



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO – UFOP
INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS E APLICADAS - ICEA
Colegiado do Curso de Engenharia de Produção - COEP
Campus João Monlevade



Trabalho de Conclusão de Curso

**TRILHA DE APRENDIZAGEM METODOLÓGICA PARA TRABALHAR A
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL EM ESCOLAS MUNICIPAIS**

Beatriz de Lourdes Santos Pereira

Mariana Pinheiro Lacerda

João Monlevade

2023

Beatriz de Lourdes Santos Pereira

Mariana Pinheiro Lacerda

**TRILHA DE APRENDIZAGEM METODOLÓGICA PARA TRABALHAR A
INTELIGÊNCIA EMOCIONAL EM ESCOLAS MUNICIPAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Ouro Preto como parte dos requisitos para obtenção do grau em Engenharia de Produção pelo Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas da Universidade Federal de Ouro Preto.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Luciana Paula Reis

JOÃO MONLEVADE - MG

2023

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L131t Lacerda, Mariana Pinheiro.
Trilha de aprendizagem metodológica para trabalhar a inteligência emocional em escolas municipais. [manuscrito] / Mariana Pinheiro Lacerda. Beatriz Pereira. - 2023.
55 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Reis.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas. Graduação em Engenharia de Produção .

1. Empreendedorismo. 2. Inteligência emocional. 3. Negócios. 4. Saúde mental infantil. 5. Software de aplicação. I. Pereira, Beatriz. II. Reis, Luciana. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 005.342:159.9

Bibliotecário(a) Responsável: Flavia Reis - CRB6-2431



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO -
ICEA



FOLHA DE APROVAÇÃO

Beatriz de Lourdes Santos Pereira

Mariana Pinheiro Lacerda

Trilha de aprendizagem metodológica para trabalhar a inteligência emocional em escolas municipais

Monografia apresentada ao Curso de Engenharia de Produção da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção

Aprovada em 01 de setembro de 2023

Membros da banca

Dra. Luciana Paula Reis - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP)
Dr. June Marques Fernandes (Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP)
Me. Carla Danielle Araújo Costa (Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP)

Luciana Paula Reis, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 19/10/2023



Documento assinado eletronicamente por **Luciana Paula Reis, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 19/10/2023, às 18:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0611114** e o código CRC **ACCC937F**.

RESUMO

O presente trabalho trata da apresentação do processo de desenvolvimento de uma metodologia para aplicação da inteligência emocional em escolas no ensino fundamental I. Destaca-se a necessidade de desenvolver habilidades emocionais nas crianças, ajudando-as a lidar, aumentando a empatia, melhorando o convívio social e prevenindo problemas de saúde mental no futuro. O objetivo é criar uma trilha de aprendizagem metodológica para trabalhar a inteligência emocional em uma escola municipal, oferecendo um programa de preparação e certificação para os educadores aplicarem o conteúdo socioemocional de forma personalizada. Para o desenvolvimento deste trabalho foi utilizada uma pesquisa qualitativa e participativa, em que as autoras vivenciaram cada etapa e relataram em formato de um diário de bordo. Houve o apoio no programa *Academic Working* (AWC), que auxilia universitários a transformarem seus projetos de TCC em serviços, tecnologias ou produtos prontos para o mercado. Como resultado alcançado se obteve um modelo estruturado com formato metodológico que auxiliará os gestores escolares a trabalharem a inteligência emocional nas crianças.

Palavras-chaves: Empreendedorismo. Inteligência emocional. Modelo de negócios.

ABSTRACT

The present work deals with the presentation of the development process of a methodology for implementing emotional intelligence in primary schools, specifically in the first grade. The need to foster emotional skills in children is emphasized, helping them to manage their emotions, enhancing empathy, improving social interaction, and preventing potential mental health issues in the future. The objective is to create a methodological learning path for integrating emotional intelligence in a municipal school setting. This involves providing a preparation and certification program for educators to deliver socio-emotional content in a personalized manner. For the execution of this work, a qualitative and participatory research approach was employed. The authors experienced each stage firsthand and documented their experiences in the form of a journal. The Academic Working (AWC) program provided support for this project, assisting university students in transforming their thesis projects into services, technologies, or market-ready products. The achieved outcome encompasses a structured model in a methodological format, which will aid school administrators in promoting emotional intelligence among children.

Keywords: Entrepreneurship. Emotional intelligence. Business model

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fases para a criação da trilha de aprendizagem metodológica.....	23
Figura 2 - Explicação da fase de ideação do desenvolvimento da metodologia	24
Figura 3 - Propostas selecionadas na primeira chamada do AWC 2022.....	26
Figura 4 - Trilha de desenvolvimento do programa AWC.....	27
Figura 5 - Fase preparação do desenvolvimento da metodologia	28
Figura 6 - Fase de desenvolvimento e primeiras validações do desenvolvimento da metodologia	32
Figura 7 - Definição do Arquétipo	33
Figura 8 - MVP e validação da solução do desenvolvimento da metodologia.....	35
Figura 9 - Validação da solução	35
Figura 10 - Explicação da fase do modelo de negócio do desenvolvimento da metodologia ..	40
Figura 11 - Canvas Coes.....	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Ferramentas para elaboração de um plano de negócio.....	16
Quadro 2 - Explicação de cada etapa do modelo CANVAS	41
Quadro 3 - Resultado do <i>feedback</i> dos consultores.....	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Profissão dos profissionais da área.....	30
Gráfico 2 - Benefícios de ter a capacidade para lidar com as emoções.....	31
Gráfico 3 - O que mais deixa as crianças bravas	38
Gráfico 4 - O que mais deixa as crianças felizes	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AWC *Academic Working Capital*

COES Comece a Escutar

IE Inteligência Emocional

LSAs *Lean Startups*

MVP *Minimum Viable Product*

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 Objetivo Geral	11
1.2 Objetivos Específicos	11
1.3 Justificativa.....	11
2. REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Processo de Desenvolvimento de Startups	13
2.2 Ferramentas para Auxiliar a Operacionalização.....	14
2.2.1 <i>Design Thinking</i>	14
2.2.2 <i>Lean Startup</i>	15
2.3 Barreiras encontradas pelos empreendedores durante o desenvolvimento dos produtos tecnológicos nas <i>startups</i>	16
2.4 Inteligência emocional.....	17
3. METODOLOGIA	20
3.1 Classificação da pesquisa	20
3.2 Coleta de dados.....	21
3.3 Análise dos dados	21
4. DESENVOLVIMENTO DE UMA METODOLOGIA DE APLICAÇÃO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL EM ESCOLAS A PARTIR DO PROGRAMA AWC	23
4.1 Ideação.....	24
4.1.1 Motivação e identificação de ideias.....	24
4.1.2 Identificação de oportunidades para alavancar a ideia	25
4.2 Preparação.....	27

4.2.1 Organização da equipe.....	28
4.2.2 Criação da identidade da empresa	28
4.2.3 Validação do problema de mercado	28
4.3 Desenvolvimento e primeiras validações	31
4.3.1 Protótipo	32
4.3.2 Pivotagem	33
4.4 MVP e validação da solução	34
4.4.1 Validação do problema.....	36
4.4.2 MVP.....	37
4.5 Modelo de negócio	39
5. CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS	48
APÊNDICES.....	53

INTRODUÇÃO

Conforme indicado pelo SEBRAE (2019), as startups são caracterizadas por ideias de negócio inovadoras, orientadas para a tecnologia, e com o objetivo de aprimorar um modelo de negócios no contexto em que se inserem, o desenvolvimento de produtos em uma startup desempenha um papel essencial para a consolidação e sucesso do empreendimento.

Uma das principais diferenças de startups e empresas tradicionais está na fase inicial da empresa. Enquanto nas empresas tradicionais aconselha-se a fazer um plano de negócios minucioso, ver a viabilidade e depois colocar em execução o plano, nas startups, basicamente é definido como tentativa e erro, ou seja, tem-se hipótese e o empreendedor vai a campo ver se essa hipótese tem mercado (ALBERONE; CARVALHO; KICORVE, *apud* HARTMANN, 2013, p. 17).

Desenvolvido por Eric Ries em 2012, Lean Startup é um método para o desenvolvimento de empresas e produtos que se baseia nos princípios da produção enxuta, uma metodologia de fabricação que valoriza a habilidade de um negócio mudar rapidamente. tem como objetivo eliminar as práticas de desperdício e aumentar práticas de produção de valor durante a fase de desenvolvimento do produto, a fim de que startups possam aumentar suas chances de sucesso sem a necessidade de grandes quantidades de investimento externo, planos de negócios elaborados ou o produto perfeito (BEHRENS, 2015, p. 28). Consiste em um ciclo com as seguintes etapas consecutivamente: ideias, construir, produto, medir, dados e aprender.

Quando se considera o processo de ensino-aprendizagem escolar, sabe-se que este envolve diversas complexidades. Os agentes envolvidos precisam dispor de instrumentos, estratégias e ações para contribuir com a eficácia e êxito desse processo. Nesse contexto, observa-se uma supervalorização da razão em detrimento da emoção. Contudo, o trabalho com indivíduos racionais e emocionais requer mais do que apenas racionalidade. Especialmente na sociedade contemporânea, que se encontra permeada pela falta de domínio emocional, surgem problemas como depressão, ansiedade, transtornos e outras questões advindas da carência de alfabetização emocional (DIAS, DE SOUZA, BRAVO, 2022).

Conforme Goleman (2012), a inteligência emocional é a capacidade de cultivar motivação, persistência em objetivos, controle de impulsos, calma em momentos críticos e prevenção da interferência da ansiedade no processo de raciocínio. Ela também envolve a capacidade de empatia em relação aos outros e autoconfiança.

A aplicação da inteligência emocional em sala de aula exercita a habilidade do educador em auxiliar as crianças a perceberem e reconhecerem suas próprias emoções. Isso estimula nas crianças a habilidade de monitorar suas emoções e as emoções dos outros, seus colegas, com o objetivo de melhorar a interação social (PEREIRA, 2019).

Dada a importância de cultivar a inteligência emocional nas escolas municipais, o presente estudo tem como propósito criar um percurso de aprendizagem metodológico para abordar a inteligência emocional em uma escola desse tipo. Isso envolve a disponibilização de um programa de preparação e certificação para os educadores aplicarem o conteúdo sócio emocional de maneira personalizada. Nesse sentido, uma escola municipal situada em São Gonçalo do Rio Abaixo - MG, que atende alunos do ensino fundamental I, foi selecionada como local de estudo. O conteúdo foi adaptado de acordo com a metodologia de Goleman (autoconhecimento, autogerenciamento, motivação, empatia e habilidades sociais). O seguinte cronograma foi estabelecido para trabalhar na mesma: avaliação preliminar da escola, apresentação do diagnóstico à escola, proposta de conteúdo de desenvolvimento personalizado com a realidade local, ciclo PDCA para análise de melhorias potenciais e, por fim, certificação ao final do percurso.

1.1 Objetivo Geral

Propor uma trilha de aprendizagem metodológica para trabalhar a inteligência emocional em uma escola municipal, oferecendo um programa de preparação e certificação para os educadores aplicarem o conteúdo socioemocional de forma personalizada.

