

PRÁTICA E INOVAÇÃO NO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: APLICAÇÃO DO WORKSHOP “CAPACIDADE EMPREENDEDORA” NO CAMPO DAS VERTENTES – MG

Practice and Innovation in Entrepreneurship Education: Implementation of the “Entrepreneurial Capacity” Workshop in the Campo das Vertentes – MG

PAULO AFONSO GRANJEIRO

UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

SUELEN MOURA TEIXEIRA

UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

ANDRÉ LUIZ DE CARVALHO

FERNANDA TÁVORA FREITAS DE OLIVEIRA

UFSJ - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

Comunicação:

O XIII SINGEP foi realizado em conjunto com a 13th Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge), em formato híbrido, com sede presencial na UNINOVE - Universidade Nove de Julho, no Brasil.

Agradecimento à órgão de fomento:

Os autores agradecem à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo apoio financeiro concedido, que viabilizou o desenvolvimento e a aplicação do workshop “Capacidade Empreendedora” no âmbito deste projeto.

PRÁTICA E INOVAÇÃO NO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: APLICAÇÃO DO WORKSHOP “CAPACIDADE EMPREENDEDORA” NO CAMPO DAS VERTENTES – MG

Objetivo do estudo

O objetivo deste estudo é relatar a experiência de criação, aplicação e avaliação do workshop “Capacidade Empreendedora”, desenvolvido pelo ProInova, analisando sua metodologia e resultados obtidos em instituições de ensino e comunidades da região do Campo das Vertentes – MG.

Relevância/originalidade

A relevância deste estudo reside na adaptação e aplicação de uma metodologia prática de educação empreendedora alinhada às características socioculturais do Campo das Vertentes – MG, promovendo inclusão, inovação e fortalecimento do ecossistema empreendedor local.

Metodologia/abordagem

O estudo adota abordagem qualitativa e quantitativa, combinando entrevistas com a equipe do ProInova, observação não participante e aplicação de questionários aos participantes, analisados por estatística descritiva e análise de conteúdo, a fim de avaliar metodologia e resultados do workshop.

Principais resultados

O workshop foi realizado em 28 edições, envolvendo 11 instituições de ensino e 5 comunidades, totalizando 377 participantes e estruturando 94 ideias de negócio. Os resultados indicaram alta satisfação, impacto positivo na ativação da mentalidade empreendedora e potencial de replicabilidade.

Contribuições teóricas/metodológicas

O estudo contribui metodologicamente ao apresentar um modelo adaptado de workshop baseado no Lean Canvas, adequado a públicos diversos e contextos regionais. Teoricamente, reforça a importância de metodologias ativas na educação empreendedora como ferramenta de inclusão e desenvolvimento local.

Contribuições sociais/para a gestão

Socialmente, o workshop promove inclusão e fortalecimento do ecossistema empreendedor local, estimulando a criação de negócios e o desenvolvimento de competências. Para a gestão, oferece um modelo replicável de capacitação, alinhado a diferentes perfis e realidades institucionais e comunitárias.

Palavras-chave: Educação empreendedora, Workshop, Metodologia ativa, Campo das Vertentes, Relato de experiência

*Practice and Innovation in Entrepreneurship Education: Implementation of the
“Entrepreneurial Capacity” Workshop in the Campo das Vertentes – MG*

Study purpose

The objective of this study is to report the experience of creating, implementing, and evaluating the “Entrepreneurial Capacity” workshop developed by ProInova, analyzing its methodology and results obtained in educational institutions and communities in the Campo das Vertentes – MG region.

Relevance / originality

The relevance of this study lies in the adaptation and implementation of a practical entrepreneurship education methodology aligned with the sociocultural characteristics of the Campo das Vertentes – MG, promoting inclusion, innovation, and the strengthening of the local entrepreneurial ecosystem.

Methodology / approach

The study adopts a qualitative and quantitative approach, combining interviews with the ProInova team, non-participant observation, and questionnaires applied to participants, analyzed through descriptive statistics and content analysis to evaluate the workshop’s methodology and results.

