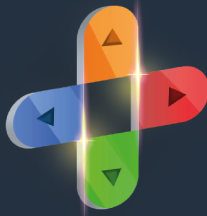


ELIANI RETZLAFF  
ROSANGELA FERREIRA PRESTES  
FÁBIO CÉSAR JUNGES  
BRUNA MORAES



**MAIS  
CIÊNCIA**

## PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR

uma batalha do conhecimento para aprender e empreender





ELIANI RETZLAFF  
ROSANGELA FERREIRA PRESTES  
FÁBIO CÉSAR JUNGES  
BRUNA MORAES

**MAIS CIÊNCIA**  
**PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR**  
UMA BATALHA DO CONHECIMENTO PARA  
APRENDER E EMPREENDER

Volume 4

Editora Metrics  
Santo Ângelo – Brasil  
2023



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>

**Revisão:** Os autores

**Capa:** Freepik

#### CATALOGAÇÃO NA FONTE

---

M231 Mais ciência [recurso eletrônico] : pitch do jovem empreendedor: uma batalha do conhecimento para aprender e empreender / Eliani Retzlaff ... [et al.]. – Santo Ângelo : Metrics, 2023. 60 p. : il. (Coleção Mais Ciência; 4)

ISBN 978-65-5397-250-6

DOI 10.46550/978-65-5397-250-6

1. Negócios. 2. Empreendedorismo. 3. Jovem empreendedor. I. Retzlaff, Eliani

CDU: 658.016.1

---

Responsável pela catalogação: Fernanda Ribeiro Paz - CRB 10/ 1720



Rua Antunes Ribas, 2045, Centro, Santo Ângelo, CEP 98801-630

E-mail: [editora.metrics@gmail.com](mailto:editora.metrics@gmail.com)

<https://editorametrics.com.br>

## Conselho Editorial

Dr. Charley Teixeira Chaves	PUC Minas, Belo Horizonte, MG, Brasil
Dra. Cleusa Inês Ziesmann	UFFS, Cerro Largo, RS, Brasil
Dr. Douglas Verbicaro Soares	UFRR, Boa Vista, RR, Brasil
Dr. Eder John Scheid	UZH, Zurique, Suíça
Dr. Fernando de Oliveira Leão	IFBA, Santo Antônio de Jesus, BA, Brasil
Dr. Glaucio Bezerra Brandão	UFRN, Natal, RN, Brasil
Dr. Gonzalo Salerno	UNCA, Catamarca, Argentina
Dra. Helena Maria Ferreira	UFLA, Lavras, MG, Brasil
Dr. Henrique A. Rodrigues de Paula Lana	UNA, Belo Horizonte, MG, Brasil
Dr. Jenerton Arlan Schütz	UNIJUÍ, Ijuí, RS, Brasil
Dr. Jorge Luis Ordelin Font	CIESS, Cidade do México, México
Dr. Luiz Augusto Passos	UFMT, Cuiabá, MT, Brasil
Dr. Manuel Becerra Ramirez	UNAM, Cidade do México, México
Dr. Marcio Doro	USJT, São Paulo, SP, Brasil
Dr. Marcio Flávio Ruaro	IFPR, Palmas, PR, Brasil
Dr. Marco Antônio Franco do Amaral	IFTM, Ituiutaba, MG, Brasil
Dra. Marta Carolina Gimenez Pereira	UFBA, Salvador, BA, Brasil
Dra. Mércia Cardoso de Souza	ESMEC, Fortaleza, CE, Brasil
Dr. Milton César Gerhardt	URI, Santo Ângelo, RS, Brasil
Dr. Muriel Figueredo Franco	UZH, Zurique, Suíça
Dr. Ramon de Freitas Santos	IFTO, Araguaína, TO, Brasil
Dr. Rafael J. Pérez Miranda	UAM, Cidade do México, México
Dr. Regilson Maciel Borges	UFLA, Lavras, MG, Brasil
Dr. Ricardo Luis dos Santos	IFRS, Vacaria, RS, Brasil
Dr. Rivetla Edipo Araujo Cruz	UFPA, Belém, PA, Brasil
Dra. Rosângela Angelin	URI, Santo Ângelo, RS, Brasil
Dra. Salete Oro Boff	IMED, Passo Fundo, RS, Brasil
Dra. Vanessa Rocha Ferreira	CESUPA, Belém, PA, Brasil
Dr. Vantoir Roberto Brancher	IFFAR, Santa Maria, RS, Brasil
Dra. Waldimeiry Corrêa da Silva	ULOYOLA, Sevilha, Espanha

Este livro foi avaliado e aprovado por pareceristas *ad hoc*.



# Sumário

APRESENTAÇÃO .....	11
Capítulo 1 - 1ª ETAPA: CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTOS E PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR .....	17
Capítulo 2 - 2ª ETAPA: ESTRUTURAÇÃO DO PITCH POR MEIO DAS OFICINAS E DO MODELO DE NEGÓCIO “CULTIVE” ...	23
Capítulo 3 - 3ª ETAPA: PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO VÍDEO DO PITCH PELOS ESTUDANTES .....	37
Capítulo 4 - 4ª ETAPA: CADASTROS, ANEXOS DE VÍDEOS E AVALIAÇÕES NO AVA PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR .....	41
Capítulo 5 - 5ª ETAPA: LISTA DOS PITCHES DE NEGÓCIOS ANEXADOS NO AVA E O EVENTO FINAL NA URI .....	51
Capítulo 6 - RELATOS DOS 5 PITCHES VENCEDORES PELOS ESTUDANTES, PROFESSORES E ALUNOS .....	57
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	59





## APRESENTAÇÃO

A obra a ser apresentada retrata o processo de criação, desenvolvimento e resultados da atividade final, que engloba o projeto intitulado “Formação de Professores e a Implementação do Ensino Híbrido no Contexto de Escolas Públicas - Mais Ciência”. Essa iniciativa foi desenvolvida por meio da parceria entre a FAPERGS (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul) e o SEBRAE/RS (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul), no âmbito do Programa de apoio a projetos de pesquisa e inovação na área de Educação Básica - PROEdu, conforme o edital 03/2021. Adicionalmente, este livro apresentará detalhes sobre o processo de concepção, além do progresso durante a execução e, por fim, os resultados alcançados pelo projeto.

Em busca de atingir os objetivos desse projeto, demos início à nossa caminhada estabelecendo contatos e firmando parcerias com as coordenadorias regionais de educação do Polo 3, que inclui as regionais de Santo Ângelo, Santa Rosa, Palmeira das Missões, Três Passos, São Luiz Gonzaga e Ijuí. Com essa parceria estabelecida, formou-se então o grupo de trabalho composto por membros da comunidade acadêmica, profissionais de diversas áreas, as coordenadorias e então as escolas da rede pública estadual pertencentes ao Polo 3.

Seguindo na linha de ações do projeto, realizou-se a organização e estruturação das ações a serem desenvolvidas com as escolas participantes. Como resultado tem-se a elaboração de uma Trilha de Aprendizagem composta por conteúdo multimodal que

envolve os temas Mundo do Trabalho, Projeto de Vida, Cultura e Tecnologias Digitais, Empreendedorismo e Educação Financeira. As atividades da trilha compreendem: Ciclo de Palestras, Ciclo de Oficinas e o Pitch do Jovem Empreendedor. Com o objetivo de disponibilizar a Trilha de Aprendizagem e facilitar o acesso dos professores e estudantes, foi criado um Ambiente Virtual de Aprendizagem chamado de AVA Mais Ciência. Todo o material elaborado e disponibilizado aos participantes também pode ser acessado pelo ebook: “Mais Ciência: Uma Trilha de Conhecimentos para Aprender e Empreender”.

Após percorrer a Trilha de Aprendizagem, os estudantes foram desafiados a participar do Pitch do Jovem Empreendedor. Utilizando as habilidades desenvolvidas nas etapas anteriores, por meio de palestras e oficinas (Fonte de Renda, Produção e Venda, Sustentabilidade, Neuromarketing, Pitch do Jovem Empreendedor), bem como com o acompanhamento de professores universitários, os estudantes elaboraram e desenvolveram suas próprias propostas empreendedoras. O objetivo era identificar uma oportunidade de empreendimento, seja na criação de um negócio, produto ou serviço, em qualquer área do conhecimento, ou a partir de uma necessidade local. Com base em seus conhecimentos e orientações recebidas, os estudantes trabalharam na análise de viabilidade técnica e financeira de suas ideias, a fim de apresentá-las de maneira persuasiva aos investidores anjos.

