

EMPREENDEDORISMO SOCIAL: RELATO SOBRE A ATIVIDADE ACADÊMICA DESENVOLVIDA COM GRADUANDOS(AS) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Crislaine Nascimento Sousa ¹

Simone Santos ²

Valeria de Aniz Santos ³

Luciano Evangelista Fraga ⁴

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo social vem se destacando cada vez mais nos últimos anos, despertando o interesse nos setores acadêmicos e empresarial (Souza *et al.*, 2025). Ele se distingue dos demais tipos de empreendedorismo uma vez que seu objetivo é a criação de valor social, que vai muito além da criação de valor econômico, além disso, visa resolver problemas sociais e ambientais por meio de soluções inovadoras (Souza *et al.*, 2025).

No campo da educação o empreendedorismo social desperta competências e habilidades que vão além do mercado de trabalho, visando também a promoção de uma cidadania ativa e consciente, integrando valores como proatividade, liderança, pensamento crítico e empatia para identificar as necessidades sociais (Souza *et al.*, 2025). E uma maneira de disseminar esta temática no campo da educação é por meio das oficinas temáticas, pois elas permitem envolver os alunos na construção do conhecimento (Marcondes, 2008).

Além disso, uma forma bastante comum para organizar uma oficina temática é por meio dos três momentos pedagógicos de Delizoicov, Angotti e Pernambuco (2002), sendo eles: problematização inicial, nesta etapa o intuito é problematizar o conhecimento exposto pelos alunos, a partir da exposição de situações relacionadas ao tema; organização do conhecimento, neste momento os conhecimentos julgados como necessários para a compreensão do tema são estudados; e aplicação do conhecimento, momento em que ocorre a sistematização do conhecimento incorporado pelo aluno, para que assim seja possível usar o conhecimento na mesma situação e em situações diferentes (Delizoicov; Angotti; Pernambuco, 2002).

¹ Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Ciências Naturais da Universidade Federal de Sergipe - UFS, crislainenascimento311@gmail.com;

² Mestranda pelo Curso de Pós-Graduação em Ciências Naturais da Universidade Federal de Sergipe - UFS, simone2597sts@gmail.com;

³ Mestranda do Curso de Pós-Graduação em Ciências Naturais da Universidade Federal de Sergipe - UFS, valeria_2019@outlook.com.br;

⁴ Professor orientador: doutorado em Química Analítica, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho - UNESP, fragaufs@academico.ufs.br.

Esta abordagem metodológica é relevante para o ensino de empreendedorismo, uma vez que estimula os alunos a gerar conhecimentos e a compreender a aplicação dos conceitos no planejamento de um modelo de negócio (Fadel; Costa, 2020). Tendo isso em vista, neste trabalho, foi realizada esta articulação, de modo a permitir que estudantes de diferentes áreas de conhecimento adquiram habilidades práticas para aplicar o empreendedorismo em suas vidas, uma vez que esta temática é raramente explorada na graduação. Para o cumprimento desta foi utilizada algumas metodologias ativas, dentre elas o modelo de negócio Canvas, também conhecido por Business Model Canvas, no entanto, de forma adaptada para um negócio de impacto social (Aveni, 2018).

Logo, este trabalho tem como objetivo apresentar o relato de experiência da atividade acadêmica sobre empreendedorismo social desenvolvida na X Semana Acadêmico-Cultural (SEMAC), como uma atividade extensionista da disciplina “Seminário Integrador II”.

METODOLOGIA

Este estudo foi desenvolvido seguindo a abordagem qualitativa, a qual tem caráter interpretativo e permite utilizar diferentes estratégias de investigação, métodos de coleta, análise e interpretação dos dados (Creswell, 2010). Além disso, baseia-se em dados de texto e imagem, bem como promove um envolvimento intensivo e sustentado entre pesquisador e participante (Creswell, 2010).