1.2 Objetivos Específicos

- Desenvolver um plano de implementação detalhado que abranja a capacitação de professores, seleção de atividades e avaliação de resultados, garantindo uma integração harmoniosa da metodologia adaptada ao ambiente escolar;
- Aplicar ferramentas que auxiliam na criação de metodologias, conciliando a teoria com a prática em um contexto real;
- Caracterizar os elementos que compõem a inteligência emocional nas escolas.

1.3 Justificativa

Estimativas indicam que uma em cada dez pessoas possa ter algum transtorno mental e que uma em cada quatro o desenvolverá ao longo da vida (IZUTSU *et al.*, 2015; TSUTSUMI, 2015). No Brasil, estudos com representatividade regional e nacional sobre saúde mental são limitados (MUNHOZ, NUNES, WEHMEISTER, 2016) mas estimativas do final da década de 1990 apontavam que as doenças neuropsiquiátricas eram responsáveis por 34% de toda a morbidade no país e, entre as doenças não transmissíveis, foi a principal causa de anos de vida perdidos por morte prematura ou incapacidade (SCHRAMM *et al.*, 2004). Estimativas recentes mostram que transtornos mentais como depressão e ansiedade estão entre as 10 principais causas de anos de vida vividos com incapacidade no Brasil (MARINHO *et al.*, 2016).

Uma pesquisa publicada na revista *Internacional Psychiatry Research* (LIPP, LOPES, FALSETTI, 2020) mostrou que, em 2017, 52% de uma amostra de 2.592 respondentes adultos se diziam muito estressados, dando notas de entre 8 e 10 ao seu nível de stress, em uma escala de 1 a 10. A mesma pesquisa revelou que o índice de depressão e ansiedade auto relatados foram 29% e 21%, respectivamente. Os dados foram coletados durante o ano de 2017, em levantamento on-line, portanto, antes da pandemia do Coronavírus.

Os autores Zhang, Wu e Zhang (2020) relatam que epidemias, de qualquer natureza, geram um impacto negativo no bem-estar físico, cognitivo e psicológico dos indivíduos. Outros autores, enfatizam que o medo e ansiedade têm o poder de criar uma epidemia paralela e aumentam o risco de contaminação (ORNELL, SCHUCH, SORDI, KESSLER, 2020; YAO, CHEN, XU, 2020).

Assim, observa-se a necessidade de desenvolver estudos que promovam o desenvolvimento de metodologias que auxiliem as escolas a trabalhar a IE das crianças, dessa forma os resultados dessa pesquisa serão úteis para auxiliar os gestores escolares a implementarem a IE em suas escolas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A presente seção aborda os conceitos-chave que foram necessários para o desenvolvimento e construção do presente trabalho.

2.1 Processo de Desenvolvimento de Startups

Segundo o SEBRAE (2019), uma startup é uma ideia de empresa ou uma empresa nascente voltada à tecnologia e inovação que tenha como objetivo desenvolver e aprimorar um modelo de negócio. As startups têm capacidade de desenvolver produto ou serviço inovador. Para que se obtenha crescimento potencial é indispensável elaborar ações de planejamento, gestão e execução do negócio. O investidor-anjo da Associação Brasileira de Startups, Yuri Gitahy (2020), define que “startups são um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza”.

Para GUERRA *et al* (2022, p. 10), um dos princípios que definem uma startup é a sua escalabilidade, tendo potencial de expansão obtendo mais receitas sem comprometer o aumento dos custos. Já de acordo com Rosa *et al.* (2022, p.24), uma startup vem com um conceito inovador voltada pela necessidade dos consumidores, em que se pode crescer exponencialmente com o menor valor de custo, tais ideias vem geralmente introduzidas por meio de uma tecnologia como um meio de solução.

Sua tradução vinda da língua inglesa quer dizer “empresa emergente” onde sua origem surge do verbo “*to start up*” significando “para começar ou inicializar” na qual ocorrerá o processo de inicialização da empresa.

No contexto em que se insere, o desenvolvimento de produto em uma startup representa um componente essencial para a consolidação e sucesso do negócio. Como apontado pelo SEBRAE (2019), as startups são caracterizadas por suas ideias de empresa inovadoras, voltadas à tecnologia, e pelo objetivo de aprimorar um modelo de negócio. A capacidade de desenvolver produtos ou serviços inovadores é uma característica intrínseca a esse tipo de empreendimento, permitindo que busquem atender às necessidades emergentes do mercado em condições de extrema incerteza. Para obter um crescimento potencial expressivo, é imperativo que a startup elabore cuidadosamente ações de planejamento, gestão e execução do negócio. A escalabilidade também se destaca como um princípio fundamental, permitindo à startup expandir suas receitas sem comprometer o aumento dos custos, ao mesmo tempo em que mantém sua essência e valor

intrínseco. O foco na inovação tecnológica e a busca por soluções que atendam às demandas dos consumidores, como ressaltado por Rosa *et al.* (2022), são elementos que definem uma startup e direcionam o desenvolvimento de seus produtos com vistas a alcançar um crescimento rápido e consistente. O crescimento é, sem dúvida, o guia para as decisões do modelo de negócios de uma *startup*, alinhando-se à sua natureza emergente e em busca de se estabelecer no mercado com uma proposta única e diferenciada.

2.2 Ferramentas para Auxiliar a Operacionalização

A utilização das metodologias como *Design Thinking* e *Lean Startup* (CANVAS, *Minimum Viable Product* (MVP), pivotagem e validação do problema) tem se mostrado de fundamental importância no atual cenário empresarial. Por meio do CANVAS, é possível estruturar de forma concisa os principais elementos de um modelo de negócio, permitindo uma compreensão abrangente e facilitando tomadas de decisão estratégicas (MAURYA, 2012; REIS *et al.*, 2021). A abordagem do *Lean Startup* direciona os empreendedores a lançar versões iniciais do produto (MVP) de maneira ágil, a fim de obter feedback rápido dos clientes e iterar de forma contínua (Eric Reis, 2011; TRIPATHI *et al.*, 2019). A Validação do Problema assegura que o empreendimento esteja solucionando uma real necessidade de mercado, evitando investimentos em produtos ou serviços que não agreguem valor (REIS, 2012; DA CRUZ, 2022). Além disso, a pivotagem, como parte integral desse processo, permite ajustes de direcionamento com base nas informações adquiridas, possibilitando uma adaptação precisa às demandas do mercado e maximizando as chances de sucesso organizacional (REIS, 2012). *Design Thinking*, conforme destacado por Brown (2020) após sua conversa com David Kelley, fundador da IDEO, é um conjunto de princípios aplicáveis a diversos problemas, expandindo o conceito de design para abordar desafios empresariais e sociais, promovendo abordagem criativa na resolução de problemas e disponível para todos que desejam adotar sua mentalidade e métodos, visando encontrar respostas mais eficazes. De acordo com a metodologia da IDEO (1991), *Design Thinking*, centrado no usuário, consiste em cinco etapas: compreender, observar, visualizar, avaliar e implementar.

2.2.1 Design Thinking

Brown (2020), após um diálogo com David Kelley, fundador da IDEO (1991), empresa mais respeitada no mundo da inovação, chegou à conclusão de que *Design Thinking* é um conjunto de princípios aplicáveis a uma ampla variedade de problemas. Ainda segundo Brown

(2020), *Design Thinking* tem duas funções. A primeira de expandir o conceito de *design* para abarcar desafios enfrentados pelos negócios e pela sociedade, mostrando uma abordagem criativa e focada na resolução de problemas e na descoberta de soluções novas e mais eficazes. A segunda é que o *design thinking* extrapola as grandes habilidades do designer profissional treinado, sendo disponível para qualquer um que deseja dominar sua mentalidade e seus métodos. Para ele, o objetivo é encontrar melhores respostas para os desafios que todos nós enfrentamos. Ainda segundo a metodologia da IDEO (1991), fundada por David Kelley, a metodologia de *Design Thinking* é centrada no usuário e é composta por cinco passos: compreender, observar, visualizar, avaliar e implementar.

2.2.2 Lean Startup

As abordagens *Lean Startup* desenvolvida por Eric Reis (2011) foram concebidas como um meio de apoiar os empreendedores no processo de validação e inovação de seu modelo de negócios (TRIMI & BERBEGAL-MIRABENT, 2012) por meio de testes de mercado e *feedback* antecipado do cliente, desencadeando assim um processo conhecido como o ciclo “construir-medir-aprender” (BLANK, 2013; RIES, 2011). É um movimento dedicado a entender e apoiar negócios inovadores que operam em ambientes de alto risco (HINZ, EISENBART, 2019).

As Abordagens de *Lean Startups* (LSAs) surgiram como uma opção ao tradicional plano de negócio, o qual é um documento que busca descrever como a determinada oportunidade será explorada para o seu respectivo sucesso, baseando-se em indicadores e projeções para os próximos anos (MIRANDA; NARDES, 2014). Embora seja ainda uma ferramenta útil e muito utilizada, tem alguns contrapontos em relação ao LSAs: o tempo de desenvolvimento, que pode levar meses (DORNELAS, 2014) e a ordenação do *feedback*, que costuma ser apenas após a criação e o lançamento do produto final (BLANK, 2020).

Portanto, segundo Blank (2020), em vez de elaborar um plano de negócio, as startups deveriam realizar experimentos e testar suas suposições de mercado, a fim de reunir *feedback* dos consumidores e desencadear um processo chamado de aprendizagem validada, na qual o *feedback* seria utilizado para confirmar ou pivotar a ideia original do negócio. Com isto será apresentado a seguir no quadro 1, algumas ferramentas para a elaboração dos experimentos.

Quadro 1 - Ferramentas para elaboração de um plano de negócio.

FERRAMENTAS	DESCRIÇÃO	AUTORES
Validação do problema	A interação com o cliente é fundamental, pois é por meio desta que a tomada de decisão estratégica do empreendedor se baseia, seja para pivotar ou para perseverar.	DA CRUZ, (2022); RIES,(2012)
MVP	É uma etapa crucial para as startups digitais demonstrarem uma previsão de baixo custo de seu produto para um pequeno número de consumidores, e dessa forma, validar suas hipóteses e resultados.	TRIPATHI <i>et al.</i> , (2019)
Pivotagem	Pivotar se referênci a mudanças, uma correção de percurso designada a testar hipóteses fundamentais sobre o modelo de negócio.	RIES (2012)
Canvas	Os quatro blocos do Canvas localizado na esquerda (problema, solução, métricas principais e estrutura de custos) focam em como o valor do produto ou serviço é efetivamente criado. O bloco de proposta de valor único divide o Canvas, enfatizando o valor através do ponto de vista dos consumidores. Os outros quatro blocos restantes então: vantagem injusta, segmento de clientes, canais e fluxo de receitas, os quais identificam como o valor do produto pode ser entregue, portanto focam na perspectiva do mercado.	MAURYA (2012); REIS <i>et. al.</i> , (2021)

Fonte: As autoras (2023).