Nesta perspectiva, apresenta-se nesse volume a atividade do Pitch do Jovem Empreendedor, com uma descrição detalhada das etapas de organização e desenvolvimento. Destaca-se também o processo de construção colaborativa dos pitches de negócios, ressaltando a importância do uso do AVA Mais Ciência Pitch do Jovem Empreendedor como ferramenta de apoio durante todo o processo. Além disso, serão abordados os resultados alcançados por essa iniciativa. No ano de 2022, o projeto registrou um total

de 52 pitches acompanhados e inscritos, dos quais 38 concluíram o processo no AVA Mais Ciência. Esses 38 pitches anexados no AVA, tiveram feedbacks de avaliadores (professores, acadêmicos e mestrandos da URI) no próprio ambiente. Essa avaliação foi feita por meio de formulário com base nos aspectos estratégicos, ambientais, mercadológicos, produtos, marketing, econômicos, financeiros, análise de investimentos e vídeo do Pitch de Negócios.

As 20 propostas com melhor classificação receberam feedback especializado dos avaliadores durante um evento transmitido ao vivo. Além disso, foram anunciados os 5 finalistas, o que gerou grande expectativa entre os participantes. Posteriormente, os 5 melhores colocados tiveram a oportunidade de apresentar seus resultados e ideias inovadoras para uma banca de 5 investidores anjos (empresários de diferentes segmentos).

Esses números refletem a participação ativa dos estudantes nesse desafio empreendedor. Os resultados alcançados demonstram não apenas a qualidade das propostas desenvolvidas, mas também o engajamento e a capacidade dos jovens em comunicar de forma convincente suas visões e oportunidades de negócios. O projeto do Pitch do Jovem Empreendedor se estabeleceu como um importante impulsionador do empreendedorismo entre os estudantes, proporcionando um ambiente de aprendizagem valioso e inspirando o potencial de inovação e criação.

Para a construção dos pitches, os professores tiveram a possibilidade de organizar grupos de trabalho em suas escolas, compostos por estudantes da mesma turma ou de outras turmas do Ensino Médio. Ao trabalhar em equipe, os alunos foram incentivados a colaborar, compartilhar ideias, ouvir diferentes perspectivas e aprender a lidar com divergências. A diversidade de experiências e conhecimentos dos estudantes envolvidos nos grupos de trabalho enriqueceu a construção dos pitches, permitindo a troca de informações e a complementaridade de habilidades

entre os membros do grupo. Essa iniciativa criou um ambiente propício para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras e promoveu a formação de jovens preparados para enfrentar desafios e buscar oportunidades no mundo empreendedor.

Diante a extensão desse projeto, também convidamos você a conhecer o livro: “Mais Ciência: Ambiente de Aprendizagem e Relatos Inspiradores na Personalização do Ensino”. Neste livro, além de reflexões teóricas sobre a abordagem pedagógica adotada no desenvolvimento do AVA Mais Ciência e da implementação da Trilha de Aprendizagem, apresentam-se relatos inspiradores de professores e coordenadoras que representam o Polo 3. Com este livro, buscamos não apenas inspirar outros educadores e gestores a explorar novas formas de ensinar e aprender, utilizando as tecnologias de forma a contribuir para o desenvolvimento das competências e habilidades necessárias para uma educação contemporânea, mas também buscar enriquecer o trabalho dos educadores e promover a valorização da profissão docente.

Destaca-se, ainda, que além do apoio da FAPERGS, por meio do Evento Educacional Mais Ciência, tivemos a honra de integrar a programação da 19ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia de 2022, com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Além dessas importantes parcerias, o projeto contou com o suporte de diversas instituições, tais como a Editora Métrics, Receita Federal, Exohub, PROCON (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor), CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) e AGIR (Agência de Desenvolvimento de Santo Ângelo). A colaboração dessas instituições fortaleceu o evento e contribuiu para o seu sucesso, possibilitando a realização de atividades enriquecedoras e proporcionando um ambiente propício para o desenvolvimento de competências e habilidades dos estudantes participantes.

Por fim, é fundamental ressaltar que ao elaborar o projeto,

levou-se em conta a consideração pela importância do papel dos professores na sociedade. Em um mundo repleto de desafios sociais e emocionais complexos, os professores desempenham um papel fundamental ao transmitir conhecimentos, habilidades e valores que impulsionam o desenvolvimento das pessoas e atuam como agentes de transformação social. Reconhecendo sua importância, o grupo multidisciplinar não mediu esforços para produzir um material de qualidade que possa colaborar com as demandas e desafios educacionais, promovendo a incorporação de novas tecnologias, metodologias e abordagens pedagógicas por meio da dinâmica de desenvolvimento da trilha do conhecimento. Valorizamos profundamente os educadores que, diariamente, se dedicam a moldar mentes e inspirar gerações. Seu comprometimento em enfrentar as adversidades e adaptar-se às mudanças é crucial para o progresso educacional. Este livro busca incentivar educadores a explorar novas possibilidades, abraçar a inovação e ter um impacto significativo na formação de um futuro promissor. Juntos, podemos construir uma sociedade em que a educação seja a base para o progresso e a realização de sonhos. A todos os professores, nosso sincero agradecimento e admiração pelo trabalho extraordinário que realizam.



## Capítulo 1

# **1ª ETAPA: CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTOS E PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR**

**P**ara colaborar com estudantes do ensino médio, no que tange o desenvolvimento de suas habilidades de comunicação, pensamento crítico e empreendedorismo, propomos a construção de pitches de negócios.

A primeira etapa do processo de construção do Pitch de Negócios consistiu no acompanhamento contínuo da trilha de aprendizagem do Mais Ciência. Durante essa trilha, além de atingir outros objetivos, os participantes tiveram a oportunidade de compreender o conceito de empreendedorismo e sua relevância na sociedade atual. Também foram apresentados exemplos de empreendedores bem-sucedidos, ilustrando como eles transformaram suas ideias em negócios de sucesso. Essa etapa contou com o suporte de palestras e oficinas disponíveis no livro “Mais Ciência: Uma Trilha de Conhecimentos para Aprender e Empreender” (disponível em <https://editorametrics.com.br/livro/mais-ciencia-volume-2>). O livro oferece uma síntese da estrutura da trilha de aprendizagem, orientações para acessar o ambiente virtual de aprendizagem do Mais Ciência, detalhes sobre o acompanhamento dos professores, cronogramas e materiais pedagógicos midiáticos das palestras e oficinas, além de informações sobre os encontros remotos para interação entre professores e estudantes.

Com o aporte do ciclo de oficinas que compartilharam

conhecimentos sobre cultura e tecnologias digitais, ferramentas do Google, fonte de renda, produção e venda, sustentabilidade, neuromarketing e o Pitch de Negócios, bem como dos atendimentos individuais ou em grupos, foi possível suscitar nos estudantes a compreensão da importância de identificar um problema real que precisa ser resolvido e que a escolha do problema deve ser relevante para eles e para a comunidade em geral.

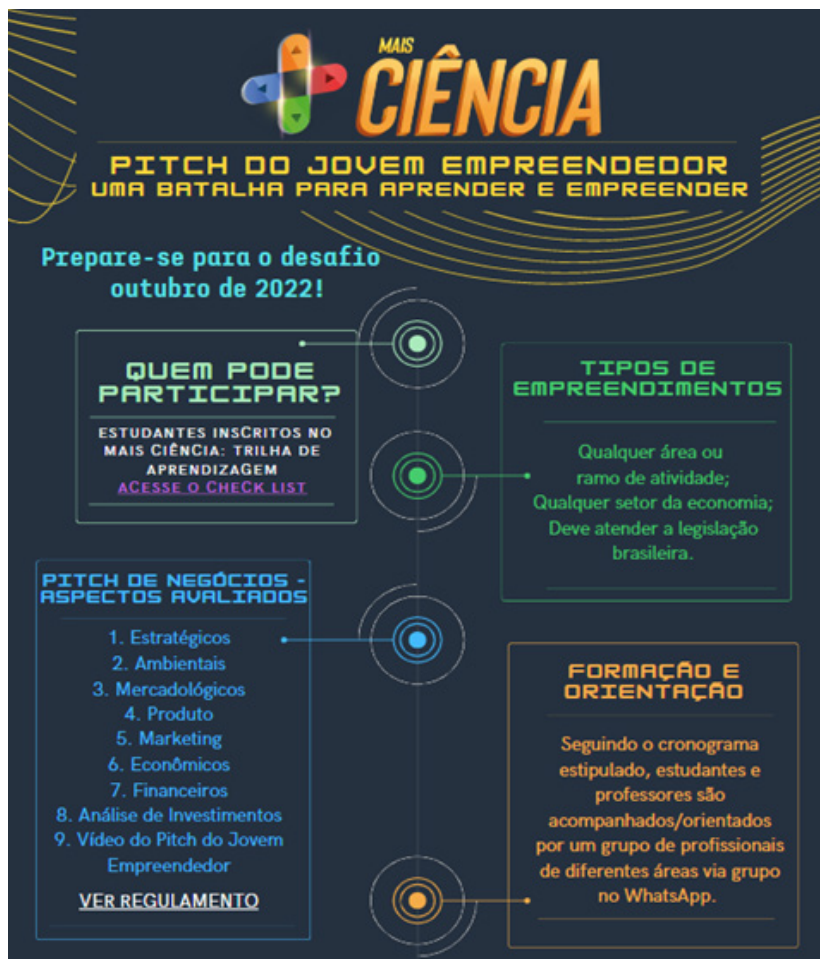
Para desenvolverem a ideia de negócio, os estudantes foram incentivados a pensar em soluções criativas para o problema identificado; considerar como sua ideia de negócio abordará o problema, destacando sua originalidade e diferenciação no mercado; observar se o negócio tem o potencial de atrair a atenção dos clientes (oferecendo algo novo, inovador e exclusivo) e assim destacar-se da concorrência e alcançar o sucesso.