O estudo compreende uma atividade desenvolvida dentro da disciplina “Seminário Integrador II”, componente curricular do Programa de Pós-Graduação em Ciências Naturais (PPGCN) da Universidade Federal de Sergipe (UFS) – *Campus* Prof. Alberto Carvalho. A turma foi dividida em grupos, sendo que, o requisito para conclusão da disciplina consistiu em cada grupo ofertar um minicurso interdisciplinar, contendo momentos teóricos e práticos, para alunos da graduação durante a X Semana Acadêmico-Cultural (SEMAC), evento que ocorre na UFS, anualmente, durante uma semana.

A partir disso, surgiu a ideia de trabalhar com o empreendedorismo voltado a resolução de problemas sociais. O minicurso teve duração de 2 horas e foi ofertado no período noturno, sendo que, ao total contou com 22 participantes, majoritariamente alunos dos cursos de Ciências Contábeis e Administração. Além disso, a oficina utilizada no minicurso, foi estruturada em 3 momentos pedagógicos com base em Deleizoicov, Angotti e Pernambuco (2002), tendo como recursos didáticos utilizados durante a execução slides, post-it, papel e caneta.

O primeiro momento consistiu em um *Brainstorming* (tempestade de ideias), tendo a finalidade de conhecer as concepções prévias dos participantes a respeito do tema

empreendedorismo. No segundo momento, ocorreu o aprofundamento teórico, onde foi apresentado o conceito de empreendedorismo e suas aplicações na resolução de problemas sociais, relacionando com a educação crítica e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). O terceiro momento ocorreu a apresentação de um template “Busines Model Canvas” e sua utilização na elaboração de modelos de negócios. Posteriormente, os(as) participantes foram organizados(as) em 4 grupos, sendo que cada grupo recebeu o template em questão para desenvolver um modelo de negócio, com foco em impacto social, inovação e viabilidade. Ao final, ocorreu a socialização dos modelos de negócio desenvolvidos por cada grupo.

Tratando-se da coleta de dados, esta ocorreu por meio das ideias apresentadas no *brainstorming* e no business model canvas. Sendo que este último consiste em um quadro dividido em 8 tópicos: I) nome da empresa e seus criadores; II) parceiros chave, que inclui fornecedores e colaboradores; III) recursos chave, inclui a matéria prima e equipamentos necessários; IV) propostas de valor, inclui a inovação do negócio; V) canais, consiste nas estratégias para alcançar o cliente; VI) segmento de clientes, consiste no público para o qual o negócio é direcionado; VII) estrutura de custos, abrange todas as despesas que serão necessárias; VIII) fontes de receita, consiste nas estratégias para ter um retorno financeiro.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No primeiro momento da oficina ocorreu um *brainstorming* (tempestade de ideias), para isso, os estudantes anotaram suas ideias num post-it, foram até a frente do quadro da sala, se apresentaram, colaram e explicaram sua ideia acerca do empreendedorismo.

Ao analisar o *brainstorming* construído, com 22 ideias, percebeu-se que a palavra que mais se repetiu foi “negócio” (citada 9 vezes), em que os participantes citaram que empreendedorismo estava relacionado a: gerenciar negócios; ideia de negócios; ideias em forma de negócios; âmbito de negócios; empreender um bom negócio; aplicar um negócio; abrir um negócio; criar oportunidade de negócios; criar novas oportunidades de negócios.

Outro termo que apareceu foi “produto” (citado 3 vezes), em que os participantes relataram: vender determinado produto; vender um produto; lançar algo ou produto. Outro termo foi “riscos” (citado 2 vezes), a partir dos seguintes trechos: assumir riscos; se arriscar ao novo. Outro termo foi “lucro” (citado 2 vezes): projetos que visem lucrar; obter lucros. Outro termo com menor frequência foi “inovar” (citado 1 vez): empreendedorismo é inovar. Além desses termos, algo que chamou atenção foram duas ideias, as quais estão relacionadas com a concepção de empreendedorismo social, tais como: capacidade de resolver um problema; algo muito além do que “dinheiro”, conforme as ideias de Souza *et al.* (2025).