2.3 Barreiras encontradas pelos empreendedores durante o desenvolvimento dos produtos tecnológicos nas *startups*

O Sebrae (2007) traz a concepção do empreender como o ato de tomar riscos, seja através de um investimento próprio (o que eleva o grau de risco) ou um investimento externo. Dornelas (2014) também destaca a importância de um bom planejamento para o sucesso de um empreendimento, além da capacitação gerencial contínua. Neste caso, conforme observado por alguns autores nota-se que além da capacitação e recursos financeiros necessários para se abrir um negócio, o sucesso de um empreendimento também está relacionado com as características pessoais do empreendedor, apresentadas como o “espírito empreendedor” (OTTE; GONÇALVES; DIAS, 2018).

Arruda *et al.* (2012) aponta que 25% das *startups*, não atuam por mais de um ano, e, 50% encerram suas atividades com até 4 anos de funcionamento. Tais informações nos remetem a outro dado trazido pela Abstartup (2016), que aponta que 86% das *startups* que iniciam suas atividades no Brasil, não recebem investimento suficiente, o que dificulta o desenvolvimento e pode explicar parte do encerramento das atividades.

A falta de capacitação profissional ligada a área de empreendimento em que os gestores atuam, é hoje o maior gargalo vivenciado pelas startups, tal fator faz com que seja necessário a

terceirização da mão de obra de determinadas atividades, elevando assim o custo operacional e prejudicando o bom funcionamento de tais empreendimentos (DE SOUZA; SANTOS; TILEMANN, 2019).

Dentre os obstáculos das dificuldades de crescimento do empreendimento, destaca-se: insucesso na captação de investidores para o projeto; barreiras de acesso às agências de fomento decorrente da remodelagem das relações sociais; ineficiência das políticas públicas de incentivo ao empreendedorismo; legislações burocráticas; falta de capital de giro associado à ausência de linhas de créditos bancários específicos para o segmento das startups (CARLOS, 2022).

2.4 Inteligência emocional

Segundo Goleman (2012) a inteligência emocional, nada mais é a capacidade de criar maneiras para se motivar, de ser persistente em um determinado objetivo, de saber controlar impulsos, de se manter calmo em determinado momento, impedindo que a ansiedade interfira na capacidade de raciocinar, ter empatia pelo outro e ser autoconfiante.

A importância de iniciar a formação da inteligência emocional na criança, em seus anos iniciais torna-se fundamental, cada dia da vivência humana torna-se importante e necessário o autocontrole emocional para a formação do sujeito em sociedade, haja vista que o aprendizado é fundamental para a vida do ser humano inicia-se nesta etapa (PEREIRA, 2019).

As emoções têm efeitos diferentes em situações de conflito, pois a expressão excessiva de emoções ou a exibição inadequada podem reduzir a capacidade para gerir conflitos e prejudicar a eficácia da sua resolução (HOPKINS & YONKER, 2015). Neste âmbito, as emoções afetam a relação pedagógica visto serem o principal recurso para o desenvolvimento saudável desta (MORA, 2021). De salientar que, quando os professores tendem a apresentar níveis mais elevados de inteligência emocional, o conflito na aula tende a ser resolvido com sucesso (VALENTE, 2019), visto as capacidades emocionais serem um preditor de bom desempenho profissional (SÁNCHEZ-ÁLVAREZ *et al.*, 2016).

Sendo assim, a inteligência emocional tem papel importante nos processos educacionais, tornando o indivíduo capaz de lidar com as influências do mundo globalizado e com as constantes mudanças que ocorrem em um curto espaço de tempo (PIRES *et al.*, 2016). A capacidade de entender as emoções dos outros, poderá conduzir a abordagem que os professores fazem a certos assuntos e atividades, reuniões de pais, interação diária com os

colegas e encontros com diretores e administradores, além disso, quando os professores conseguem reconhecer como se sentem ao longo do dia em diversas situações, conseguem expressar-se melhor dentro e fora da sala de aula (QUINTANILHA, 2011).

Dos diversos motivos que as mesmas podem ser causadas, segundo Da Luz Vale-Dias, Maia (2017), o relacionamento familiar, a influência dos estilos parentais e da comunicação familiar desempenham funções importantes no desenvolvimento das crianças e dos adolescentes, assumindo um papel decisivo no ajustamento e desenvolvimento de competências psicossociais e de saúde mental.

O autor Goleman (1995) menciona que inteligência emocional é de suma importância, pois atrai a “criatividade, produtividade afetiva, e o controle emocional”, proporcionando mais equilíbrio para enfrentar a vida em um olhar mais amplo e feliz. Para o Psicólogo Cury (2003) a inteligência emocional é o alicerce e a gestão da emoção é o edifício, e para esse edifício não desmoronar, cabe o educador desenvolver formas, métodos, para que esse edifício possa permanecer intacto, é um trabalho árduo treinar crianças para a vida, precisamos semear primeiro, para só então podermos ver os frutos que plantamos.

As emoções estão ligadas a tudo que fazem, pensam, reagem, é como um ciclo, e dessa forma, por exemplo, as emoções são importantes para as crianças, é uma fase onde as crianças estão se redescobrando, é aquela fase que a criança briga por tudo, quer as coisas do jeito dela, bater no coleguinha, faz birra, crianças tímidas, nervosas, e é nessa situação que entra o educador com métodos criativos, para abordar e ensinar questões como: respeito em sala de aula, brincadeiras que trazem aprendizados para as crianças, como por exemplo: como se colocar no lugar do outro, administrar suas emoções (DE LIMA MOURA, 2022).

O educador deve ser o mediador de soluções. Os alunos precisam confiar no educador, os alunos não irão respeitar o educador que gritar em sala de aula, os alunos terão medo. E com isso os alunos terão mais conflitos em sala de aula. O educador precisa ter clareza e ter zelo em ensinar os alunos. Para ter um ambiente prazeroso, onde todos possam aprender. Alfabetizar emocionalmente é assim, produzir experimentos onde todos possam aprender (DE LIMA MOURA, 2022).

3. METODOLOGIA

3.1 Classificação da pesquisa

A pesquisa qualitativa é um tipo de abordagem metodológica e interpretativa que se concentra no estudo de fenômenos sociais e humanos, levando em consideração o nível de realidade que não pode ser quantificado (MINAYO, 2010). Segundo Flick (2008), essa abordagem valoriza a compreensão profunda das experiências e perspectivas dos sujeitos, explorando a complexidade dos contextos sociais e permitindo uma análise detalhada das interações e dos processos sociais envolvidos. A pesquisa qualitativa proporciona insights valiosos sobre os fenômenos estudados, contribuindo para uma compreensão mais abrangente e rica da realidade social.

A observação é uma técnica de coleta de dados que permite ao pesquisador obter informações sobre aspectos da realidade, ela desempenha um papel fundamental ao identificar e fornecer evidências relacionadas a objetivos que podem não ser conscientes para os indivíduos, mas que influenciam seu comportamento e essa técnica pode ser utilizada em conjunto com outras técnicas de pesquisa, visto que possui vantagens e limitações que podem ser complementadas pelo uso simultâneo de abordagens diferentes (LAKATOS, MARCONI, 2010).

É fundamental manter um diário de campo, anotando impressões, comportamentos, interações e quaisquer eventos relevantes, após a coleta de dados, o pesquisador deve analisar os registros e identificar temas, padrões e significados emergentes e por fim, os resultados devem ser interpretados e apresentados de forma clara e coerente, com base nos achados da observação participante (ASSIS, MONTEIRO, 2023).

Levando em consideração tais ponderamentos, a pesquisa foi realizada de maneira qualitativa onde o pesquisador foi participante desde a concepção da ideia até a etapa atual, podendo conhecer cada processo que está contemplado no projeto. Para que a pesquisa fosse realizada, utilizou-se o método qualitativo nos processos de preparação, desenvolvimento, MVP e validação da solução e no modelo de negócio. Na preparação, realizou-se uma pesquisa com profissionais que trabalham com a área infantil e seus responsáveis, e a primeira função do *Design Thinking*, que é a expansão. O desenvolvimento levou em consideração a pesquisa do arquétipo, que é com quem trabalhar, a pivotagem para a mudança das ideias de acordo com as coletas realizadas na fase de preparação, e a segunda fase do *Design Thinking*, buscando

encontrar as melhores respostas para aquela que eram as demandas pesquisados. Já para o processo de MVP e validação da solução, foram utilizados uma nova pesquisa de mercado, aplicando-a agora para o novo público que seria o foco, e o MVP. E, por último, para o modelo de negócios, a ferramenta utilizada foi o Canva para entender as bases da metodologia que estava sendo criada.

A escolha pela aplicação na escola municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo - MG se deu ao fato da abertura em que a mesma ofereceu para a conhecer suas fragilidades quanto a inteligência emocional de seus profissionais e conseqüentemente alunos após a volta presencial pós pandemia do COVID-19.

3.2 Coleta de dados

Foram utilizadas as seguintes técnicas de coleta de dados: questionários e a observação.

O questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador (OLIVEIRA *et al.*, 2016). Assim foram criados três questionários: para os profissionais infantis que se coletou respostas de 42 pessoas (apêndice A), para os tutores que se coletou 88 respostas (apêndice B) e para os professores da escola estudada se coletou 3 respostas (apêndice C).

Quanto a observação a metodologia utilizada foi a do diário de bordo uma metodologia utilizada por professores, que é um instrumento que permite refletir sobre a prática educativa (PORLÁN, MARTÍN, 1997), podem ser definidos como documentos utilizados pelos professores para anotarem as suas impressões sobre o que ocorreu em suas aulas (ZABALZA, 2007). O diário de bordo será retratado neste trabalho como uma linha do tempo, onde iremos relatar sobre os acontecimentos desta trajetória. Com isto a seguir irá ser exposto como a literatura define a coleta de dados.

3.3 Análise dos dados

Para a análise dos dados, foram coletados e analisados a partir da aplicação do modelo Canvas, e com isto, entender o público ao qual seria trabalhado e utilizado o *Design Thinking*, pois era preciso ter uma ideação inicial para guiar as pesquisas. Logo depois, qual é de fato a necessidade do mercado, que foi analisada por meio de uma estatística descritiva, após o

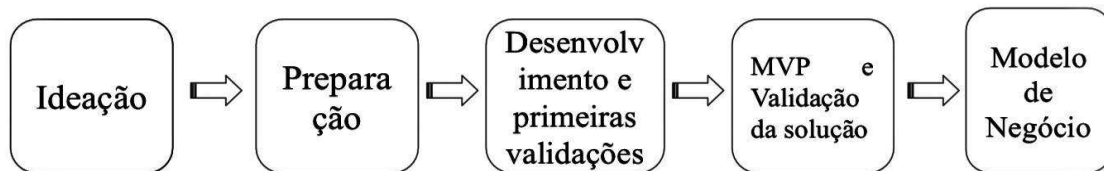
compilamento das respostas dos questionários. Com uma pesquisa de mercado em duas etapas diferentes (profissionais e tutores na primeira etapa e professores da escola na segunda etapa), demonstrou-se a importância de sempre entender, em todos os processos, qual é de fato a necessidade e se ela está sendo satisfeita.