Main results

The workshop was conducted in 28 editions, involving 11 educational institutions and 5 communities, reaching 377 participants and structuring 94 business ideas. The results indicated high satisfaction, a positive impact on entrepreneurial mindset activation, and strong potential for replicability.

Theoretical / methodological contributions

Methodologically, the study presents an adapted workshop model based on the Lean Canvas, suitable for diverse audiences and regional contexts. Theoretically, it reinforces the importance of active methodologies in entrepreneurship education as a tool for inclusion and local development.

Social / management contributions

Socially, the workshop promotes inclusion and strengthens the local entrepreneurial ecosystem, encouraging business creation and skill development. For management, it offers a replicable training model aligned with different profiles and institutional and community realities.

Keywords: Entrepreneurship education, Workshop, Active methodology, Campo das Vertentes, Experience report

PRÁTICA E INOVAÇÃO NO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO: APLICAÇÃO DO WORKSHOP “CAPACIDADE EMPREENDEDORA” NO CAMPO DAS VERTENTES – MG

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é reconhecido por sua capacidade de formar cidadãos proativos, criativos e capazes de identificar e explorar oportunidades. Portanto, a educação empreendedora tem ganhado crescente relevância no cenário educacional brasileiro, refletindo numa mudança de paradigma sobre o papel da formação empreendedora dentro das instituições de ensino.

Segundo Dornelas (2008), o ensino de empreendedorismo proporciona o desenvolvimento da autoconfiança, da imaginação e da capacidade de adaptação a contextos em constante transformação. Reforçam que o processo empreendedor envolve a descoberta, exploração e avaliação de novas oportunidades, exigindo competências que vão além das abordagens convencionais do ensino.

Entretanto, no contexto da região de São João del-Rei, Tiradentes e Coronel Xavier Chaves, em Minas Gerais, identificou-se a necessidade de uma metodologia prática que dialogasse com as características socioeconômicas e culturais locais, estimulando a aplicação imediata de conceitos e ferramentas empreendedoras.

Neste sentido, a presente pesquisa se configura como um relato de experiência que tem como objeto o estudo do workshop "Capacidade Empreendedora: transforme sua ideia em um negócio", promovido pelo eixo de Educação Empreendedora do Programa para o Fortalecimento do Ecossistema de Inovação da Microrregião de São João del-Rei (ProInova). O projeto é uma iniciativa do Núcleo de Empreendedorismo e Inovação da Universidade Federal de São João del-Rei (Netec/UFSJ), juntamente com o Hub Rockfort de Inovação, com fomento da Fundação de Ampara à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG).

O workshop é aplicado em instituições de ensino e comunidades dos três municípios do Campo das Vertentes citados. A proposta do workshop é oferecer uma experiência intensiva, prática e acessível, voltada à ativação da mentalidade empreendedora, por meio de metodologias dinâmicas como o Lean Canvas adaptado para este workshop, a prototipagem verbal e a prática de um pitch.

O relato tem como objetivo descrever e analisar a metodologia aplicada no referido workshop, bem como apresentar os resultados obtidos a partir de sua realização em diferentes contextos regionais. Para alcançar esse objetivo, optou-se por adotar abordagens quantitativas e qualitativas, possibilitando compreender tanto os aspectos objetivos de satisfação e desempenho quanto às percepções e experiências subjetivas dos participantes.

A análise dos dados foi conduzida por meio de métodos estatísticos descritivos e análise de conteúdo, com o objetivo de identificar padrões de resposta e avaliar a experiência dos participantes. O relato está organizado em quatro seções principais: (1) Introdução; (2) Fundamentação teórica, que contextualiza a educação empreendedora; (3) Metodologia, detalhando os procedimentos de pesquisa; e (4) Análise e discussão dos resultados, apresentando as evidências obtidas com base na execução do workshop.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A Educação Empreendedora no Brasil vem ganhando destaque recentemente. A formação empreendedora possibilita o desenvolvimento de habilidades para lidar com desafios e propor soluções. Para Jones e English (2004), o aprendizado de empreendedorismo

capacita as pessoas a resolverem problemas e se adaptarem a mudanças, tornando-se mais autoconfiantes e desenvolvendo a criatividade e imaginação.