De acordo com o regulamento estabelecido, os estudantes e seus professores receberam as informações e diretrizes sobre o funcionamento do Evento Pitch do Jovem Empreendedor. O objetivo deste evento foi avaliar o aprendizado dos participantes ao longo da trilha de aprendizagem do projeto MAIS CIÊNCIA, por meio da apresentação de propostas de negócio viáveis.

Os estudantes participantes tiveram que formar equipes e submeter um vídeo do Pitch contendo aspectos estratégicos, ambientais, mercadológicos, do produto, de marketing, econômicos, financeiros e apresentação geral como apresenta a figura 1.



Figura 1 - Ilustração da organização do Pitch do Jovem Empreendedor



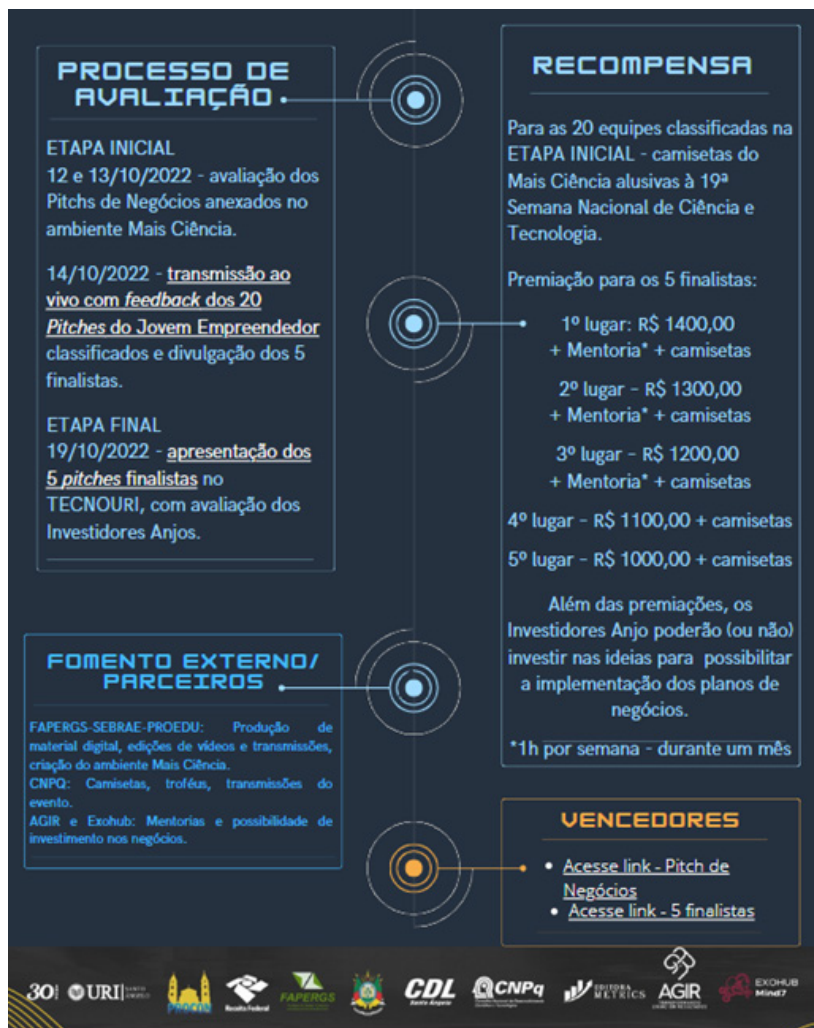
Fonte: Autores (2023).

Os vídeos foram avaliados por um grupo de avaliadores/ investidores anjos, e os melhores classificados tiveram a oportunidade de apresentar suas propostas em evento presencial.

Houve a premiação para as equipes classificadas, incluindo mentorias e valores em dinheiro, seguindo a organização da figura

2 com orientações para que tudo fosse comprovado posteriormente para órgãos financiadores e instituições parceiras.

Figura 2 - Ilustração da 2ª parte da organização do Pitch do Jovem Empreendedor



Fonte: Os autores (2023).

Dessa forma foram apresentadas informações e regras sobre o funcionamento do Pitch do Jovem Empreendedor, etapa final do Evento Educacional MAIS CIÊNCIA, evento este incluído na programação da Semana Nacional da Ciência e Tecnologia, pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões - URI. Para conhecer o regulamento constituído acesse o link: <https://docs.google.com/document/d/1nvK9NDLkXsGnE1uOs5WWhiAKlkec8pMfQYKIr1WOic/edit?usp=sharing>

Figura 3 - Ilustração do Regulamento do Pitch do Jovem Empreendedor



Fonte: Os autores (2023).

A partir da apresentação do regulamento do Pitch do Jovem Empreendedor, os estudantes começam a estruturar o Pitch de Negócios.



## Capítulo 2

# 2ª ETAPA: ESTRUTURAÇÃO DO PITCH POR MEIO DAS OFICINAS E DO MODELO DE NEGÓCIO “CULTIVE”

Com o objetivo de subsidiar o processo de construção do Pitch de Negócios, os estudantes tiveram acesso ao ciclo de oficinas (disponível em <https://editorametrics.com.br/livro/mais-ciencia-volume-2>). Esse material dispõe de vídeos, materiais instrucionais e atividades. De forma resumida, as oficinas abordaram diferentes estágios:

- **Fonte de Renda:** os estudantes exploraram a educação financeira e descobriram sua âncora de carreira, definindo a fonte de renda e estabelecendo metas estratégicas para alcançar resultados significativos.
- **Produção e Venda:** aprenderam a levantar recursos necessários para comercializar o produto/serviço escolhido, qualificando fornecedores e definindo diferenciais de mercado. Também foram capacitados na precificação e no levantamento dos custos operacionais.
- **Sustentabilidade:** destacou a importância do conceito nos campos ambiental, social e econômico, incentivando a incorporação da sustentabilidade nas vidas pessoais e profissionais dos participantes.
- **Neuromarketing:** explorou a neurociência e o marketing, mostrando como essas áreas se complementam. Os estudantes aprenderam a impulsionar as vendas aproveitando os insights sobre o comportamento do

consumidor, com ênfase na importância de gerenciar o orçamento financeiro e evitar práticas desnecessárias.

- **Pitch do Jovem Empreendedor:** teve como objetivo conceituar o Pitch de Negócios e fornecer orientações para a construção de um Pitch eficaz. O foco foi capacitar os estudantes a apresentarem sua ideia de forma clara, persuasiva e atrativa aos avaliadores e potenciais investidores anjo, aumentando suas chances de conquistar apoio financeiro para seus projetos.

A partir desses conhecimentos, para facilitar ainda mais o entendimento desse processo de construção dos Pitches pelos estudantes, foi proposto um Modelo de negócio chamado “Cultive”. Trata-se de uma sequência que indica um “modelo” de criação de um negócio que inclui os seguintes elementos: introdução (nome do produto/serviço, logo, frase de impacto), problema (descrição do problema, impacto e relevância), solução (descrição da solução e como ela resolve o problema), mercado (tamanho do mercado e oportunidade de crescimento), modelo de negócio (como o produto/serviço irá gerar receita), concorrentes (identificação dos concorrentes e diferencial do produto/serviço), equipe (apresentação dos membros da equipe e suas habilidades) e próximos passos (estratégias de crescimento e desenvolvimento futuro).

Essa prática foi concebida pela Professora Universitária participante no desenvolvimento do Mais Ciência, Bruna Moraes, em colaboração com um grupo de acadêmicos dos cursos de Ciências Contábeis e Administração. O projeto envolve a criação de uma empresa chamada Cultive, que se dedica à produção de uma Mini Horta orgânica. Para garantir um acompanhamento eficiente, os estudantes foram orientados a trabalhar em partes específicas e com restrições de tempo, de forma a estarem todos no mesmo estágio. Abaixo está apresentado na forma de uma lista numerada

um modelo de constituição que serve como um cronograma para a construção do Pitch de Negócios.

## 1. Definição do nome e o slogan da empresa

Esse nome deve remeter ao que a empresa quer comercializar, seja produtos ou serviços. Tem que trazer leveza e instigar as pessoas a quererem conhecer o produto.

O produto é uma Mini Horta orgânica para pendurar na parede e fornecer 6 tipos de temperos diferentes. O nome da empresa é “Cultive”. E o slogan é “Um novo conceito de felicidade”. Esse slogan foi pensado para mostrar que a cozinha traz aconchego e união, coisas que são sinônimos de felicidade. A ideia aqui não é vender o produto em si, e sim, a ideia de que com a união de amigos, família, ou colegas de trabalho, as pessoas ficam mais felizes. Vendemos o conceito de felicidade.