4. DESENVOLVIMENTO DE UMA METODOLOGIA DE APLICAÇÃO DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL EM ESCOLAS A PARTIR DO PROGRAMA AWC

O foco do trabalho foi apresentar o modelo de desenvolvimento de uma startup da ideia até as primeiras validações. Foram divididas em cinco etapas conforme a figura 1.

Figura 1 - Fases para a criação da trilha de aprendizagem metodológica.

Fases do desenvolvimento da metodologia



Fonte: As autoras (2023).

A ideação constituiu uma etapa com apenas o conhecimento daquilo que já fora lido e observado. Nessa fase, obteve-se o programa para que pudesse ser aplicado às conclusões que haviam sido apresentadas até o momento. A preparação fornecerá a base para as demais etapas; portanto, para esse propósito, realizou-se uma pesquisa de mercado, que se mostrou a melhor maneira de compreender efetivamente o que estava sendo buscado. Logo em seguida, foram elaborados os questionários constantes nos apêndices, bem como as conclusões nas etapas subsequentes.

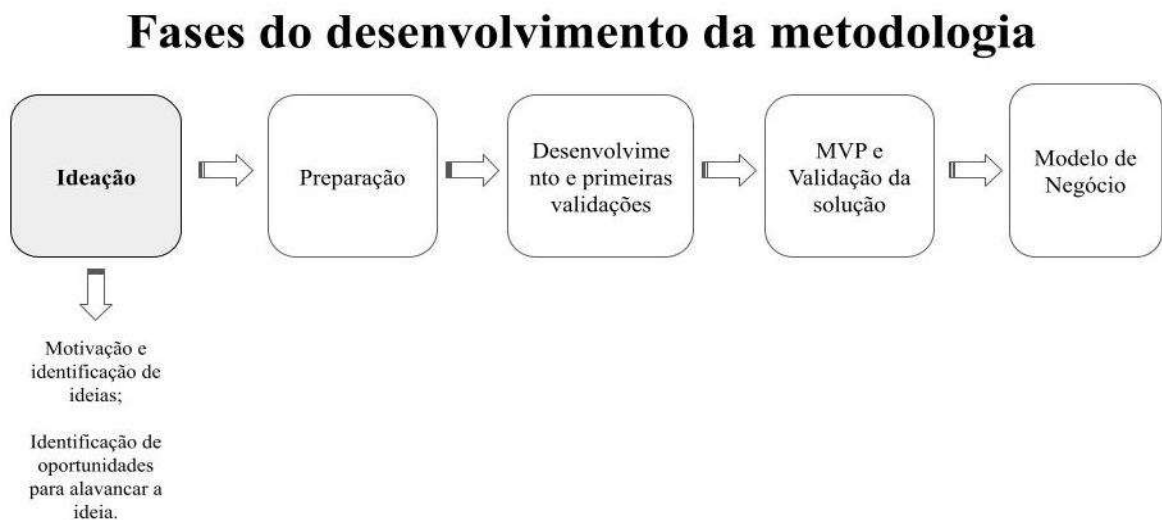
Para o desenvolvimento e as validações, uma considerável quantidade dos preenchimentos dos arquétipos e outras análises originou-se de profissionais que atuam como mentores na área. No que diz respeito ao MVP e à validação, a pesquisa de mercado presente no apêndice já se encontrava mais direcionada ao público-alvo identificado no desenvolvimento. Por meio da pesquisa e das entrevistas com professores, vice-diretores e do estudo com profissionais da área, o MVP fora criado, permitindo assim o início das atividades, a formulação da metodologia e a elaboração de uma apostila de instruções, para aqueles que utilizam a metodologia como ferramenta.

Por fim, para orientar o modelo de negócios, fez-se uso do Canvas, analisado com base em todas as pesquisas realizadas nos processos anteriores, incluindo a pesquisa de mercado, as entrevistas e as opiniões dos profissionais da área.

4.1 IDEACÃO

Na etapa de ideação, ocorreu a compreensão do conhecimento previamente adquirido por meio de leitura e observação. Nesse contexto, o acúmulo de conhecimento restringiu-se ao que já estava familiarizado. Foi nesse estágio que se fez a descoberta do programa, viabilizando sua posterior aplicação nas conclusões apresentadas até aquele ponto. A Figura 2 indica a fase de desenvolvimento, seguida por sua explicação.

Figura 2 - Explicação da fase de ideação do desenvolvimento da metodologia.



Fonte: As autoras (2023).

4.1.1 Motivação e identificação de ideias

A concepção de um possível produto tecnológico teve seu início a partir de 2018, quando uma das orientadas vivenciou a perda de uma amiga para o suicídio, sendo esta, a terceira pessoa de seu círculo social a enfrentar tal situação. Esse evento provocou um desejo intrínseco de tomar alguma atitude, embora ainda não se soubesse exatamente qual seria essa ação. No mesmo ano, um evento de desenvolvimento pessoal realizado na cidade de São Paulo trouxe uma mensagem recorrente do palestrante: "Cure a criança e você curará o adulto". A compreensão de que muitos dos traumas que afetam a fase adulta têm suas raízes na infância se

destacou. Essa ideia reverberou e, posteriormente, surgiu a indagação: "Por que tratar se podemos prevenir?".

Em 2020, a mesma orientanda assistiu a um documentário intitulado "O Começo da Vida", disponível em uma plataforma de streaming que aborda os estágios iniciais da infância e seu impacto na vida adulta. A partir desse ponto, ficou claro o que desejava realizar: trabalhar no desenvolvimento emocional de crianças, com o propósito de minimizar a ocorrência de traumas na fase adulta. O objetivo era reduzir os níveis de ansiedade, depressão e suicídio associados a essa trajetória. Ao procurar por oportunidades de emprego ou estágio, constatou que não havia nenhuma instituição que atuasse da maneira como idealizava.

4.1.2 Identificação de oportunidades para alavancar a ideia

No início do primeiro semestre de 2022, foi encaminhada por meio da secretaria da UFOP de João Monlevade uma proposta referente a um programa denominado AWC (*Academic Working Capital*) sediado em São Paulo. Ele se caracteriza como um curso gratuito de educação empreendedora, tendo como foco o auxílio a estudantes universitários na transformação de seus Trabalhos de Conclusão de Curso (TCCs) em um serviço, tecnologia ou produto pronto para o mercado. O AWC é promovido pelo Instituto TIM e oferece suporte financeiro, orientação de mentores e ferramentas de desenvolvimento do projeto durante toda a sua duração.

Ao término do programa, as propostas são apresentadas em uma feira de investimentos, onde profissionais conhecedores do mercado e representantes de diversas empresas avaliam as ideias e determinará se algum dos projetos receberá investimento ou, se necessário, fornecerá sugestões sobre ajustes a serem feitos para tornar a ideia mais aceitável pelo mercado, ou precisa de um aprimoramento mais profundo antes de ser plenamente desenvolvida. Alguns dos regulamentos do programa incluíam:

- O grupo ter no máximo 4 integrantes;
- Ao menos um dos participantes deveria estar matriculado na disciplina do TCC.

Dessa maneira, submeteu-se a proposta que abordava a descrição da COES, apresentação do produto, visão do empreendimento, esboço do plano de ação e orçamento estimado necessário para a concretização do projeto. O orçamento englobava, inicialmente, a criação de uma plataforma que serviria como meio de interação com os clientes e como

repositório de informações da equipe. Posteriormente, em 10 de maio, a notícia chegou informando que a concepção fora aceita pelo programa, sendo uma das 14 propostas selecionadas, conforme representado na Figura 3.

Figura 3 - Propostas selecionadas na primeira chamada do AWC 2022.

Cidade	Universidade	Curso	Projeto	Palavras-chave de MERCADO	Palavras-chave de TECNOLOGIA	Líder da equipe
Niterói-RJ	Universidade Federal Fluminense	Engenharia de Recursos Hídricos e do Meio ambiente	Sistema de Monitoramento de Desastres	Governo	IoT	Clara Loureiro Gadelho de Azedios
Rio de Janeiro - RJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro	Engenharia de Controle e Automação	EduCATion	Educacional	Equipamento para laboratório	Thatyanne Silva do Prado
Itabira - MG	Universidade Federal de Itajubá	Engenharia Mecânica	HHO Soluções	Automotivo	Célula de hidrogênio	Jonas Drummond Alves Soares
Taubaté - SP	FATEC - Faculdade de Tecnologia	Análise e Desenvolvimento de Sistemas	Granada GIS	Governo	GIS	Érika Mariano
Rio das Ostras - RJ	Universidade Federal Fluminense	Engenharia de Produção	FooFinance	Restaurante	Treinamento	Breno Cagide Fialho
Registro - SP	Universidade Estadual Paulista	Engenharia Agrônômica	Agrowsea	Agro	Teste de produtos	Alano Peniche Gonzaga
João Monlevade-MG	Universidade Federal de Ouro Preto	Engenharia de Produção	Startup Lebre	Agro	Aplicativo	Guilherme Rodrigues Nogueira
Fortaleza - CE	Universidade Federal do Ceará	Sistemas De Informação	PetWalk	Pet	possedor de cão	Lucas Robson Peroba Matias
São João Evangelista - MG	Universidade Federal de Ouro Preto-João Monlevade, MG	Engenharia de Produção	Cubo	Residuo	Software	Iuri da Silva
Paragominas - PA	Universidade do Estado do Pará	Engenharia Ambiental e Sanitária	Papel Semente	Residuo	Papel semente	Carla Letícia dos Reis Costa
Fortaleza - CE	Universidade Federal do Ceará	Engenharia de Computação	Smart Sock	Saúde	Equipamento médico	Cláilton Almeida Lopes
Belém-PA	Universidade Federal do Pará	Engenharia de Bioprocessos	Revfood	Agro	Conservação de alimentos	Jonas Cunha da Silva
Belém-PA	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará - IFPA	Tecnologia em análise e desenvolvimento de sistemas	Recycle	Residuo	Software	Lucas de Souza Lameira
João Monlevade-MG	Universidade Federal de Ouro Preto	Engenharia de Produção	COES	Educação	Software	Mariana Pinheiro Lacerda

Fonte: AWC (2022).

A partir desse ponto, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tornou-se parte integrante do programa de desenvolvimento de um serviço destinado ao mercado. Voltando à ideia original, as orientandas então decidiram estabelecer um empreendimento focado na inteligência emocional para o público infantojuvenil.

Com a aprovação do projeto, o primeiro encontro estava agendado para o dia 14 de maio, com formato *online*. Nesse encontro seriam abordados a trajetória, cronograma e abordagem geral de todo o processo. O projeto estava programado para iniciar em junho e se estender até dezembro, culminando no *Demoday*, um evento de apresentação para potenciais investidores. Para alcançá-lo, o programa estava estruturado em quatro etapas distintas, que eram:

- Etapa 1 – ciclo de validação do problema: definição e validação do problema;
- Etapa 2 – ciclo de teste da solução: estruturação e validação da solução e MVP e validação de solução;
- Etapa 3 – ciclo de teste do business model: modelagem e validação da solução;
- Etapa 4 – ciclo de teste de mercado: modelagem e validação da solução.