O ensino do empreendedorismo se torna relevante por estar relacionado ao aprendizado de capacidades que busquem fontes de oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as técnicas existentes) e o processo de descoberta, exploração e avaliação, por parte dos indivíduos que as descobrem, avaliando e explorando essas coisas novas, usando diversos meios para se atingir um fim (Shane, Venkataraman, 2000).

Diante deste contexto, Dornelas afirma que:

O momento atual pode ser chamado de a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riquezas para a sociedade (Dornelas, 2001, p. 21).

Desta forma, o desenvolvimento de habilidades empreendedoras se torna estratégico para o crescimento econômico. Neste sentido, a educação empreendedora estabelece uma posição de destaque no meio acadêmico como resultado de uma mudança no pensamento acadêmico sobre o valor dessa área. Atualmente, reconhece-se que o empreendedorismo é uma importante inovação educacional que impulsiona o aprendizado sobre a aprendizagem. O interesse pelo empreendedorismo como campo de pesquisa e ensino tem sido impulsionado pela crescente demanda por cursos de empreendedorismo (Jones; English, 2004).

Neste sentido, Dornelas (2003, p. 38) enfatiza, “cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa”. Bechard e Toulouse (1998) concordam com Dornelas ao definir a educação empreendedora como um conjunto de ensinamentos formalizados que informam, treinam e educam qualquer pessoa interessada na criação de negócios ou no desenvolvimento de pequenos negócios. Já Jones e English destacam que a educação empreendedora é uma oportunidade de abordar algumas das necessidades contemporâneas da educação empresarial de maneiras que o sistema tradicional não atende.

Diante do exposto, Lopes (2010, p. 29) detalha que uma formação empreendedora enfatiza várias metodologias de ensino que permitem aprender fazendo e se caracteriza por isso, pois o estudante se depara com desafios que o fazem refletir e buscar novas soluções para os problemas existentes, ou seja, aprendendo com a experiência, com o processo.

Sendo assim, o ensino do empreendedorismo se diferencia do ensino tradicional, buscando técnicas que possibilitem o protagonismo do aluno. Dolabela (2012) destaca a relevância de, durante o ensino do empreendedorismo, que o público tenha a oportunidade de vivenciar a experiência real de um empreendedor que envolve: solução de problemas, trabalhar sob pressão, interagir com os pares e outras pessoas, promover trocas com o ambiente, aproveitar oportunidades, copiar outros empreendedores e aprender com os próprios erros.

Neste sentido, a metodologia do workshop do ProInova buscou adotar essas técnicas com intuito de tornar efetivo o aprendizado das habilidades empreendedoras.

3 METODOLOGIA

O presente relato foi desenvolvido por meio das abordagens qualitativa e quantitativa. A etapa qualitativa foi utilizada para verificar a forma como foi construída a metodologia do workshop. Neste sentido, foi realizada uma entrevista focalizada com a equipe do ProInova,

responsável pelo eixo de Educação Empreendedora. A entrevista teve como objetivo identificar pontos importantes do desenvolvimento do workshop. De acordo com Gil (2008), a entrevista focalizada enfoca um tema bem específico, permitindo que o entrevistado fale livremente sobre o assunto, não havendo a utilização de um guia de perguntas estruturado.

Em complemento à entrevista, para levantamento de dados sobre a metodologia do workshop, foi utilizado o método de observação não-participante no qual “o investigador não torna parte nos conhecimentos objeto de estudo como se fosse membro do grupo observado, mas apenas atua como espectador atento que procura ver e registrar o máximo de ocorrências que interessa ao seu trabalho (Richardson, 2012, p. 260). Por meio da observação não-participante, foi analisada a aplicação da metodologia e a interação com os participantes, visando identificar a trilha desenvolvida para a oficina cumprir o objetivo proposto pelos palestrantes de envolvimento e aprendizado.