## 2. Definição do problema que o produto/serviço vai satisfazer. quais são as dores do meu cliente? E como a minha ideia de empresa vai conseguir ajudar?

É importante que o grupo defina qual problema o produto ou serviço vai resolver para o seu cliente.

Produto/ Serviço	Problema	Solução
Mini Horta	Se você adora cozinhar, mas não tem os temperos que gosta na sua casa, ou precisa ir comprar no supermercado.	Nós temos a solução. A Cultive está vendendo Mini Hortas orgânicas que você pode pendurar na sua parede e ter os seus temperos favoritos na sua casa. Isso vai facilitar a sua vida quando você estiver compartilhando momentos junto com a sua família, amigos ou colegas de trabalho.

### 3. Definição do público-alvo

Nessa etapa é de fundamental importância definir quem é o público-alvo, ou seja, quem serão os meus clientes. Depois disso ficará mais fácil focar nas estratégias de venda e marketing, pois aqui sabemos para quem vamos vender.

<b>Quem é o meu cliente?</b>	<b>Qual a idade do meu cliente?</b>	<b>Onde ele mora?</b>	<b>Qual a escolaridade?</b>	<b>O que ele gosta de fazer?</b>
Pessoas que gostam de cozinhar	Entre 25 a 65 anos	Em casas ou apartamentos na cidade	Desde ensino fundamental incompleto até pós-graduação completa.	Principalmente atividades que incluem cozinhar e reunir pessoas para confraternizar e experimentar novos sabores.
Quantas pessoas moram com ele?	Quantas vezes por semana ele cozinha?	Ele é de alguma área de atuação específica?	Ele gosta de trabalhos manuais?	Quanto ele está disposto a gastar com a mini horta?
2 ou mais	5 vezes ou mais	Não	Sim	A partir de R\$ 80,00

### 4. Definição dos concorrentes

Quais são os principais concorrentes na cidade?

<b>Fornecedor</b>	<b>Tipo de produto</b>	<b>Prazo de entrega</b>	<b>Custo do insumo</b>
Concessionária de energia elétrica	Paletes	Imediato	Doação



Empresa A	Martelo	Imediato	R\$ 25,00
Empresa A	Pregos (pacote com 100 unidades)	Imediato	R\$ 10,00
Empresa A	Lixas para madeira (rolo de 20 metros)	Imediato	R\$ 8,90
Empresa A	Serrote	Imediato	R\$ 40,00
Empresa B	Verniz (3 litros)	Imediato	R\$ 150,00
Alunos	Garrafas PET para reciclagem	Imediato	Doação
Agropecuária	Mudas (unidade)	Imediato	R\$ 2,00

## 5. Definição do custo de produção fixos e variáveis

Aqui é necessário levar em consideração todos os custos envolvidos na fabricação do produto/serviço.

*Custos fixos: Não vão variar de acordo com a quantidade produzida [1].*

Insumo	Quantidade	Custo
Serrotes	1	R\$ 40,00
Martelos	1	R\$ 25,00
KIT EPIs (óculos, máscaras e luvas)	1	R\$ 30,00
Aluguel do local de produção	1	R\$ 25,00
Total		R\$95,00

*Custos variáveis: variam de acordo com a quantidade produzida.*

Insumo	Quantidade	Custo
Paletes	1	Doação
Verniz	350 mls	R\$ 17,50
Pregos	15 unidades	R\$ 1,50
Terra	1,2 ks	R\$ 20,00
Mudas	6	R\$ 12,00
Luz		R\$ 5,00
Água		R\$ 2,00
Mão de obra		R\$ 10,00
Total		R\$ 68,00

*Custo total por unidade*

Custo fixo	Custo variável	Custo total de 1 unidade
R\$ 0,95	R\$ 68,00	R\$ 68,95

*Investimento inicial*

Produtos	Custo
Materiais e equipamentos (EPs, serrotes, martelos)	R\$ 75,00

*Projeção de receita com vendas*

<b>Estimativa de produção</b>	<b>Preço de venda</b>	<b>Receita com vendas</b>
100 unidades	R\$ 103,45	R\$ 10345,00

**6. Definição do preço de venda**

O preço de venda pode ser definido levando em consideração o custo total mais a margem de lucro que os empreendedores esperam com a venda do produto. Aqui é importante analisar também o valor que o produto é comercializado nos concorrentes diretos e indireto para não estar praticando um preço muito diferente daquele observado no mercado. Porém, se o produto/serviço tiver um diferencial muito competitivo, esse valor pode ser bem diferente.

<b>Custo total</b>	<b>Margem de lucro</b>	<b>Preço de venda</b>
R\$ 68,95	50%	R\$ 103,45

**7. Definição do tempo de produção**

Nessa fase precisamos definir em quanto tempo 1 unidade do produto ou serviço é produzido. Nesse caso, deve-se levar em consideração todas as partes dos processos.

<b>Corte dos paletes</b>	<b>Lixamento</b>	<b>Pintura</b>
40 minutos	30 minutos	25 minutos
<b>Corte dos PETs</b>	<b>Plantio das Mudas</b>	<b>Fixar ao PETs nos paletes</b>

30 minutos	20 minutos	20 minutos
Tempo total de produção [2]		3 horas e 15 minutos

## 8. Definição dos canais de comunicação e estratégias de Marketing

Nesse ponto é fundamental definir como que os produtos/ serviços serão vendidos para os clientes e quais as estratégias de marketing serão realizadas.

### *Formas de venda*

<b>Como os produtos serão vendidos?</b>	<b>Como serão entregues?</b>	<b>De quem será o custo da entrega?</b>
Online e venda física	Serviços de tele entrega	Do cliente
Venda física será realizada em que local?		
Feiras e eventos na cidade. Ver parcerias.		

### *Canais de comunicação*

<b>Como os produtos são vistos pelos clientes?</b>	<b>Como os clientes entrarão em contato?</b>	<b>Quem vai falar com os clientes?</b>
Instagram	Directs e WhatsApp	Pessoa da equipe de Marketing

*Estratégias de Marketing*

<b>Instagram</b>	<b>Conteúdos</b>	<b>Campanhas com as parcerias</b>
Posts informativos de lançamento, receitas semanais, posts com conteúdo relacionado à Mini Horta. @cultive_felicidade	Receitas utilizando os temperos da Mini Horta, Vídeos com o processo de produção	Supermercados, feiras, floriculturas e agropecuárias. Campanhas de datas comemorativas.

**9. Definição das equipes de trabalho**

Após serem estabelecidos todos os parâmetros de produtos e custos, é importante definir quem vai ficar responsável por cada tarefa da empresa.

<b>Gestão geral</b>	<b>Gestão de Marketing e vendas [3]</b>	<b>Gestão de produção [4]</b>	<b>Gestão financeira</b>
Moacir	Alice	Kauã	Tainara
<b>Equipes</b>			
	João S.	Leandro	Ana Paula
	Bárbara	Ramão	Flávia
	Martiely	Yasmine	

## 10. Definição da Missão, Visão e Valores

Nesse ponto, todas as questões de cultura organizacional ficam estabelecidas.

<b>Missão</b>	<b>Visão</b>	<b>Valores</b>
Estar presente em todas as mesas dos santoangelenses trazendo mais felicidade nos momentos de confraternização.	Ser reconhecido como sinônimo de felicidade e expandir mercados a nível estadual e Brasil, nos próximos 5 anos.	Comprometimento, honestidade, trabalho em equipe.

## 11. Definição da análise ambiental da empresa

Aqui é importante definir quais são os pontos fortes e fracos, além das ameaças e oportunidades (Matriz FOFA/SWOT)

<b>Análise dos fatores internos da empresa</b>	
<b>Pontos fortes</b>	<b>Pontos fracos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Processos bem estabelecidos</li> <li>- Equipe de gestão bem definida e alinhada com o planejamento estratégico da empresa.</li> <li>- Atendimento ao cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mudanças (matéria-prima) tem baixo prazo de validade</li> <li>- Muito tempo de produção de uma unidade de Mini Horta</li> </ul>

A análise dos fatores externos da empresa envolve a avaliação dos elementos do mercado que podem influenciar seu desempenho e sucesso.

## 12. Análise dos fatores externos da empresa relacionados ao mercado

A análise dos fatores externos da empresa envolve a avaliação dos elementos do mercado que podem influenciar seu desempenho e sucesso.

Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>- Produto inovador</li><li>- Maior procura por produtos orgânicos por parte dos clientes</li><li>- Substituição das mudas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Produtos artesanais concorrendo com produtos industrializados</li><li>- Produto precisa de cuidados depois de entregue ao cliente (regar)</li></ul>

## 13. Roteiro para a elaboração de um PITCH de Negócios: vender uma ideia

O processo para elaboração do Pitch se inicia por criar um problema que seja relevante e impactante. Esse problema deve ser validado, interessante se puder ser feita uma pesquisa. Em seguida, é fundamental demonstrar que a empresa possui a solução para esse problema, destacando o diferencial competitivo em relação às alternativas disponíveis no mercado. É importante analisar as soluções oferecidas pelo mercado e explicar por que a alternativa da empresa é a melhor escolha. Nesse contexto, é relevante apresentar a missão, visão e valores da empresa, transmitindo seu propósito e compromisso.