A figura 4 apresenta todas as etapas por meio de uma trilha criada pelo programa.

Figura 4 - Trilha de desenvolvimento do programa AWC.



Fonte: AWC (2022).

4.2 PREPARAÇÃO

A fase crucial para a elaboração da metodologia encontra-se na etapa de preparação. Esse processo tem como objetivo principal evitar qualquer forma de desperdício durante a criação. Caso a demanda do mercado não seja devidamente confirmada, a viabilidade da aplicação da metodologia fica comprometida, tornando os procedimentos redundantes. A Figura 5 indica a fase de desenvolvimento, seguida por uma descrição detalhada.

Figura 5 - Fase preparação do desenvolvimento da metodologia.



Fonte: As autoras (2023).

4.2.1 Organização da equipe

A empresa tem um foco voltado para o desenvolvimento da inteligência emocional em crianças. Essa abordagem será implementada através da utilização de metodologias já estabelecidas no mercado, as quais serão adaptadas de acordo com as necessidades individuais de cada cliente. Atualmente, é composta por três sócios: as duas orientandas e um estudante de sistemas de informação; três parceiras que contribuem com a expertise técnica: uma especialista em psicologia (neuropsicologia); fonoaudióloga com especialização em autismo; e uma terapeuta com experiência em aplicação de análise do comportamento aplicada (ABA), todas elas com atuação consolidada na área infantil.

4.2.2 Criação da identidade da empresa

Ao preparar o envio da proposta para a AWC, depararam-se com um campo de preenchimento requerendo o nome da startup. Uma vez que ainda não havia um estabelecido, surgiu a ideia de criar para ser usado na documentação. Durante a pesquisa e considerando o objetivo da startup de proporcionar acolhimento e escuta às crianças, o nome precisava refletir esses valores. Assim, nasceu o nome "COES", uma fusão das palavras "COmece" e "EScutar", resultando em "COES – Comece a escutar".

4.2.3 Validação do problema de mercado

Inicialmente, o primeiro questionário incluía dez perguntas abertas em cada seção, sendo administrado tanto através de aplicativos de comunicação quanto presencialmente. Após uma semana de aplicação, observou-se uma baixa quantidade de respostas, especialmente por parte dos profissionais do ramo. Como solução a essa situação, buscou-se intervenções para aumentar o número de participantes.

O intuito de melhorar a participação, teve ajuda de uma professora da área, especializada em aplicação de questionários. As propostas incluíram a criação de um formulário a ser distribuído e divulgado entre o público-alvo, perguntas em questões fechadas, especialmente para os profissionais, e inclusão de perguntas mais compreensíveis e direcionadas.

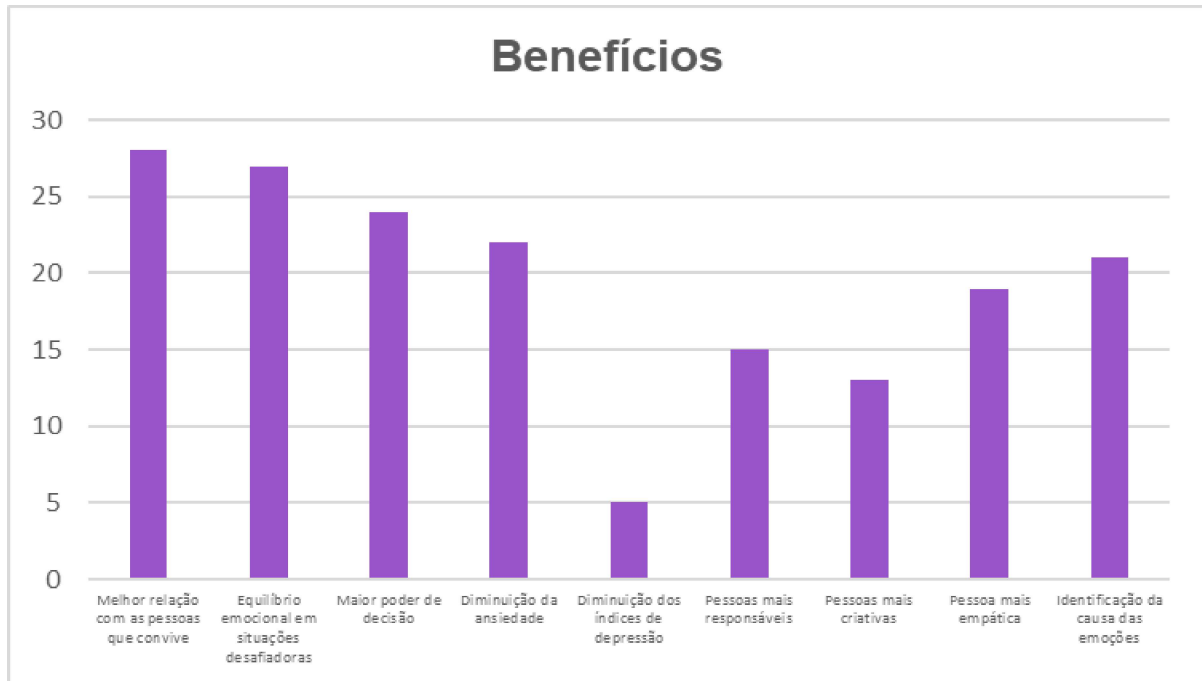
Durante esse processo, os questionários passaram por três iterações antes de atingirem sua versão final, conforme detalhado nos apêndices A e B. No total, foram coletadas 88 respostas dos tutores e 42 respostas provenientes dos profissionais da área.

A análise das respostas evidenciou de maneira clara que a identificada problemática era de fato uma necessidade do mercado. Isso foi validado tanto pelos pais quanto pelos profissionais. Um ponto relevante destacou-se: muitos pais e profissionais que não possuíam uma especialização direta em psicologia ou áreas afins demonstraram dificuldade em entender e lidar com questões emocionais. Abaixo estão alguns dos resultados extraídos das respostas dos profissionais da área.

Gráfico 1 – Profissão dos profissionais da área.

Fonte: As autoras (2022).

Nota-se que a maior quantidade de respondentes foi composta por pedagogos, seguida por psicólogos e, em terceiro lugar, por professores. Essa distribuição foi benéfica para a análise do programa, dado que esses são os profissionais que mais têm contato com as crianças ao longo da semana. No entanto, a predominância de profissionais da área educacional em comparação com os da área psicológica teve um impacto nas respostas apresentadas no Gráfico 2. Ainda assim, essa distribuição proporcionou uma base sólida para compreender o conhecimento desses profissionais sobre o tema em questão.

Gráfico 2 - Benefícios de ter a capacidade para lidar com as emoções.

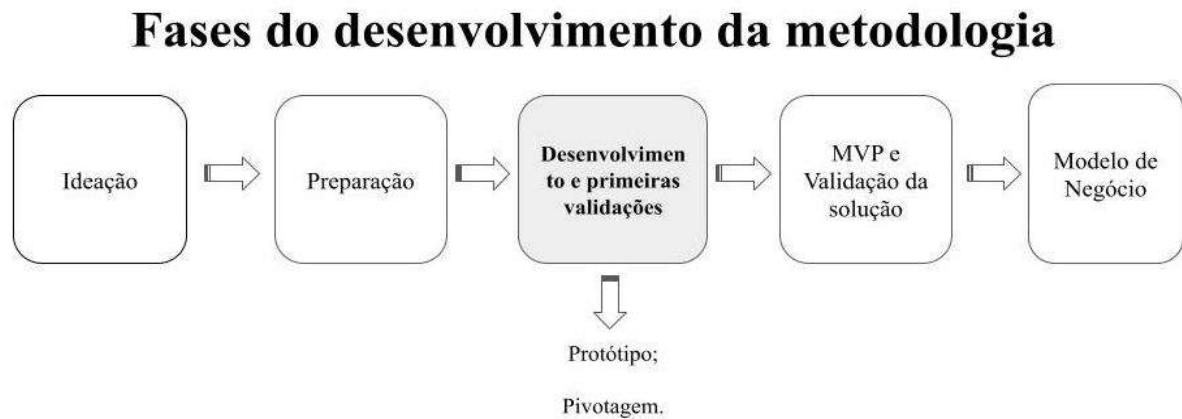
Fonte: As autoras (2022)

De acordo com o gráfico apresentado, a maioria dos participantes considera que saber lidar com as emoções traz benefícios que, em primeiro lugar, melhoram a relação com as pessoas com as quais convivem; em segundo, a habilidade de lidar com as emoções é vista como causadora de equilíbrio emocional em situações desafiadora, e em terceiro, a capacidade de lidar com as emoções é percebida como conferindo um maior poder de decisão. Por outro lado, os participantes acreditam que a habilidade de lidar com as emoções é menos eficaz na diminuição dos índices de depressão. Essa resposta é compreensível, dado que, em termos quantitativos, a depressão afeta menos pessoas em comparação com as outras opções apresentadas. É importante notar que a grande maioria dos respondentes não pertence à área psicológica, o que pode influenciar na percepção desse aspecto.

4.3 DESENVOLVIMENTO E PRIMEIRAS VALIDAÇÕES

No processo de desenvolvimento e validação, uma fonte significativa de preenchimento dos arquétipos e análises decorreu de profissionais que atuam como mentores na área. A Figura 6 indica a fase de desenvolvimento.

Figura 6 - Fase de desenvolvimento e primeiras validações do desenvolvimento da metodologia.



Fonte: As autoras (2023).

4.3.1 Protótipo

Conforme delineado no cronograma anterior, o primeiro encontro ocorreu nos dias 04 e 05 de junho, na cidade de São Paulo, na Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), juntamente com os demais projetos selecionados. Para possibilitar o desenvolvimento do projeto, foi necessário interromper o foco na solução proposta no TCC, a fim de retomar o trabalho na compreensão das necessidades do mercado, que ainda não havia sido totalmente explorada. A solução anterior havia sido desenvolvida com base em pesquisas escritas, reconhecendo a necessidade, mas sem experimentar como as crianças vivenciavam o problema.

Dentro desse contexto, o enfoque foi redirecionado do conceito de solução para o de problema. A tarefa consistiu em entender qual era verdadeiramente a demanda no mercado. Nesse processo, foi proposto analisar qual problema o TCC abordava (se ele era específico, relevante, se não estava sendo atendido adequadamente ou se estava mal atendido) e quem estava sofrendo com esse problema, identificando as situações e circunstâncias em que essas necessidades ou problemas ocorriam.

Para responder, era necessário coletar informações dos arquétipos. Era fundamental defini-los; identificar as principais decisões que eles tomavam no contexto, situação ou

problema; como eles lidavam com o problema atualmente; descrever a rotina dessas pessoas em relação ao problema; e, com base nesses *insights*, elaborar um questionário a ser aplicado, como demonstrado na Figura 7.

Figura 7 - Definição do Arquétipo.

ARQUÉTIPO

NOME DO ARQUÉTIPO
DE UM NOME PARA ESSE CONJUNTO DE PESSOAS

PRINCIPAIS DECISÕES DENTRO DA SITUAÇÃO, PROBLEMA OU CONTEXTO
LISTE AS PRINCIPAIS TOMADAS DE DECISÃO DO ARQUÉTIPO COMO DECIDE COMPRAR, USAR, DESCARTAR, COMPARTILHAR...