Já para verificar a satisfação dos participantes em relação ao workshop foi realizada a aplicação de questionário. O formulário é composto por sete afirmativas apresentadas aos respondentes que visam avaliar conteúdo da oficina, abordando Objetivos do workshop, Interesse dos conteúdos, Utilidade dos conteúdos, Sequência dos conteúdos do workshop, Balanço entre a teoria e a prática, além do Nível de complexidade e Duração do workshop. Outras sete afirmativas buscam avaliar o desempenho do responsável por ministrar o conteúdo, trazendo Domínio dos conteúdos, Clareza na apresentação dos conteúdos, Relacionamento interpessoal com os participantes, Capacidades para motivar os participantes, Métodos e técnicas utilizadas durante a sessão e o Material pedagógico e interativo utilizado. Os respondentes também são convidados a avaliar os equipamentos e o apoio técnico.

Para responder a esta etapa de perguntas, os participantes puderam optar por 5 alternativas na escala Likert, ou seja, que varia de 1 a 5, sendo: 1- Muito insatisfeito; 2- Insatisfeito; 3- Nem satisfeito nem insatisfeito; 4- Satisfeito; e 5- Muito Satisfeito. De acordo com Richardson (2012, p. 271), o método Likert começa com a “coleta de uma quantidade importante de itens que indicam atitudes negativas e positivas sobre um objeto, instituição ou tipos de pessoa”.

Após o levantamento sobre o conteúdo, palestrantes e organização, os participantes tiveram a oportunidade de relatar, por meio de questões abertas, quais os aspectos mais positivos do workshop, em quais pontos o workshop pode melhorar e deixar sugestões e comentários.

Para tabulação dos dados, realizou-se um levantamento quantitativo das respostas dos participantes do workshop. Por meio da análise dentro da escala Likert, foi possível identificar o nível de satisfação dos respondentes com o conteúdo da oficina. As respostas para as questões abertas foram analisadas através da análise de conteúdo, por meio da frequência com a qual as palavras e expressões foram citadas pelos participantes. Neste sentido, a frequência foi definida como “unidades de registro, elementos constitutivos que correspondem ao segmento de conteúdo considerado como unidade base da análise, visando à categorização e à quantificação da informação” (Richardson, 2012, p. 234). Neste sentido, a abordagem quantitativa funda-se na frequência de aparição de determinados elementos na mensagem, utilizando de um método estatístico para obter dados descritivos (Bardin, 2016). Desta forma, foi possível levantar o grau de satisfação dos participantes do workshop promovido pelo ProInova.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente pesquisa tem como objeto o Workshop “Capacidade Empreendedora: transforme sua ideia em um negócio” desenvolvido e ministrado pelo ProInova. O estudo visa descrever a metodologia desenvolvida para o workshop, além de apresentar os resultados alcançados pela oficina.

4.1 A METODOLOGIA DO WORKSHOP

O eixo de Educação Empreendedora do projeto ProInova tem um objetivo principal: criar experiências transformadoras que ajudem pessoas reais a entender o empreendedorismo como um caminho possível — e acessível. Foi com esse propósito que nasceu o workshop “Capacidade Empreendedora: Transforme sua ideia em um negócio”.

Com base na pesquisa realizada, verificou-se que a proposta do workshop não é apenas ensinar conceitos. O foco é ativar a capacidade empreendedora nas pessoas. Ajudar cada participante a tirar aquela ideia da cabeça ou da gaveta e, de forma prática, começar a moldá-la em algo que possa virar um projeto de negócio. E tudo isso em quatro horas de imersão.

Ao longo da experiência, é aplicada uma metodologia leve, dinâmica e altamente prática. Em vez de aulas expositivas, usamos ferramentas de facilitação criativa, construção coletiva e autoavaliação.