No segundo momento, realizou-se a apresentação do conceito de empreendedorismo e suas aplicações na resolução de problemas sociais, relacionando com a educação crítica e os ODS. Neste momento, explicou-se o que era o empreendedorismo e os seus diferentes tipos, tais como: corporativo, start-up e o social, dando um maior aprofundamento neste último. Com isso, apresentou-se aos participantes a relação entre o empreendedorismo social e a educação crítica, já que o foco da atividade era fazer com que os alunos propusessem a resolução de problemas sociais e/ou ambientais a partir das ideias do empreendedorismo social.

Ainda no segundo momento, apresentou-se os ODS e alguns projetos já desenvolvidos presentes na literatura, tais como: morada na floresta, que tinha como foco a realização da compostagem, a produção de fraldas, absorventes ecológicos, coletores menstruais e calcinhas absorventes; SDW, que tinha por objetivo desenvolver tecnologias capazes de tratar água de cisternas e de esgoto doméstico; e outros exemplos mais simples, como confecção de chaveiros a partir de materiais reciclados, e produção de receitas a partir de resíduos alimentares.

No terceiro momento, foi apresentado o template “Busines Model Canvas” e sua utilização na elaboração de modelos de negócios. Neste momento, de forma a facilitar o entendimento dos alunos, apresentou-se alguns projetos com base no template, como o projeto “TELITE”, que tinha como foco a produção de telhas sustentáveis, telhas solares e banheiros químicos produzidos a partir da reciclagem de resíduos plásticos. Outro projeto foi o “Movimento eu visto bem” que tinha como intuito a produção e venda de roupas fabricadas com resíduos e sobras de tecidos. Com base nesses projetos, foi possível explicar cada item que deveria se fazer presente no modelo de negócios, bem como trazer a possibilidade de como as ideias do empreendedorismo social pode ajudar na resolução de um problema social e ou ambiental.

Como atividade final, os(as) participantes foram organizados(as) em 4 grupos, sendo que cada grupo recebeu o template em questão, de modo que cada um desenvolvesse seu modelo de negócio, com foco em impacto social, inovação e viabilidade. Em seguida, cada grupo apresentou suas respectivas propostas, resultando um total de quatro projetos, entretanto um deles não tinha tanta relação com o empreendedorismo social.

O modelo “Coconart LTDA”, tinha como foco a produção de moveis, artefatos e utensílios a partir da casca do coco como forma de reutilização desse resíduo destinados para aluguel e venda. Neste projeto, os parceiros chaves são: vendedores de água de coco, produtores rurais, engenheiro de alimentos, artesãos e coletores. Algo legal é que uma das propostas de valor, é o repasse, a valores acessíveis, desses produtos produzidos para microempreendedores, investidores com poucos recursos e famílias carentes. Já os canais, são por meio de campanhas

publicitárias, anúncios em redes sociais e pontos físico para retirada. Sobre os segmentos de clientes, tem-se os microempreendedores do ramo alimentício, arquitetos, paisagistas, design de interiores, produtores de eventos e turistas. Dentre os custos, foram apontados o aluguel, pagamento de salários, transporte para coleta de matéria-prima, despesas operacionais e materiais utilizados para fabricação. Nas fontes de receita, apontaram as vendas e aluguel dos materiais produzidos.

Outra proposta foi a “Saboart”, que tinha como foco a produção e venda de sabão a partir do óleo usado, de modo a fornecer um destino adequado a esse resíduo. Na proposta apontaram como parceiros chave a família, amigos e comunidades. Na proposta de valor apontaram algumas das características que o sabão deveria ter, como ser um produto artesanal e caseiro, ser ótimo para tirar manchas, e possuir formatos e aromas de preferência do cliente. Os canais são: redes sociais, boca a boca, delivery e feira. Um ponto interessante é que dentre os segmentos de clientes são pessoas com vulnerabilidade social e donas de casa. Como custos, apontaram os materiais a serem utilizados na produção do sabão, dentre eles essências e moldes específicos. Como fontes de receita: vender para mercearias.