COMO A PESSOA ATUA OU RESOLVE O PROBLEMA HOJE?

DESCREVA A ROTINA DA PESSOA EM TORNO DO PROBLEMA
USE UM PASSO A PASSO EX.: "1. CHEGA NA EMPRESA; 2. ACESSA O E-MAIL..."



S45

Fonte: AWC (2022).

4.3.2 Pivotagem

O desenvolvimento envolveu diversos pivôs e modificações na abordagem inicial. O pivoteamento representa uma revisão e ajuste das estratégias após o desenvolvimento, execução e validação de uma ideia.

Inicialmente, o foco era diretamente nas crianças, porém, surgiu a necessidade de validar se essa demanda de trabalho em inteligência emocional realmente existia para elas. Como não era viável perguntar diretamente às crianças, o primeiro pivoteamento foi realizado: a pesquisa passou a abranger dois públicos-alvo distintos, os tutores das crianças e os profissionais da área infantil. Isso permitiu verificar a validade da dor no mercado.

O segundo pivoteamento surgiu após uma conversa com a profissional e fundadora da Aplique Educação. A sugestão foi que o trabalho fosse realizado em escolas, considerando que as crianças enfrentavam cansaço emocional e que as instituições escolares seriam uma porta de entrada mais eficaz para o mercado. Também, a venda para empresas (B2B) era considerada mais acessível do que para consumidores individuais (B2C). Com base nessa orientação, a decisão foi tomada de focar no público infantil em um contexto escolar.

O terceiro pivoteamento ocorreu ao analisar a forma de alcançar as crianças. Ficou claro que a inteligência emocional deveria ser trabalhada primeiro com os professores e profissionais da educação, equipando-os com ferramentas e conhecimento sobre o assunto. Isso levaria ao desenvolvimento emocional dos próprios educadores, para que então pudessem transmitir esses conceitos.

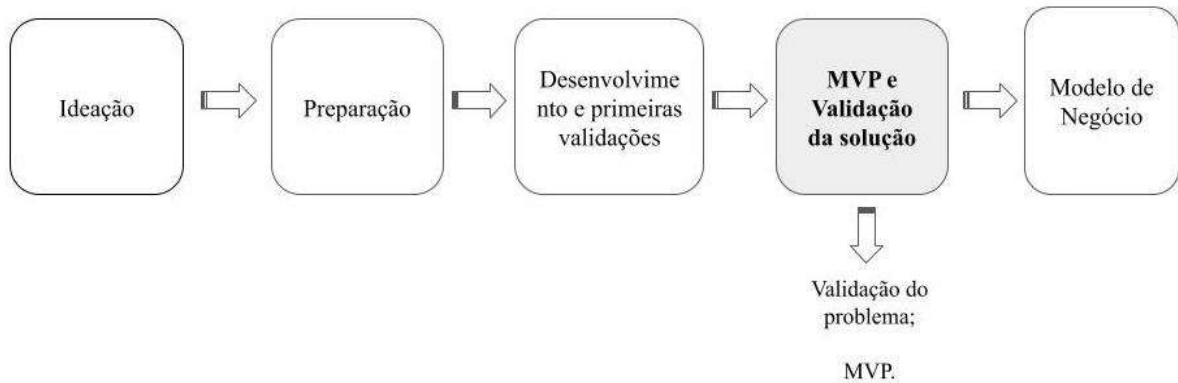
Dentro desse contexto, um protótipo foi definido para tornar a ideia mais tangível. A estratégia evoluiu para trabalhar a inteligência emocional dentro das escolas, entregando conteúdos aos professores baseados nos pilares da inteligência emocional. Antes disso, foi essencial entender as necessidades dos clientes por meio da aplicação de questionários, a fim de personalizar a trilha de desenvolvimento de acordo com essas necessidades. Esse processo de ajustes e pivôs ilustra a adaptação contínua necessária ao se desenvolver uma ideia no mercado.

4.4 MVP E VALIDAÇÃO DA SOLUÇÃO

Na etapa de criação do Produto Mínimo Viável (MVP) e sua subsequente validação, a pesquisa de mercado detalhada no apêndice havia sido refinada e direcionada para o público-alvo identificado durante a fase de desenvolvimento. Com essa pesquisa e após condução de entrevistas com professores, a vice-diretora da escola e análises em colaboração com profissionais da área, foi possível conceber o MVP, marcando o início das atividades e a construção da metodologia. Uma apostila de instruções foi elaborada para auxiliar aqueles que utilizariam a metodologia como uma ferramenta. A Figura 8 indica a fase de desenvolvimento, seguida por uma explicação detalhada do processo que foi caracterizada pela criação concreta do MVP e sua validação com base nas informações e *feedbacks* coletados.

Figura 8 - MVP e validação da solução do desenvolvimento da metodologia.

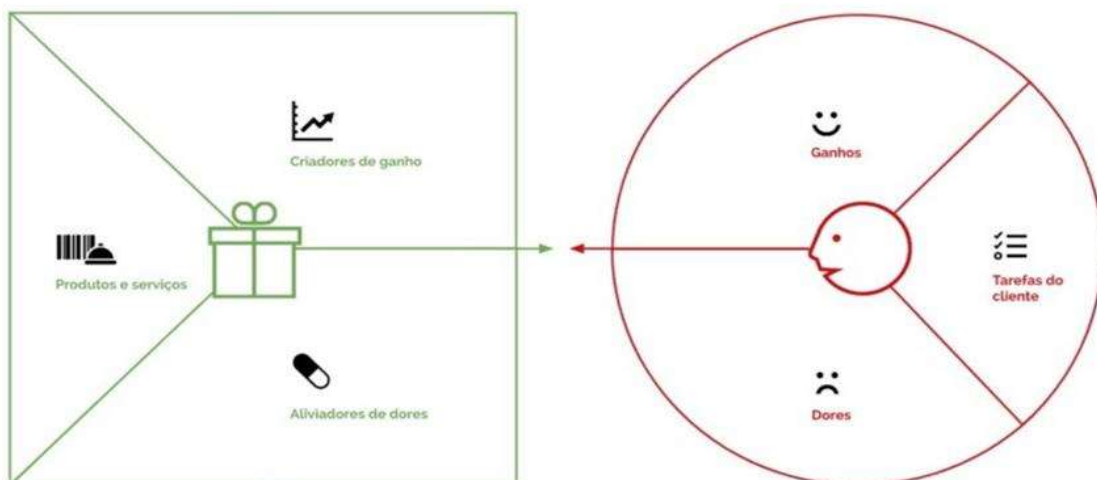
Fases do desenvolvimento da metodologia



Fonte: As autoras (2023).

A segunda etapa é caracterizada pela definição do MVP e a validação da solução. Após a fase de identificação do problema a ser resolvido, embarcou-se no processo de determinar qual seria o Mínimo Produto Viável e como esse produto viabiliza a solução para o problema identificado: a lacuna no entendimento e aplicação da inteligência emocional tanto entre as crianças quanto entre os pais e profissionais envolvidos. Para a concepção da solução, diversas atividades foram empreendidas. A primeira delas consistia em realizar uma análise minuciosa do que tinha a ser oferecido e o que o cliente efetivamente precisava, como apresentado na Figura 9.

Figura 9 - Validação da solução.



Fonte: AWC (2022).

Realizou-se uma análise detalhada do que poderia ser oferecido e das necessidades dos clientes. A primeira parte dessa análise estava relacionada ao que a solução poderia abranger. Nesse processo, examinou-se as dores identificadas: falta de conhecimento sobre emoções, aumento da ansiedade nas pessoas e escassez de profissionais com competências na área das emoções. Abaixo, duas declarações de profissionais que justificam a criação do serviço:

“O trabalho psicopedagógico penso que falte um pouco de atuação sobre inteligência emocional, tanto nos profissionais quanto nos pais, eles não são orientados sobre isto e como eles são referências para as crianças, é importante a participação deles nesse processo de implementação da inteligência emocional” (Entrevistado “S”, neurologista).

“O principal impacto é a defasagem escolar, a pressão imposta por bons resultados gerando assim os conflitos internos ocasionando impactos no aprendizado” (Entrevistada “C”, vice-diretora).

Em seguida, explorou-se os ganhos que os clientes teriam ao adotar a solução, que envolveriam o conhecimento de como lidar com suas próprias emoções e a capacidade de guiar os outros emocionalmente. As responsabilidades dos clientes envolveriam a participação ativa nas atividades propostas ao longo do processo.

4.4.1 Validação do problema

Uma das orientandas, também sócias do projeto, iniciou conversas com a secretaria de educação da cidade de São Gonçalo do Rio Abaixo – MG e conseguiu agendar uma apresentação da nossa proposta de trabalho. Durante essa primeira reunião, apresentamos nossa equipe, a proposta do projeto e detalhes sobre o trabalho que planejávamos desenvolver. A secretária de educação expressou seu interesse em permitir que implementássemos o programa, desde que isso não sobrecarregasse ainda mais os professores, que já estavam enfrentando uma alta demanda de trabalho.

Após esse primeiro encontro, tínhamos a tarefa de definir nosso público-alvo. Em discussões entre os sócios, chegamos à conclusão de que nosso trabalho se concentraria em crianças da faixa etária do ensino fundamental I, ou seja, entre 6 e 10 anos de idade. Essa faixa etária foi escolhida porque as crianças nesse grupo teriam um entendimento adequado do conteúdo que abordaríamos, e acreditamos que trabalhar com as emoções desde cedo poderia contribuir para evitar futuros traumas.

Prosseguindo, realizamos uma segunda reunião com a secretaria de educação para obter permissão de aplicar um questionário aos professores. Esse questionário tinha como objetivo compreender a visão dos professores sobre as necessidades dos alunos em relação ao tema de inteligência emocional, bem como avaliar o nível de conhecimento que eles possuíam sobre o assunto (conforme detalhado no apêndice C).

Com base na definição da faixa etária e nos resultados do questionário, agendamos uma terceira reunião com a secretaria de educação. Nesse encontro, comunicamos que a quantidade de respostas ao questionário foi limitada e propusemos trabalhar apenas com a escola em que os professores haviam respondido, focando nas três turmas que haviam participado. A secretaria aprovou essa abordagem, e então entramos em contato com a diretora da escola, que concordou em permitir o desenvolvimento do protótipo na instituição. Durante essa conversa, a diretora mencionou que a escola enfrentava um problema significativo de evasão de alunos.

Enquanto avançávamos no processo de desenvolvimento do protótipo, percebemos que a criação de um aplicativo para comunicação com os professores até o final do programa não seria viável. No entanto, era importante ter uma base para interações com os clientes e para o armazenamento de informações e histórico das atividades. Assim, decidimos criar um banco de dados, embora não fosse utilizado no momento, para entender melhor o que seria necessário para futuras divulgações.

Além disso, houve uma mudança na nossa abordagem em relação ao aplicativo. Decidimos que as atividades seriam conduzidas por meio de plataformas já conhecidas e também presencialmente, em vez de desenvolver um aplicativo específico. Isso permitiria um alcance mais eficaz e maior flexibilidade na interação com os alunos e professores.