O Lean Canvas é uma das principais estruturas utilizadas para ajudar os participantes a organizarem suas ideias, definirem problemas reais, pensarem em soluções e, principalmente, compreenderem quem é o cliente que querem atingir. Essa abordagem, combinada com dinâmicas de pitch e prototipagem verbal, ajuda a acelerar o raciocínio e tirar o medo de “falar em público” sobre uma ideia que ainda está crua.

Um dos principais recursos utilizados no workshop é o **Lean Canvas adaptado**, desenvolvido com foco visual e linguagem acessível, ideal para públicos diversos e com pouca ou nenhuma experiência prévia em empreendedorismo. A estrutura do canvas que aplicamos em sala contém os seguintes blocos:

- **Problema**
- **Solução**
- **Vantagem Competitiva**
- **Clientes**
- **Canais**
- **Receita**



O diagrama mostra o layout do 'Lean Canvas - PROINOVA'. No topo, há campos para 'Nome da equipe' e 'Instituição'. Abaixo, o canvas é dividido em duas colunas principais. A coluna da esquerda (verde) contém 'Problema' e 'Canais'. A coluna da direita (laranja) contém 'Solução', 'Vantagem Competitiva', 'Clientes' e 'Receita'. Cada seção possui um ícone representativo: um ponto de exclamação para Problema, uma lâmpada para Solução, uma caixa de presente para Vantagem Competitiva, um grupo de pessoas para Clientes, um megafone para Canais e um documento com uma moeda para Receita.

Figura 1 - Lean Canvas - ProInova Fonte: Imagem do autor.

Cada participante ou equipe preenche o quadro com base em sua ideia de negócio, e ao longo do processo recebe orientação para refletir sobre quais hipóteses precisam ser testadas, o que ainda é uma suposição e como transformar essas suposições em perguntas de validação. Essa versão simplificada e visual da ferramenta facilita muito a compreensão dos conceitos fundamentais do modelo de negócios.

O preenchimento do Lean Canvas funciona como o “coração” do workshop, permitindo que as ideias saiam do campo abstrato e se tornem estruturadas. Mesmo para quem nunca teve contato com metodologias empreendedoras, a ferramenta se mostra intuitiva e eficaz. O material é impresso para preenchimento manual e compartilhado com todos os grupos no início da oficina.

Esse modelo foi desenhado pensando na duração total do workshop: quatro horas em um único dia. A escolha desse formato foi estratégica. Ao longo da experiência do ProInova, foi identificado que, quando um workshop acontece em dias diferentes com o mesmo grupo, especialmente se esse grupo foi reunido apenas para aquele evento é extremamente difícil garantir a continuidade e o retorno do mesmo público. Por isso, o formato intensivo de quatro horas passou a ser o padrão. Ele permite maior adesão e aproveitamento, principalmente em ambientes com tempo limitado, como eventos institucionais, semanas acadêmicas ou oficinas avulsas.

É claro que nem tudo acontece dentro de uma linha reta. As quatro horas são o referencial, mas se sabe que grande parte do início do encontro é ocupada com a ambientação: espera por participantes, organização de materiais, configuração de equipamentos, entre outros ajustes técnicos. Por isso, a preparação é cuidadosa. Todos os materiais são levados prontos e organizados previamente quadros do canvas impressos, canetas, etiquetas, divisões de grupos para que o tempo disponível seja usado da forma mais produtiva possível.

A facilitação também exige sensibilidade: é preciso provocar os participantes, instigar reflexões, incentivar a colaboração, tudo isso sem atropelar os processos individuais. O workshop não é sobre preencher quadros por preencher. É sobre provocar movimento interno: estimular aquele projeto adormecido, aquela vontade que nunca saiu do papel, e ajudar a transformá-la em algo visível, compartilhável, pensável como negócio.

Por isso, o Lean Canvas utilizado é mais do que uma ferramenta, é um ponto de partida. Ele traduz a ideia para o papel e, ao mesmo tempo, abre espaço para testar, errar, conversar e reorganizar as peças. É essa leveza combinada com estrutura que faz do workshop uma experiência tão potente, mesmo em um tempo tão enxuto.