Além disso, é necessário identificar claramente o público-alvo e entender suas necessidades. Também é fundamental mapear os fornecedores para a operação do negócio e descrever a divisão e competências das equipes envolvidas. Aspectos financeiros devem ser abordados, como os custos de desenvolvimento da solução, o valor atribuído a ela, o investimento inicial necessário e as metas de vendas estabelecidas. É importante definir um valor de receita

almejado, demonstrando o potencial de retorno do investimento. Em resumo tem-se que responder às seguintes perguntas:

- Qual é o problema? Esse é realmente um problema?
- A empresa tem a solução para o problema?
- Quais soluções o mercado oferece?
- Por que a alternativa da empresa é a melhor?
- A empresa tem uma Missão, Visão, Valores da empresa.
- Quem são os meus clientes?
- Quem são meus fornecedores?
- Como estão divididas as equipes?
- Quanto custa desenvolver a minha solução?
- Qual o valor da solução?
- Qual o investimento inicial?
- Quais são as metas de vendas?
- Qual o valor de receita que se almeja conseguir?

Segue o exemplo da “Cultive”. Esse resumo pode ser utilizado para a constituição do Vídeo do Pitch de Negócios.

### **Cultive**

“Quem nunca foi receber os amigos ou família em casa, e na hora de finalizar a comida, viu que não tinha temperos frescos e acabou ficando decepcionado em não conseguir atingir o sabor que gostaria? A Cultive tem a solução. Fabricamos uma Mini Horta Orgânica, que não vai ocupar espaço na sua casa, e vai proporcionar muito sabor para a sua reunião em família e com amigos, deixando você muito satisfeita com o seu preparo, trazendo mais felicidade para o momento compartilhado com as pessoas que você gosta. Venha conhecer a Cultive, um novo conceito de felicidade”. Nossa



empresa tem como Missão estar presente em todas as mesas dos Santo Angelenses trazendo mais felicidade nos momentos de confraternização. A nossa visão é ser reconhecido como sinônimo de felicidade e expandir mercados a nível estadual e Brasil, nos próximos 5 anos. Os valores que praticamos são comprometimento, honestidade e trabalho em equipe. Embora a solução para o problema já exista, ainda assim a Cultive traz a oportunidade de cultivar os seus próprios temperos ao invés de adquirir do mercado. Nossos clientes são pessoas que buscam uma alimentação mais saudável dando preferência ao orgânico, e ter a praticidade de pegar os temperos frescos na sua própria casa. Além disso, nossos clientes são aquelas pessoas que identificam a importância desses momentos de lazer compartilhados com amigos, famílias e colegas de trabalho. Para a produção da nossa Mini Horta, a Cultive utilizará fornecedores locais, com entrega imediata dos produtos, e uma equipe de 45 pessoas, divididas em gestão geral, gestão de marketing e vendas, gestão financeira e gestão de produção. Para isso o custo total de produção será de R\$68,95 a unidade, com investimento inicial de aproximadamente R\$ 100,00. O preço de venda será de R\$ 103,45, com uma margem de lucro de 50%. A meta de venda durante o projeto é de 100 unidades, o que trará uma receita de vendas de R\$ 10345,00.

Esta dinâmica utilizada a partir do modelo da “CULTIVE” estimulou o trabalho colaborativo e compartilhado por meio da troca de conhecimentos entre comunidade escolar e acadêmica. Propiciou a criação de vínculos que oportunizaram momentos de conversas/trocas, de mentorias, entre outros.

Cabe ressaltar que esse modelo pôde ser adaptado de acordo com as necessidades e particularidades do negócio (produto ou serviço) de cada equipe.

[1] A ideia é produzir 100 mini hortas. Nesse caso, o custo fixo é dividido pela quantidade de produtos que serão produzidos. Quanto maior a produção menor vai ficando esse custo para a empresa.

[2] Algumas partes do processo podem ser feitas simultaneamente.

[3] Dentro do setor de Marketing tem duas equipes: Marketing e Vendas

[4] Dentro do setor de produção tem várias equipes: Corte, lixamento, pintura, corte de PETs e plantio.

## Capítulo 3

### **3ª ETAPA: PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DO VÍDEO DO PITCH PELOS ESTUDANTES**

O processo de construção do vídeo do PITCH pelos estudantes teve como objetivo a aplicação de habilidades criativas e de comunicação, transmitindo a ideia de negócio de forma clara, criando uma apresentação visualmente atrativa capaz de persuadir o público e avaliadores a apoiar a proposta.

Para desenvolverem essas habilidades, os estudantes tiveram acesso a Oficina 1: Cultura e Tecnologias Digitais e as Ferramentas do Google. Essa oficina discute em vídeo além de reflexões acerca de cultura digital, tecnologias e internet, tecnologias digitais na educação, ainda oferece materiais digitais instrucionais sobre a versão gratuita do Canva o uso de ferramentas do Google (Docs, Planilha, Formulário e Apresentações).

Material Instrucional \_ Oficina 1 Cultura e Tecnologias Digitais e Ferramentas do Google\_versão final.docx,

Primeiramente, foi abordado o checklist das atividades que envolveram as Ferramentas do Google e, em seguida, o desenvolvimento das mesmas de forma sequencial e didática:

Cada turma pôde formar grupos de trabalho e eleger um(a) “estudante referência” para coordenar as ações da turma na nuvem, juntamente ao seu professor(a). O “estudante referência” pôde fazer parte do grupo do WhatsApp através do link disponibilizado.

Criou-se uma pasta no Google Drive, identificada no formato: Nome da escola;\_Nome do “estudante referência”; Ano

que cursa. Compartilhou-se o acesso à pasta com os colegas de turma, por meio da inserção dos e-mails. Cada membro do grupo que representava a escola recebeu o compartilhamento com o papel de leitor, enquanto o professor responsável pelo grupo teve a atribuição de editor na pasta que foi criada.

Dentro da pasta compartilhada, cada grupo criou a sua pasta e a identificou da forma que lhe conviesse. O compartilhamento dessa pasta foi feito como editor para os componentes do grupo, enquanto os demais ficaram com o papel de leitor. Assim, os estudantes de um determinado grupo só puderam visualizar os arquivos dos outros grupos sem a permissão de editar.

Dentro da sua pasta, cada grupo criou um Documento do Google e compartilhou o link de acesso (como autores) com os membros da equipe. Escreveram de forma colaborativa e compartilhada um texto de até 10 linhas, respondendo à pergunta: “Somos estudantes do 1ª, 2º ou 3º ano do ensino médio, da escola tal, Município tal e participamos da 2ª edição do Mais Ciência da URI e Polo 3, e nosso feedback em relação ao desenvolvimento do ciclo de palestras na trilha de aprendizagem...”. Pediram auxílio do professor para a construção e avaliação do texto. Um dos membros do grupo baixou em seu celular o aplicativo Oratory, gravou um vídeo com auxílio do aplicativo, baixou-o no computador (ou enviou diretamente) e salvou-o na pasta do grupo correspondente para que fosse utilizado numa próxima atividade.

Criou-se um Formulário do Google nomeando-o como: Atividade 3 - Google Formulários. O Formulário continha 3 seções. A primeira seção continha perguntas sobre dados pessoais com respostas curtas; a segunda seção envolvia uma pergunta sobre as Áreas do Conhecimento (informações para elaborar a pergunta estavam incluídas nesse material), na forma de pergunta de múltipla escolha; e a terceira seção abordou duas questões: uma tratava sobre as Ferramentas do Google, com a escolha para a resposta caixa

de seleção para marcar uma ou mais respostas, enquanto a outra pergunta referia-se à avaliação do desenvolvimento do projeto Mais Ciência na escola, com resposta do tipo Escala linear. Criou-se um link curto para compartilhamento automático do Formulário gerado e o formulário criado na Atividade 3 ficou salvo dentro da pasta do grupo no Google Drive. Os colegas do grupo realizaram a pesquisa e puderam visualizar os resultados.

Dentro da pasta da turma, criou-se uma Planilha do Google para a organização financeira, com o nome “Atividade 4\_Google Planilhas”. Copiou-se e colou-se a Planilha de Orçamento Familiar disponibilizada no material. Cada grupo simulou um Orçamento Familiar, considerando uma situação realista para um determinado mês. A planilha criada na Atividade 4 ficou salva dentro da pasta do grupo no Google Drive.