4.4.2 MVP

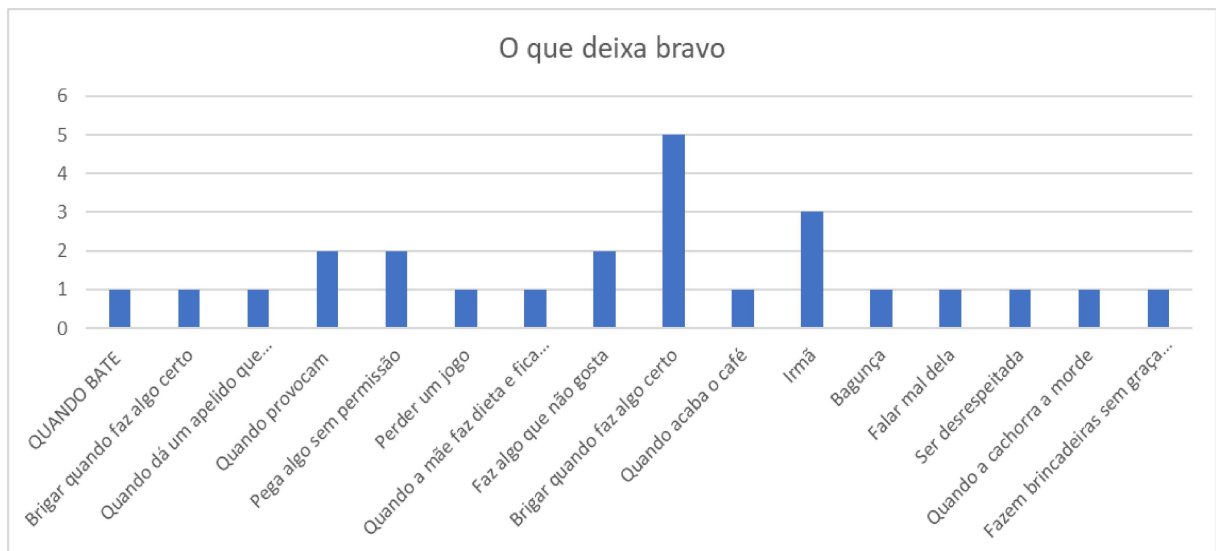
O Mínimo Produto Viável (MVP) do projeto foi implementado na escola de São Gonçalo do Rio Abaixo-MG. Selecionadas duas turmas de alunos, com idades entre oito e nove anos, faixa etária que enfrentou impactos significativos da pandemia de Covid-19 e teve que se adaptar ao ambiente de ensino online. O objetivo era aplicar um questionário aos alunos para avaliar o nível de inteligência emocional em que se encontravam e identificar quais emoções precisariam ser trabalhadas prioritariamente, visando alcançar os resultados desejados. Em paralelo, os professores receberiam instruções e suporte para que fossem capazes de aplicar a metodologia, uma vez que estavam envolvidos no dia a dia das crianças. Dessa forma, a

metodologia seria introduzida, e os resultados seriam coletados tanto pelos pesquisadores quanto pela escola.

Um questionário foi aplicado aos alunos, com perguntas que permitem identificar, de forma implícita, as necessidades emocionais dos alunos. O gráfico 3 apresenta as respostas relacionadas a situações que deixam as crianças bravas com o objetivo de entender onde há a necessidade de intervenção. O gráfico indicou as situações que mais provocam raiva nas crianças: geralmente associadas a conflitos com indivíduos específicos ou a disputas por algo que elas acreditam que não têm culpa. A partir dessas informações, a equipe se propôs a desenvolver estratégias mais aprofundadas para abordá-las.

É um passo crucial no desenvolvimento do projeto, pois a análise do feedback dos alunos através do questionário permitiu uma compreensão mais precisa das emoções que eles enfrentam e situações que as desencadeiam. Isso proporciona uma base sólida para a equipe ajustar e melhorar a metodologia, garantindo que ela esteja alinhada com as necessidades reais dos alunos e possa efetivamente ajudá-los a desenvolver suas habilidades de inteligência emocional.

Gráfico 3 - O que mais deixa as crianças bravas.



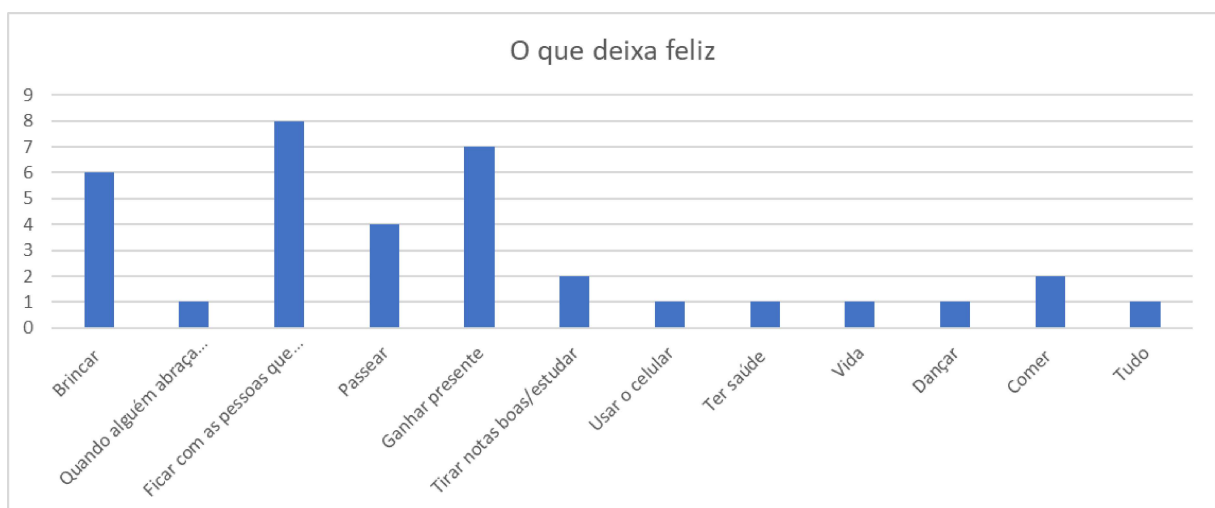
Fonte: As autoras (2022).

Da mesma forma que foi questionado sobre uma emoção negativa, buscou-se compreender o que deixa as crianças felizes, com o objetivo de criar estratégias para atividades relacionadas a esses momentos. Ao analisar o gráfico 4, fica evidente que, estar com alguém

que amam é a principal fonte de felicidade para as crianças, seguido de conquistar alguma recompensa. A análise é essencial para orientar a criação de atividades que possam aproveitar esses momentos de alegria para abordar questões de inteligência emocional de maneira eficaz. Por exemplo, as estratégias podem incluir atividades que promovam a expressão emocional positiva, reforçando a importância das relações interpessoais saudáveis e incentivando as crianças a compartilharem suas emoções de maneira positiva e construtiva.

Portanto, a compreensão das situações que trazem felicidade para as crianças fornece insights valiosos para adaptar a metodologia de acordo com suas necessidades emocionais, o que, por sua vez, pode contribuir significativamente para o desenvolvimento da inteligência emocional delas.

Gráfico 4 - O que mais deixa as crianças felizes.



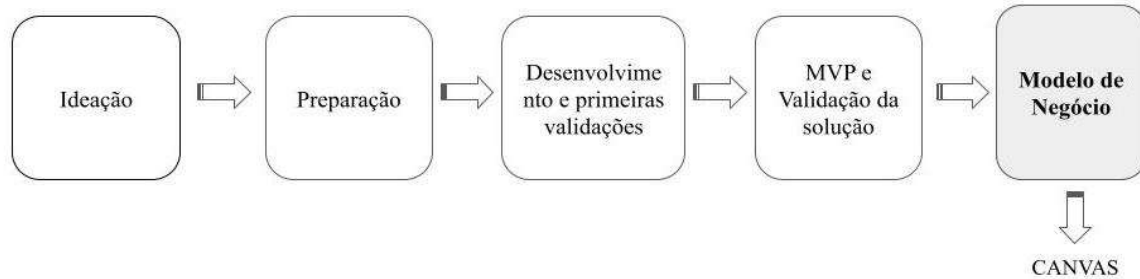
Fonte: As autoras (2022).

4.5 MODELO DE NEGÓCIO

Para guiar a estruturação do modelo de negócios, utilizou-se o Canvas, ferramenta visual que compreende os principais aspectos de um empreendimento. Foi submetido a uma análise fundamentada em todas as pesquisas realizadas nas etapas anteriores, incluindo a pesquisa de mercado, as entrevistas e o feedback de especialistas do setor. A figura 10 representa essa etapa do desenvolvimento e a explicação a seguir irá detalhá-la.

Figura 10 - Explicação da fase do modelo de negócio do desenvolvimento da metodologia.








Fases do desenvolvimento da metodologia



Fonte: As autoras (2023).

A etapa 5 está direcionada para o modelo de negócios, criou-se um modelo por meio do Canvas. Definiu-se as parcerias principais, atividades-chave, recursos principais, proposta de valor, relacionamento com clientes, canais de comunicação, segmentos de clientes, estrutura de custos e fontes de receita, considerando as atividades a serem realizadas nos processos da Coes e os agentes que influenciam. A figura 11 apresenta quais foram as definições para cada um dos tópicos.

Figura 11 - Canvas Coes.

Parcerias Principais  Secretaria de educação Profissionais da área Escolas do ensino fundamental	Atividades-chave  <ul style="list-style-type: none"> Atividades lúdicas (criação e aplicação) Acompanhamento personalizado Conteúdo de ensino (apostila, vídeos) Contato com os clientes Suporte profissional de conteúdo. 	Proposta de Valor  A Coes existe com o propósito de desenvolver crianças em seu entorno por meio da inteligência emocional de forma que os índices de ansiedade, depressão e suicídio diminua. Isso será feito por meio da capacitação de profissionais, através de uma trilha de aprendizagem socioemocional personalizada, desenvolvendo o processo educacional.	Relacionamento com Clientes  <ul style="list-style-type: none"> Suporte profissional de conteúdo através de vídeos, apostila, indicação de estudos, questionários de feedback presencialmente e online Acompanhamento do desenvolvimento da trilha por meio de questionários de feedback e análise de resultados dos materiais entregues para suporte. 	Segmentos de Clientes  <ul style="list-style-type: none"> Escola de ensino fundamental I: > professores; > alunos de 6 a 9 anos Secretaria de educação Pais e tutores
Estrutura de Custo  <ul style="list-style-type: none"> Equipe multidisciplinar nas áreas psicopedagógicas; Materiais de suporte informacional para o cliente final: caixa, banner das emoções; Capacitação: cursos, livros, fonte de ensino para se manter atualizado; Materiais de escritório e da criação do conteúdo (físico); Regularização da empresa (CNPJ, estatuto, regimento interno) Valor total:		Fontes de Receita  <ul style="list-style-type: none"> Projeto corporativo (escolas e secretarias de educação): conteúdos físicos (apostila, atividades lúdicas) e online (vídeos, conteúdos extras além da apostila de acordo com a necessidade da trilha de aprendizado como artigos, livros e estudos da equipe, plataforma) personalizados 		

Fonte: As autoras (2022).