Esse processo não é automático. Envolve escuta, troca, reformulação de ideias e, muitas vezes, a desconstrução de percepções equivocadas sobre o que é empreender. A ideia é fazer com que o grupo compreenda que empreender não é apenas resolver um problema qualquer, mas resolver um problema que possa ser atendido por uma proposta de valor, através de um modelo de negócio sustentável.

A partir desse momento, os grupos já definidos começam a preencher o canvas. E é aí que o tempo se torna um ponto sensível: ideias boas exigem tempo para amadurecer, mas o desafio é equilibrar profundidade e objetividade. Cabe ao facilitador manter o ritmo, sem atropelar processos e, ao mesmo tempo, garantir que todos os blocos sejam compreendidos e preenchidos ao final da oficina.

A condução exige, muitas vezes, tomar decisões em tempo real: entender quando vale a pena estender uma etapa (como a definição do problema, que é essencial e, muitas vezes, mais trabalhoso) e quando é necessário “apertar” para não comprometer o andamento do restante da oficina. Isso inclui também saber dosar a fala e os exemplos: às vezes, um

exemplo certo e bem contado resolve uma dúvida que tomaria muito tempo explicando tecnicamente.

Esse cuidado se intensifica ainda mais quando é levada em conta a diversidade dos públicos atendidos. Como os perfis variam bastante em escolaridade, idade, experiência prévia com o tema o conteúdo precisa ser constantemente adaptado. A linguagem, os exemplos, a complexidade da explicação e o nível de profundidade técnica devem estar ajustados à realidade daquele grupo. Uma explicação que funciona para estudantes do ensino médio pode não ser suficiente para um grupo de empreendedores já em atividade, e vice-versa.

Ao final do workshop, após o preenchimento do canvas, é introduzida uma etapa breve, mas estratégica: a experiência do pitch. A ideia não é fazer com que os participantes saiam dali com apresentações perfeitas, mas sim que vivenciam, ainda que de forma inicial, o exercício de comunicar sua ideia de negócio com clareza, impacto e tempo limitado. Explicamos os diferentes tipos de pitch (de 1, 3, 5 e até 7 minutos), a importância de organizar as informações e o cuidado em evitar improvisos que prejudicam a transmissão da proposta.

Na sequência, os participantes são convidados a escrever rapidamente um roteiro e realizar um pitch de três minutos simulado como se fosse um pequeno “demoday”. Essa prática é, para muitos, reveladora: não basta ter uma boa ideia, é preciso saber comunicá-la com objetividade, emoção e propósito. É o momento em que muitos percebem o valor da preparação, da estrutura, da narrativa.

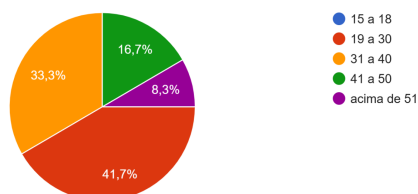
Em resumo, a oficina é mais do que uma introdução ao empreendedorismo. Ela é uma jornada concentrada de reflexão, criação, estruturação e apresentação. Mesmo em quatro horas, quando bem conduzido, o workshop atinge nas pessoas um novo olhar sobre suas ideias e sobre seu próprio potencial criativo e realizador.

4.2 RESULTADOS

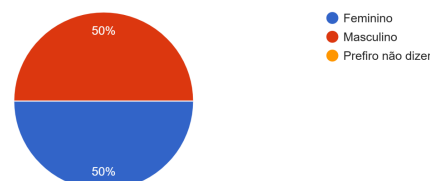
O workshop "Capacidade Empreendedora: transforme sua ideia em um negócio" consolidou-se como uma experiência de ativação prática da mentalidade empreendedora. Já foram realizadas 28 edições, em parceria com 11 instituições de ensino e 5 comunidades em diferentes cidades da região, alcançando diretamente 377 pessoas e resultando na estruturação de 94 ideias de negócio, muitas delas apresentadas publicamente pela primeira vez durante a oficina.