Já a proposta “Momento Magic”, tinha como foco a produção e venda de utensílios decorativos a partir do reaproveitamento das latas de leite, as quais são geradas em grande quantidade principalmente pelas mães que possuem filhos pequenos. Como parceiros chave apontaram mães lactantes, parentes, catadores e cooperativas de reciclagem. Como canais, apontaram rede social e boca a boca. Já como segmentos de clientes, são clientes de baixa renda, adultos e crianças. Dentre os custos apontados, tem-se a energia e materiais complementares necessários para produção. Como fontes de receita, tem-se a venda de produtos terceirizado. Um aspecto importante, é que esse projeto já era desenvolvido por uma das integrantes do grupo, logo já tinha vivência com a produção e comercialização desses produtos, sendo a oficina uma oportunidade para ela refletir acerca de como o empreendedorismo social se fazia presente na sua realidade e mostrar aos colegas a possibilidade de empreender e ajudar a resolver um problema social e/ou ambiental.

A última proposta “Casa do pecuarista: 46 anos no mercado”, tinha como objetivo a produção e venda de móveis, materiais de construção, produtos agropecuários e veterinários, não tendo tanta relação com o empreendedorismo social, talvez por falta de entendimento do grupo do que era proposta, tendo em vista ainda que o grupo se utilizou de uma empresa que já existia, conforme eles relataram durante a explicação do modelo criado.

Diante dos projetos expostos, percebe-se o potencial da oficina desenvolvida durante o minicurso para que os estudantes dos cursos em questão também tenham acesso a

conhecimentos acerca do empreendedorismo social e como este pode se fazer presente na sua realidade, ajudando a solucionar, de forma inovadora, os problemas sociais e/ou ambientais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do desenvolvimento da oficina, percebeu-se que os(as) participantes demonstraram possuir um conhecimento prévio a respeito do empreendedorismo, isso pode ter ocorrido provavelmente pela proximidade entre a área de formação desses(as) estudantes e as discussões voltadas para o empreendedorismo, bem como demonstraram entusiasmo na elaboração dos modelos de negócio. Um aspecto importante é que essa pesquisa abre caminhos para o desenvolvimento de outros trabalhos nessa perspectiva, de modo a fortalecer o empreendedorismo social, até mesmo dentro dos cursos de Administração e Ciências Contábeis.

Palavras-chave: Atividade, Empreendedorismo Social, Modelo de negócios.

AGRADECIMENTOS

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Naturais (PPGCN), a UFS, aos alunos que participaram da oficina, a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela bolsa e apoio no desenvolvimento da pesquisa.

REFERÊNCIAS

AVENI, Alessandro. **Canvas social: passo a passo**. Ed. 1. Brasília: Editora JRG, 2018.

CRESWELL, John Ward. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DELIZOICOV, Demetrio; ANGOTTI, Jose Andre Peres; PERNAMBUCO, Marta Maria. **Ensino de Ciências: fundamentos e métodos**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

FADEL, Valdiza Maria do Nascimento; COSTA, Priscila Carozza Frasson. As atribuições da metodologia dos três momentos pedagógicos no ensino do empreendedorismo. **Atos de pesquisa em Educação**, v. 15, n.1, p. 143-162, 2020

MARCONDES, Maria Eunice Ribeiro. Proposições Metodológicas para o Ensino de Química: Oficinas Temáticas para a Aprendizagem da Ciência e o Desenvolvimento da Cidadania. **Em Extensão**, Uberlândia, vol. 7, 2008.

SOUZA, Caio Henrique Martins *et al.*, Empreendedorismo social na educação. **Revista de Estudos Interdisciplinares**, v. 7, n.3, p. 01-16, 2025.