Em seguida, criou-se uma apresentação do Google denominada “Atividade 5\_Google Apresentações”. Nessa apresentação, os grupos reuniram todas as atividades desenvolvidas em um único slide, utilizando links/hiperlinks, QR codes, entre outros recursos. A apresentação foi compartilhada na classe por meio do Google Apresentações ou foi salva em formato PDF, permitindo a abertura dos links compartilhados. A apresentação final foi salva dentro da pasta do grupo no Google Drive.

Adicionalmente, recomendou-se a criação de uma apresentação utilizando um modelo do Canva. Nessa apresentação, todas as atividades desenvolvidas foram incluídas em um ou mais slides, utilizando links/hiperlinks, QR codes, entre outros recursos. A apresentação do grupo foi compartilhada na classe utilizando o Canva ou foi salva em formato PDF, permitindo a abertura dos links compartilhados. A apresentação final em PDF foi salva dentro da pasta do grupo no Google Drive.

É importante lembrar que o Canva não é uma ferramenta do Google, mas devido à sua integração com as ferramentas do

Google e à facilidade que proporciona na criação de conteúdos e produtos digitais, optou-se por fornecer essa dica de uso.

Com a conclusão dessas atividades, os estudantes exploraram diversas ferramentas do Google, como Google Drive, Documentos, Formulários e Apresentações. A utilização dessas ferramentas que oferecem recursos colaborativos e de organização foram úteis nos trabalhos em grupo e no processo de construção dos Pitches de Negócios.

colocar a imagem de uma tela de pitch de uma equipe

Com todas as informações, contatos e estudos necessários para organizar e compor o vídeo do Pitch de Negócios de 3 a 5 minutos, os estudantes foram incentivados a utilizar o aplicativo Oratory em seus celulares. Esse aplicativo funcionou como um teleprompter, auxiliando os estudantes, caso necessitassem, a lerem um roteiro ou texto enquanto pareciam estar falando naturalmente para a câmera. Essa prática contribuiu para aprimorar a fluidez e a precisão da fala, especialmente em situações em que era necessário lembrar de informações específicas ou seguir um roteiro pré-estabelecido, possibilitando a transmissão de informações essenciais de forma clara e concisa.

Acredita-se que essa experiência tenha sido enriquecedora para os estudantes. O acompanhamento e a orientação durante o processo foram fundamentais para o sucesso do trabalho realizado por eles. Eles tiveram a oportunidade de experimentar a construção colaborativa de seus pitches, compartilhando ideias e utilizando recursos visuais para tornar suas apresentações mais atrativas e impactantes. O desenvolvimento das habilidades de comunicação e a familiaridade com ferramentas digitais contribuíram para aprimorar suas capacidades na elaboração e apresentação do Pitch do Jovem Empreendedor.

## Capítulo 4

# 4ª ETAPA: CADASTROS, ANEXOS DE VÍDEOS E AVALIAÇÕES NO AVA PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR

Para que o processo de avaliação dos Pitches de Negócios fosse executado, foi necessário a construção de um “novo curso” no AVA Mais Ciência, o qual chamamos AVA Pitch do Jovem Empreendedor.

Figura 4 - AVA Mais Ciência



Fonte: Os autores (2023).

Até o dia 21 de setembro, o “estudante referência” preencheu um formulário enviado pelos organizadores do evento indicando os componentes da equipe e o professor coordenador. No dia 22 de setembro, os componentes da equipe receberam um código por e-mail para acessar o AVA através do site <https://maisciencia.tec.br/>.

Para a organização do processo de desenvolvimento do Pitch do Jovem Empreendedor, foi importante criar um grupo no WhatsApp chamado “Pitch do Jovem Empreendedor” para os membros das equipes. A participação do professor foi opcional, no entanto, participaram, envolveram-se e contribuíram com o grupo.

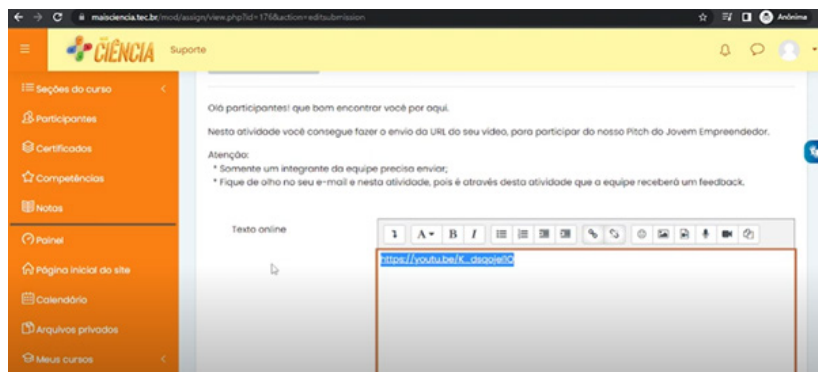
Na primeira etapa do Pitch do Jovem Empreendedor, até o dia 11 de outubro, o “estudante referência” teria que anexar o link do vídeo do pitch salvo no Youtube, no AVA Pitch do Jovem Empreendedor. Foram, então, fornecidas orientações detalhadas em relação à submissão do vídeo. O passo inicial era fazer o upload do vídeo em um canal do YouTube, marcando-o como “não listado” para manter a privacidade. Os estudantes receberam instruções para acessar o YouTube com sua conta do Gmail, criar um novo canal e enviar o vídeo selecionado. Após marcar como não listado, eles deveriam gerar o link compartilhável e prosseguir para o ambiente Mais Ciência. O “estudante referência” teria que anexar o link do vídeo do pitch salvo no Youtube, no AVA Pitch do Jovem Empreendedor.

Durante o mesmo período em que os estudantes realizaram a postagem dos vídeos, também foram cadastrados os avaliadores responsáveis por fornecer feedback construtivo aos participantes. Essa organização se deu pelos grupos criados pelo WhatsApp, bem como por tutorial contendo material instrucional e vídeos para que tudo ocorresse de forma organizada (TUTORIAS DE ACESSO PARA ESTUDANTES E AVALIADORES \_ PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR)



Os estudantes receberam orientações detalhadas por meio do tutorial para acessar o AVA Mais Ciência - Pitch do Jovem Empreendedor e garantir a correta submissão dos vídeos. Essas etapas foram essenciais para assegurar que os vídeos fossem enviados dentro do prazo e compartilhados adequadamente no AVA.

Figura 6 - AVA Mais Ciência



Fonte: Os autores (2023).

Portanto, era fundamental que os participantes acessassem os vídeos no YouTube e seguissem as instruções fornecidas para fazer a postagem no ambiente Mais Ciência. Foi importante concluir essa tarefa dentro do prazo estipulado, a fim de garantir a participação e consideração do pitch no evento. Além disso, essa também era a oportunidade para os estudantes receberem feedback dos avaliadores diretamente no ambiente, contribuindo para o aprimoramento de seus projetos.

Foi solicitado aos avaliadores que se cadastrassem no site maisciencia.tec.br até o dia 11 de outubro, selecionando a opção “Nova conta” e escolhendo o papel de avaliador. Ao mesmo tempo, foram orientados a acessar os vídeos criados pelos estudantes no AVA Pitch do Jovem Empreendedor, seguindo o tutorial mencionado anteriormente. É importante destacar que os avaliadores forneceram

seu feedback por meio de um formulário disponível também no AVA. Para auxiliá-los no processo de avaliação, foi disponibilizado um vídeo explicativo intitulado “Como fazer a avaliação do Pitch do Jovem Empreendedor”, que pode ser encontrado em: <https://www.youtube.com/watch?v=iEnGeql70Ro>.

A partir das 8h do dia 12 de outubro até as 18h do dia 13 de outubro, os avaliadores tiveram acesso aos vídeos e aos formulários de avaliação no AVA Pitch do Jovem Empreendedor. O formulário de avaliação anexado no AVA foi elaborado para fornecer feedback aos participantes do Pitch do Jovem Empreendedor. Segue abaixo o modelo do formulário:

Figura 7- Formulário



**PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR**

Quesitos para a avaliação do PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR

elianir@san.uri.br [Alternar conta](#)  Rascunho salvo.

\* Indica uma pergunta obrigatória

E-mail \*

elianir@san.uri.br

Nome do avaliador \*

Eliani Retzlaff

Selecione a Escola a ser avaliada \*

## SEÇÃO DE AVALIAÇÃO

Avaliação do Pitch do Jovem empreendedor. Considere a pontuação de 1 a 5 \*  
para cada quesito avaliado, sendo:

1 - Fraco

2 - Regular

3 - Bom

4 - Muito bom

5 - Ótimo

	1	2	3	4	5
ASPECTOS ESTRATÉGICOS: O PITCH apresenta propósito, missão, visão, valores e estratégias do negócio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ASPECTOS AMBIENTAIS: O PITCH apresenta os pontos fortes e fracos, as ameaças e as oportunidades identificadas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ASPECTOS MERCADOLÓGICOS: O PITCH apresenta o público alvo, tamanho de mercado (Market share), fornecedores e concorrentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ASPECTOS DO  
PRODUTO: O PITCH  
define o produto  
com clareza,  
apresenta a  
proposta de valor e  
os diferenciais do  
produto.



