investigativa sobre aprendizado em aulas de matemática**. 2021. 123 f. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) - Instituto Federal do Espírito Santo, Vitória, 2021.

SAMPAIO, V.C.F. **Marketing digital: o poder de influência das redes sociais na decisão de compra do consumidor universitário da cidade de Juazeiro do Norte-CE**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Centro Universitário Leão Sampaio (UNILEÃO), Juazeiro do Norte, 2016.

SILVA, A. M.; POWELL, A. B. **Um programa de Educação Financeira para a Matemática Escolar da Educação Básica**. In: Encontro Nacional de Educação Matemática, 11, 2013, Curitiba. Anais do XI Encontro Nacional de Educação Matemática. Curitiba: Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2013.

SILVA, Estella Braz; SOUSA JUNIOR, Wilson Rodrigues de. **A influência do Instagram como ferramenta de marketing**, 2021.

OLIVEIRA, J.V, et al.. **Aprendizagem baseada em projetos em práticas pedagógicas na educação profissional**. Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação – REASE, São Paulo, v. 9, n. 06, p. 1715-1731, jun. 2020

ONOFRE, C. E. L. **Espaço e identidade visual: uma investigação sobre soluções de design para empresas**. 2012. 128 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2012.

TANNOUS, S. S. **Educação financeira: proposta curricular da ENEF no ensino médio**. 2017. 63 f. Dissertação (Mestrado em Matemática em Rede Nacional) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

VERGA, E.; SOARES DA SILVA, L. F. **Empreendedorismo: evolução histórica, definições e abordagens**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, v. 3, n. 3, p. 3-30,

KIYOSAKI, R. T.; LECHTER, S. L. **Pai rico, Pai pobre: o que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro**. Tradução de Maria José Cyhlar Monteiro. 84ª reimpressão, Elsevier, 2000 e-book edition (da edição de 1997). Acesso em: 20 de agosto de 2018.