Mais do que números, o que se destaca é a diversidade dos públicos atendidos. Os participantes vêm de diferentes faixas etárias, gêneros, níveis de escolaridade e ocupações, o que evidencia a capacidade da metodologia de dialogar com realidades plurais. Os gráficos a seguir ilustram visualmente esse alcance, reforçando o caráter inclusivo e acessível da proposta.

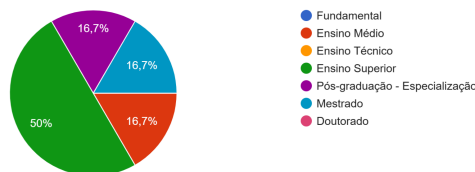
Qual a sua idade?
12 respostas



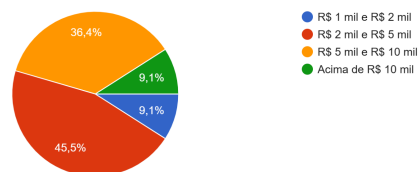
Qual o seu gênero
12 respostas



Qual a sua escolaridade?
12 respostas



Qual a sua renda familiar?
11 respostas



Qual a sua ocupação?
12 respostas

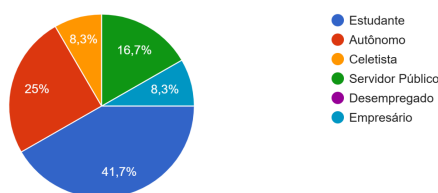


Figura 2 - Gráficos dos resultados de pesquisa de satisfação Fonte: Imagem do autor.

Esse impacto também se reflete nas avaliações qualitativas realizadas ao final de cada edição. Entre os aspectos mais mencionados pelos participantes estão a clareza e objetividade dos conteúdos, a didática e empatia dos facilitadores, o equilíbrio entre teoria e prática, a valorização da escuta e da troca como parte do processo de aprendizagem empreendedora, um ambiente colaborativo e estímulo à criatividade, e a vivência do pitch e a percepção do próprio potencial.

Do ponto de vista do que pode ser aprimorado, as sugestões mais frequentes dos participantes indicam o desejo de uma experiência ainda mais completa. Muitos sugeriram ampliar o tempo de duração do workshop ou dividi-lo em dois encontros, permitindo um aprofundamento maior na parte prática. Também foi destacada a importância de disponibilizar materiais de apoio em formato digital, como apostilas ou resumos com os principais tópicos trabalhados. Em algumas edições, surgiram observações pontuais sobre aspectos estruturais, como qualidade do som e ambiente físico. Além disso, participantes especialmente os mais jovens indicaram que o uso de mais dinâmicas interativas e a redução do tempo expositivo poderiam tornar o processo ainda mais envolvente.

Além das sugestões de melhoria, os comentários espontâneos dos participantes reforçam o impacto positivo da experiência. Frases como “Me deu uma visão de como pensar em empreender”, “Parabéns pela iniciativa. Foi um momento muito bom e importante para o crescimento da equipe” e “Achei muito interessante os tópicos apresentados e a capacidade de instigar a buscar mais conhecimento” revelam não apenas a satisfação, mas também o despertar de uma nova percepção sobre o ato de empreender. A fala “Foi maravilhoso! Que venham mais edições” sintetiza o entusiasmo e a receptividade ao formato, evidenciando o potencial do workshop como ferramenta transformadora e replicável.