ASPECTOS DE  
MARKETING: O  
PITCH apresenta o  
planejamento para  
divulgação do  
produto / negócio.  
Envolve as redes  
sociais.



ASPECTOS  
ECONÔMICOS: O  
PITCH apresenta o  
levantamento de  
receita, custos,  
despesas e  
tributação.  
Apresenta a  
Demonstração do  
Resultado do  
Exercício com os  
lucros previstos.



ASPECTOS  
FINANCEIROS: O  
PITCH apresenta as  
necessidades de  
investimento inicial  
do negócio e o fluxo  
de caixa projetado  
com as entradas e  
saídas de caixa.



ASPECTOS DE ANÁLISE DE INVESTIMENTOS: O PITCH apresenta o tempo de retorno previsto para o investimento inicial (PBD) e o Valor Presente Líquido (VPL) do investimento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ASPECTOS RELATIVOS À APRESENTAÇÃO DO VÍDEO DO PITCH : Apresentação de conteúdos e imagens no vídeo do PITCH DO JOVEM EMPREENDEDOR.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fonte: Os autores (2023).

Por meio deste formulário, os avaliadores destacaram os pontos fortes de cada pitch e sugeriram melhorias de acordo com os critérios estabelecidos para a avaliação.

Cada avaliador foi responsável por avaliar quatro Pitches de Negócios, garantindo que não houvesse repetição entre os avaliadores. Para que tudo desse certo, foi fundamental que seguissem as orientações e realizassem as avaliações dentro do prazo determinado, contribuindo assim para a seleção dos melhores pitches apresentados pelos estudantes.

A participação ativa dos avaliadores garantiu uma avaliação justa e criteriosa dos projetos, proporcionando um ambiente de aprendizado e aprimoramento para todos os participantes do Mais

Ciência.

No processo realizado no AVAPitch do Jovem Empreendedor, foram acompanhados e inscritos um total de 52 pitches. Dentre esses, 38 concluíram o processo com sucesso. Esses 38 pitches foram avaliados com feedback no AVA. Posteriormente, 20 propostas foram selecionadas para receber feedback dos avaliadores em um evento transmitido ao vivo no dia 14 de outubro ( <https://www.youtube.com/watch?v=8LxbqlsG61Q>). Desses 20, os 5 melhores classificados foram anunciados durante o evento.

Por meio do AVA, foi possível identificar os 20 finalistas e os 5 melhores classificados no Pitch do Jovem Empreendedor. Esses 5 melhores classificados foram convidados a apresentar seus produtos/serviços em um evento presencial para um grupo de investidores de diferentes setores comerciais. Para se prepararem para as apresentações finais de seus pitches de negócios, os estudantes tiveram a oportunidade de praticar diante de seus colegas e professores, recebendo feedback e aprimorando suas habilidades de apresentação. Durante essas práticas, eles foram incentivados a falar de forma confiante e convincente, utilizando uma linguagem acessível e respeitando o tempo limite recomendado.

Foram apresentadas ideias de negócio de um total de 15 escolas diferentes em diversos municípios. As cidades envolvidas são Santo Ângelo, Panambi, Santa Rosa, Eugênio de Castro, Porto Xavier, Vitória das Missões, Dezesesseis de Novembro, Sete de Setembro, São Miguel das Missões, Giruá e Santo Antônio das Missões.

Essa etapa desempenhou um papel importante ao possibilitar que os vídeos dos estudantes fossem avaliados e considerados no contexto do evento. O objetivo principal era proporcionar uma oportunidade para os participantes demonstrarem suas ideias empreendedoras e compartilharem seus planos de negócio por meio de um Pitch conciso e convincente.

A submissão dos vídeos permitiu que os estudantes demonstrassem suas habilidades de comunicação, persuasão e apresentassem a viabilidade e o potencial de suas propostas de negócio, bem como tiveram a oportunidade de vivenciar a organização de todo um processo de organização de informações e produções.





## Capítulo 5

### **5ª ETAPA: LISTA DOS PITCHES DE NEGÓCIOS ANEXADOS NO AVA E O EVENTO FINAL NA URI**

**A**s escolas participantes do projeto desenvolveram negócios inovadores que refletiram a criatividade e o empreendedorismo dos estudantes. Cada instituição se destacou por construir empreendimentos únicos, abordando diferentes áreas de atuação e necessidades da comunidade local.

Dessa forma são apresentadas as escolas, seus correspondentes municípios e respectivos negócios:

1. Colégio Tiradentes da Brigada Militar (Santo Ângelo): Adventures Under Horses - Saltando em direção à felicidade.
2. Escola Estadual de Educação Básica Poncho Verde (Panambi): Relojoaria HALER.
3. Escola Estadual de Educação Básica Santos Dumont Polivalente (Santa Rosa): Doe Esperança.
4. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Vida e Sabor - LIMOCAXI.
5. Escola Estadual de Ensino Médio Carlos Bratz (Porto Xavier): Jornal Costeiro.
6. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (Vitória das Missões): WorkTech - Aplicativo de prestação de serviços.
7. Escola Estadual de Ensino Médio Padre João Baptista

- Reus (Dezesseis de Novembro): Food-Truck - Parada do Sabor.
8. Escola Estadual de Ensino Médio São Roque (Sete de Setembro): CIBERTEC - Hologramas Ana e Jhey (IA).
  9. Escola Estadual Padre Antônio Sepp (São Miguel das Missões): Bbs (Bom bonito e sustentável).
  10. IEE JOÃO XXIII (Giruá): vídeo sem acesso.
  11. EEEB Poncho Verde (Panambi): vídeo sem acesso.
  12. EEEB Poncho Verde (Panambi): Publist - fazer propaganda de grandes empresas locais.
  13. Colégio Tiradentes da Brigada Militar (Santo Ângelo): Bykim - Aplicativo de locação de bicicletas.
  14. Colégio Tolentina Barcelos Gonçalves (Santo Antônio das Missões): Fauna Hotel.
  15. Escola Estadual de Educação Básica Poncho Verde (Panambi): Vértice Estética Feminina.
  16. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Shelter - Um refúgio para sua mente.
  17. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (Vitória das Missões): Meta Orgânico - Gerenciamento de produtos orgânicos.
  18. Escola Estadual Padre Antônio Sepp (São Miguel das Missões): Doce Suspiro.
  19. Colégio Estadual Tolentina Barcelos Gonçalves (Santo Antônio das Missões): Apex Streetwear.
  20. Colégio Tiradentes da Brigada Militar (Santo Ângelo): vídeo sem acesso.
  21. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Padaria Ponto do Pão.

22. EEEB Poncho Verde (Panambi): Gusto Sabor.
23. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Bom Doce.
24. Escola Estadual de Ensino Básico Santos Dumont Polivalente (Santa Rosa): Enestra - Iniciativa de esgoto tratado.
25. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (Vitória das Missões): Doce Lembrança - Viva e eternize belos momentos.
26. EEEB Poncho Verde (Panambi): Estúdio de Maquiagem.
27. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora da Perpétuo Socorro (Vitória das Missões): Ecoparque Missões.
28. Colégio Estadual Tolentina Barcelos Gonçalves (Santo Antônio das Missões): Lanchonete Atmosfera do Sul.
29. Escola Estadual de Educação Básica Santos Dumont Polivalente (Santa Rosa): Santa Pink.
30. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Máquina caseira de Algodoce.
31. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro (Vitória das Missões): CWC - Viva sem desculpas, viagem sem arrependimentos.
32. Colégio Estadual Onofre Pires (Santo Ângelo): Sustentabiliza - Bloco de notas - escrever um futuro mais sustentável.
33. Colégio Estadual Tolentina Barcelos Gonçalves (Santo Antônio das Missões): Tupevale ou Tupy Vale - cooperativa.
34. Escola Estadual de Educação Básica Theodorico Alves Teixeira (Eugênio de Castro): Finance Hero - Um novo

olhar para o dinheiro.

35. Escola Estadual de Ensino Médio Pedro Meinerz (Santa Rosa): MPA - Aplicativo de Monitoramento de Poluição Ambiental.
36. EEEB Poncho Verde (Panambi): Carpe Diem Café.
37. EEEB Poncho Verde (Panambi): Trakton - Fretes rápidos de entregas rápidas.
38. EEEB Poncho Verde (Panambi): Agroindústria de Extrato de Tomate orgânico.

A partir das propostas de negócios e da avaliação feita no AVA Pitch do Jovem Empreendedor foi organizado o evento final, Pitch do Jovem Empreendedor, no dia 19 de outubro de 2022, em evento presencial, nas dependências da URI, diretamente do TecnoUri Missões (<https://www.youtube.com/watch?v=w8r-pLW6mnk>).