A experiência com o workshop Capacidade Empreendedora reforça a ideia de que empreender não é um dom, mas uma habilidade que pode ser despertada, desenvolvida e praticada com as ferramentas certas, no ambiente certo. Ao criar um espaço seguro para aprender, testar e compartilhar ideias, conseguimos não apenas estimular a criação de novos negócios, mas também fortalecer o pensamento crítico, a autonomia e a confiança das pessoas em sua própria capacidade de realizar. Mais do que formar empreendedores, essa jornada nos

mostra o poder transformador da educação empreendedora como um agente de inclusão, inovação e impacto social.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa se propôs a analisar a aplicação e os resultados do workshop “Capacidade Empreendedora: transforme sua ideia em um negócio”, promovido pelo eixo de Educação Empreendedora do projeto ProInova. O problema abordado foi a necessidade de desenvolver a capacidade empreendedora no ecossistema da região de São João Del Rei, Tiradentes e Coronel Xavier Chaves. A intervenção foi aplicada em comunidades da região e instituições de ensino desde o Ensino Estadual, Ensino Médio, Ensino Técnico e Superior.

Este estudo evidenciou resultados satisfatórios, contabilizando a realização de 28 workshops até o presente momento, com atendimento a 11 instituições de ensino e 5 comunidades em diferentes áreas, culminando na geração de 94 ideias de negócios. O projeto alcançou resultados consistentes, refletindo na alta satisfação dos participantes e no fortalecimento de suas habilidades empreendedoras.

Portanto, fica claro que a metodologia aplicada e os resultados alcançados contribuíram de forma positiva para o fortalecimento do ecossistema empreendedor na região onde o workshop foi aplicado. Ao proporcionar um espaço seguro para experimentação, teste e compartilhamento de ideias, o workshop não apenas estimulou a criação de novos negócios, como também promoveu o desenvolvimento do pensamento crítico, da autonomia e da autoconfiança dos participantes. Dessa forma, ressalta-se o papel transformador da educação empreendedora como agente de inclusão, inovação e impacto social, com potencial de ser replicada em contextos semelhantes, fortalecendo ecossistemas locais e ampliando oportunidades para diversos públicos.

6 REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016. Disponível em: <https://madmunifacs.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/08/anc3a1lise-de-contec3bado-laurence-bardin.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2025.

BECHARD, J.P.; TOULOUSE, J.M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship, **Journal of Business Venturing**, Vol. 13 No. 4, pp. 317-32. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902698800062>. Acesso em: 4 ago. 2025.

DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios – como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

DORNELAS, J. C. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2001. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/empreendedorismo-transformando-ideias-em-negocios-jose-carlos-assis-dornelaspdf-3-pdf-free.html>. Acesso em: 4 ago. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo : Atlas. 2008. Disponível em:

<https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2025.

JONES, C.; ENGLISH, J. A Contemporary approach to entrepreneurship education. **Education+Training**, v. 46, n. 8/9, p. 416-423, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/235315028_A_contemporary_approach_to_entrepreneurship_education. Acesso em: 4 ago. 2025.

LOPES, R. (org.) Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. Rio de Janeiro: Elsevier: São Paulo: Sebrae, 2010.

PROINOVA/NETEC-UFSJ (2024a). **Workshop Capacidade Empreendedora: Transforme sua Ideia em um Negócio**. Programa para o Fortalecimento do Ecossistema de Inovação da Microrregião de São João del-Rei/Núcleo de Empreendedorismo e Inovação Tecnológica da Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2024.

PROINOVA/NETEC-UFSJ (2024b). **Relatório Parcial Ano 1**. Programa para o Fortalecimento do Ecossistema de Inovação da Microrregião de São João del-Rei/Núcleo de Empreendedorismo e Inovação Tecnológica da Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2024.

PROINOVA/NETEC-UFSJ (2025). **Evidências Workshops**. Programa para o Fortalecimento do Ecossistema de Inovação da Microrregião de São João del-Rei/Núcleo de Empreendedorismo e Inovação Tecnológica da Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2025.

RICHARDSON, Roberto Jarry (1989). **Pesquisa social: métodos e técnicas**. Disponível em: <https://climatechangemoz.com/wp-content/uploads/2020/04/Metodologia-de-Pesquisa-Social-Richardson.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2025.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25. n. 1. p. 217-226, jan. 2000. Disponível em: <https://entrepreneurscommunicate.pbworks.com/f/Shane%2520%252B%2520Venkat%2520-%2520Ent%2520as%2520field.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2025.