Essa etapa foi decisiva para as 5 equipes melhores classificadas, pois tiveram a chance de apresentar suas ideias e projetos a uma banca formada pelos 5 investidores anjos: Luciano Teixeira (Vice Presidente CDL, Diretor da San Internet e Diretor da Dani.Holzbach), José Carlos Salomão Júnior (Médico Ortopedista e Diretor do Laboratório de Inovação em Saúde LIS da Unimed Missões), Carlos Oberdan Rolim (Head de negócios exoHub Mind7, Agente de inovação InovaRS e Avaliador inovAtiva Brasil), Ronaldo Rosenthal (Sócio diretor da CGR Com. LTDA e Membro conselho W2MAlocações e Profissional certificado pela B3) e Juliano Breitenbach (Diretor de Desenvolvimento e Negócios na Unicred Eleva). ([https://drive.google.com/file/d/1dqkMWveDzXbf\\_nukNHH7l9tS0bZvPEx5/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1dqkMWveDzXbf_nukNHH7l9tS0bZvPEx5/view?usp=sharing))

Nesse evento, foi divulgado o ranking dos 5 pitches de negócios vencedores. Os estudantes referências tiveram a oportunidade de apresentar seus pitches de negócios.

Figura 8: Investidores anjo dialogando com uma das equipes finalistas



Fonte: Acervo do projeto (2022).

O evento final tornou visível o projeto, estimulou habilidades empreendedoras, trabalho em equipe e liderança, fornecendo uma base sólida para futuros líderes. Os negócios apresentados foram exemplos inspiradores de como a inovação pode gerar impacto positivo. O envolvimento com diferentes setores públicos fez com que o projeto contribuísse para o desenvolvimento econômico e social, capacitando os estudantes a se tornarem agentes de mudança.

Notoriamente os investidores expressaram sentimentos de entusiasmo e interesse pelos projetos apresentados pelos estudantes. Reconheceram e indicaram o potencial empreendedor dos jovens e demonstraram curiosidade em conhecer mais detalhes sobre as propostas de negócios.

Ao interagir com os estudantes durante o evento, os investidores anjos fizeram perguntas pertinentes para entender melhor a viabilidade dos empreendimentos e os planos de execução dos projetos. Elogiaram aspectos como a inovação, o impacto social e a relevância dos negócios para a comunidade local.

Os investidores anjos também compartilharam conhecimentos, fornecendo orientações valiosas para os jovens empreendedores. Destacaram a importância da perseverança, do

planejamento estratégico e da capacidade de adaptação no mundo dos negócios.

Além disso, os investidores anjos enfatizaram a importância de uma abordagem sustentável e escalável nos negócios, incentivando os estudantes a pensar a longo prazo e buscar oportunidades de crescimento.

Por fim, diante de todo esse processo perpassado pela dinâmica da construção do Pitch de Negócios, é importante ressaltar que o objetivo principal foi incentivar a criatividade e a capacidade de comunicação dos estudantes, ao mesmo tempo em que os envolve em um processo de pensamento empreendedor.

Os estudantes mostraram capacidade de identificar oportunidades, pensar criativamente, buscar soluções inovadoras e tomar a iniciativa para implementá-las. Além disso, demonstraram habilidades de liderança, trabalho em equipe e resiliência diante dos obstáculos.

Essas características empreendedoras são valiosas não apenas para iniciar um negócio, mas também para se destacar em qualquer área, seja empreendendo projetos sociais, liderando equipes, desenvolvendo iniciativas inovadoras ou até mesmo buscando soluções para problemas cotidianos.

Portanto, ser empreendedor significa ser proativo, resiliente, criativo e ter uma mentalidade aberta para aprender e se adaptar às mudanças constantes.

## Capítulo 6

# RELATOS DOS 5 PITCHES VENCEDORES PELOS ESTUDANTES, PROFESSORES E ALUNOS

*“Quem nunca foi receber os amigos ou família em casa, e na hora de finalizar a comida, viu que não tinha temperos frescos e acabou ficando decepcionado em não conseguir atingir o sabor que gostaria? A Cultive tem a solução. Fabricamos uma Mini Horta Orgânica, que não vai ocupar espaço na sua casa, e vai proporcionar muito sabor para a sua reunião em família e com amigos, deixando você muito satisfeita com o seu preparo, trazendo mais felicidade para o momento compartilhado com as pessoas que você gosta. Venha conhecer a Cultive, um novo conceito de felicidade”. Nossa empresa tem como Missão estar presente em todas as mesas dos Santo Angelenses trazendo mais felicidade nos momentos de confraternização. A nossa visão é ser reconhecido como sinônimo de felicidade e expandir mercados a nível estadual e Brasil, nos próximos 5 anos. Os valores que praticamos são comprometimento, honestidade e trabalho em equipe. Embora a solução para o problema já exista, ainda assim a Cultive traz a oportunidade de cultivar os seus próprios temperos ao invés de adquirir do mercado. Nossos clientes são pessoas que buscam uma alimentação mais saudável dando preferência ao orgânico, e ter a praticidade de pegar os temperos frescos na sua própria casa. Além disso, nossos clientes são aquelas pessoas que identificam a importância desses momentos de lazer compartilhado com amigos, famílias e colegas de trabalho. Para a produção da nossa Mini Horta, a Cultive utilizará fornecedores locais, com entrega imediata dos produtos, e uma equipe de 45 pessoas, divididas em gestão geral, gestão de marketing e vendas, gestão financeira e gestão de produção.*

*Para isso o custo de total de produção será de R\$68,95 a unidade, com investimento inicial de aproximadamente R\$ 100,00. O preço de venda será de R\$ 103,45, com uma margem de lucro de 50%. A meta de venda durante o projeto é de 100 unidades, o que trará uma receita de vendas de R\$ 10345,00.*

1. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro - <b>Workteck - Aplicativo de prestação de serviços</b> <a href="https://youtu.be/w0h97rZI6TM">https://youtu.be/w0h97rZI6TM</a> <b>Vitória das Missões</b>
5. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro - <b>CWC - Turismo e pacotes de viagens</b> <a href="https://youtu.be/G6Y9jM_uj2U">https://youtu.be/G6Y9jM_uj2U</a> <b>Vitória das Missões</b>
2. IEE João XXIII - <b>Apex Streetwear</b> <a href="https://youtu.be/JJ5IPWPr56Y">https://youtu.be/JJ5IPWPr56Y</a> <b>Girua</b>
3. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro - <b>Doce Lembrança - Viva e eternize belos momentos!</b> <a href="https://youtu.be/5l2sM3IbGPU">https://youtu.be/5l2sM3IbGPU</a> <b>Vitória das Missões</b>
2. Escola Estadual de Ensino Médio Nossa Senhora do Perpétuo Socorro - <b>Meta Orgânico - Gerenciamento de produtos orgânicos</b> <a href="https://youtu.be/rdmh7bbQoRU">https://youtu.be/rdmh7bbQoRU</a> <b>Vitória das Missões</b>



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento desse projeto educacional teve marcas muito significativas. O projeto teve impacto positivo na promoção da educação e no envolvimento da comunidade acadêmica e escolar.

Ao criar um Ambiente Virtual de Aprendizagem, com funcionalidades e atributos do ambiente gratuito, foi possível oferecer uma plataforma acessível e eficiente para o aprendizado dos estudantes das escolas públicas. Isso proporcionou uma oportunidade de acesso ao conhecimento e de interação com os professores de forma remota.

Além disso, a mobilização dos professores e estudantes, bem como a formação de grupos no WhatsApp com o propósito de colaborar com a educação, mostrou o engajamento e a dedicação de todos os envolvidos no projeto. Essa troca de conhecimentos e a colaboração entre os participantes foram fundamentais para o sucesso do projeto.

A URI campus de Santo Ângelo, desempenhou um papel importante ao fazer a ponte entre as escolas públicas e os empresários por meio do Pitch do Jovem Empreendedor. Essa conexão entre o ambiente acadêmico e o setor empresarial permitiu que os estudantes apresentassem suas ideias e projetos a investidores anjos, abrindo portas para possíveis parcerias.

Aceitar feedbacks e cumprir o que foi proposto demonstra o compromisso da equipe responsável pelo projeto em melhorar e se adaptar com base nas sugestões recebidas. Essa abertura para o aprimoramento contínuo é essencial para garantir a efetividade e a

relevância das iniciativas educacionais.

A busca por novos parceiros que apoiam a educação é um indicativo de que o projeto está aberto a expandir suas redes de colaboração e fortalecer seu impacto na comunidade. Essa mentalidade de construção de parcerias e colaboração é fundamental para impulsionar a educação e alcançar resultados mais significativos.

No geral, esse projeto educacional exemplifica o poder da colaboração, da inovação e do engajamento da comunidade acadêmica e dos diferentes atores envolvidos na promoção da educação. Ele mostra que, ao unir esforços e recursos, é possível transformar positivamente a vida dos estudantes e contribuir para um futuro mais promissor.

Portanto, com base nos resultados alcançados e na nossa busca incessante por melhorias, reafirmamos nosso compromisso em continuar investindo e colaborando para o avanço da educação. Juntos, podemos construir um futuro promissor para os estudantes e para a sociedade como um todo, onde a educação seja uma força impulsionadora de mudanças e de oportunidades.