Para entender melhor o motivo de cada uma das escolhas de cada ponto, segue as explicações das considerações feitas no quadro 2.

Quadro 2 - Explicação de cada etapa do modelo CANVAS.

Explicação do CANVAS	
Proposta de valor	<p>“A Coes existe com o propósito de desenvolver crianças em seu entorno por meio da inteligência emocional de forma que os índices de ansiedade, depressão e suicídio diminua. Isso será feito por meio da capacitação de profissionais, através de uma trilha de aprendizagem socioemocional personalizada, desenvolvendo o processo educacional, a proposta de valor está relacionada com a essência da nossa empresa e, por isso, ela está escrita como a forma do desenvolvimento infantil. Por meio dela todas as outras etapas tanto do Canva como de toda a empresa foram desenvolvidas.”</p>
Principais parceiras	<p>Secretaria de educação: a aplicação do nosso MVP foi definida e ocorreu por causa da parceria com a secretaria de educação da cidade de São Gonçalo do Rio Abaixo. Por meio dela conseguimos definir qual escola seria aplicada, a faixa etária e as turmas. A parceria foi realizada para a primeira aplicação e, caso os resultados sejam positivos, expandir para novas escolas e turmas.</p> <p>Profissionais da área: Toda a nossa equipe técnica de especialistas da área são voluntários para o desenvolvimento e análise das atividades e, por isso, são consideradas como nossas parceiras. Futuramente, o objetivo é que elas entrem na estrutura de custo, quando houver pagamento de salário. Mas, enquanto a atividade ainda é voluntária, são consideradas como nossas parceiras;</p> <p>Escolas do ensino fundamental: além do apoio da secretaria, tivemos abertura de entrar em contato, ver a necessidade da escola e de poder começar o nosso trabalho.</p>
Atividades chave	<p>Atividades lúdicas (criação e aplicação): nas atividades chaves, as atividades lúdicas são fundamentais pois estão ligadas a atividades de entretenimento, que divertem as pessoas envolvidas. Como o objetivo está em desenvolver crianças, explicações técnicas não seriam entendidas pelas crianças, ficando a cargo de repassar essas informações para os professores para que eles possam entender e trabalhar. Além disso, as atividades para as crianças precisam ser algo que iria chamar a atenção e despertar a curiosidade, de maneira que ela o aprendizado ocorresse;</p> <p>Acompanhamento personalizado: o principal do nosso processo é um atendimento personalizado para cada turma de acordo com a necessidade tanto de atividade quanto de tempo. Sem isso, o processo se torna inválido;</p> <p>Conteúdo de ensino (apostila, vídeos): como as atividades serão repassadas pelos professores, é preciso que haja um treinamento e uma preparação e entendimento daquilo que está sendo feito tanto para ajuda dos alunos quanto para repassar as informações necessárias para as demais etapas da trilha de desenvolvimento;</p> <p>Contato com os clientes: é fundamental o contato com os clientes para saber onde estamos na trilha de desenvolvimento de maneira que as adequações para o aprendizado possam ser feitas, bem como um feedback do que os nossos clientes têm achado do resultado quanto para dados de resultados esperados;</p> <p>Suporte profissional do conteúdo: pelo fato da empresa possuir como sócios pessoas que não são da área da saúde mental, é necessário que haja parceiros e estudos na área para o desenvolvimento e análise de cada uma das etapas.</p>
Recursos principais	<p>Equipe multidisciplinar: sem a equipe, as análises técnicas, o gerenciamento e o desenvolvimento tecnológico não iriam ocorrer. Por isso é importante essa equipe multidisciplinar para que uma análise macro da Coes ocorra;</p> <p>Espaço escolar e lúdico: o espaço escolar é um dos recursos principais, pois é o lugar de atuação da Coes. É nela que iremos desenvolver todo o processo com as crianças. E esse processo precisa se dar de forma lúdica para que as crianças possam se sentir à vontade para expressar seus sentimentos e assim identificarmos as atividades que precisam ser desenvolvidas;</p>

	<p>Equipamento tecnológico e físico: para o desenvolvimento, é preciso alguns equipamentos tecnológicos para diálogo com os professores, com a direção da escola, para divulgação dos trabalhos via redes sociais e para a criação de conteúdo como vídeos, postagens, apostilas e links. Além do equipamento tecnológico, é importante o equipamento físico para a entrega de materiais a serem utilizados nas atividades pelos professores.</p> <p>Professores para o desenvolvimento das crianças: irão aplicar a trilha de desenvolvimento.</p>
Relacionamento com clientes	<p>Suporte profissional de conteúdo através de vídeos, apostila, indicação de estudos, questionários de feedback presencialmente e online: materiais para manter contato tanto de entrega de conteúdo quanto receber notícia do nosso trabalho;</p> <p>Acompanhamento do desenvolvimento da trilha por meio de questionários de feedback e análise de resultados dos materiais entregues para suporte.</p>
Canais	<p>Telegram/Presencial/ Vídeo chamadas (comunicação);</p> <p>E-mail (envio de conteúdo);</p> <p>Instagram (divulgação da marca);</p> <p>Canal que está sendo criado (plataforma): para ser o novo canal de comunicação e gestão do conhecimento;</p> <p>Ambiente físico: atividades realizadas presencialmente na escola;</p>
Segmento de clientes	<p>Escola de ensino fundamental I:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Professores: conteúdo para o desenvolvimento pessoal e emocional; - Alunos de 6 a 9 anos: crianças com a faixa etária de público alvo; <p>Secretaria de educação: responsável por, caso o trabalho seja aprovado, disseminar para outras escolas da cidade;</p> <p>Pais e tutores: conteúdo enviado para os pais por meio dos alunos para que possam ser elaboradas atividades em conjunto.</p>
Estrutura de custo	<p>Equipe multidisciplinar nas áreas psicopedagógicas: pagamento de salário para meninas que hoje são voluntárias na Coes;</p> <p>Materiais de suporte informacional para o cliente final: caixa, banner das emoções. Materiais físicos para desenvolvimento das atividades lúdicas tanto pela equipe quanto pelas professoras;</p> <p>Capacitação: cursos, livros, fonte de ensino para se manter atualizado. Desenvolvimento profissional da equipe;</p> <p>Materiais de escritório e da criação do conteúdo (físico): material utilizado pela equipe da Coes nas atividades;</p> <p>Regularização da empresa (CNPJ, estatuto, regimento interno): criação da Coes no mercado de trabalho.</p>
Fontes de receita	<p>Projeto corporativo (escolas e secretarias de educação): conteúdos físicos (apostila, atividades lúdicas) e online (vídeos, conteúdos extras além da apostila de acordo com a necessidade da trilha de aprendizado como artigos, livros e estudos da equipe, plataforma) personalizados.</p>

Fonte: As autoras, (2023).

O procedimento para a execução do serviço nas instituições de ensino, que é a trilha de aprendizagem escolhida, será efetuado mediante a utilização de um conteúdo personalizado para cada escola, fundamentado na metodologia de Golemann (autoconhecimento, autogerenciamento, motivação, empatia e habilidades sociais). Logo após, o subsequente cronograma para implementação: realização de uma avaliação inicial preliminar da escola;

exposição do diagnóstico à instituição; formulação de propostas para o desenvolvimento, conforme ditado pela metodologia, adaptadas à realidade local; emprego do ciclo PDCA para avaliar possíveis melhorias e, por fim, concessão de certificação ao término do percurso. Na escola do estudo de caso presente nesta pesquisa, não foram abordadas todas as fases sugeridas, devido às restrições de tempo, uma vez que o período letivo estava chegando ao fim e a data da feira de investimentos, assim como o encerramento do programa AWC, se aproximavam.

Durante a feira de investimentos, o modelo CANVAS e a apostila foram apresentados aos especialistas. A apresentação foi concebida em formato de "PITCH" e cada especialista registrou seus comentários em uma folha, a qual foi entregue ao término da exposição. Esses comentários serão expostos no quadro 3 a seguir.

Quadro 3 - Resultado do *feedback* dos consultores

CRITÉRIOS	Consultor 1	Consultor 2	Consultor 3	Consultor 4	Consultor 5	Consultor 6	Consultor 7	Consultor 8	Consultor 9	Consultor 10	Consultor 11	Total
Conhecimento e domínio de mercado/cliente	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	58%
Entendimento da oportunidade/problema explorada	3	3	3	2	4	3	5	4	5	4	5	75%
Relevância da proposta de valor e da solução	4	5	5	5	5	5	3	3	5	1	4	82%
Diferencial e aspectos inovadores da solução/negócio	2	3	2	2	3	3	2	1	3	2	1	44%
Tecnologia utilizada e viabilidade técnica do negócio	3	4	3	3	3	4	2	1	4	1	2	55%
Relevância e viabilidade de mercado	4	5	3	5	5	4	5	4	5	3	3	84%
Expertise, conhecimento e capacidade técnica da equipe	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	75%
Total	66%	74%	63%	69%	77%	71%	66%	57%	89%	49%	60%	

Fonte: As autoras (2023).

Destaca-se com maior porcentagem (84%) a relevância e viabilidade de mercado sobre o tema e com baixa porcentagem (44%) o diferencial e aspectos inovadores do negócio.

5. CONCLUSÃO

Por meio da pesquisa e do processo de criação, constatou-se a existência do problema de mercado em análise, demandando abordagens metodológicas para sua resolução. O modelo demonstrou sua viabilidade, respaldado por pesquisas literárias, especialistas na área e análises de mercado. Reconhece-se que este é um projeto com resultados a longo prazo, o que apresenta o desafio de manter o comprometimento dos envolvidos em sua concepção. Dada a complexidade do problema, a exposição e o desenvolvimento das etapas requerem atenção especial para garantir uma elaboração eficaz tanto na aplicação quanto na compreensão por parte daqueles que irão empregar a metodologia.

Além disso, aproveitando a parceria com a Escola Municipal de São Gonçalo, os próximos passos englobarão o desenvolvimento da metodologia de acordo com as demandas identificadas nas duas turmas que iniciaram a implementação, visando atender às suas necessidades. Caso o processo apresente resultados conforme planejado, será replicado para as demais turmas. No entanto, se isso não ocorrer, a metodologia será revista para uma nova aplicação.

O aprimoramento constante da metodologia foi respaldado pela análise dos resultados dos questionários, orientando a criação de estratégias e atividades personalizadas. A integração da inteligência emocional no ambiente escolar demonstrou ser uma abordagem eficaz para abordar questões emocionais entre crianças. Além disso, o Modelo de Negócios Canvas ajudou a estruturar a oferta de valor, parceiros-chave, canais de comunicação e outras facetas essenciais do negócio.

Em relação ao modelo de negócios, as diretrizes a serem seguidas estão relacionadas às respostas fornecidas durante a apresentação da metodologia a especialistas. Essas respostas foram compiladas para concentrar esforços na abordagem das lacunas e aproveitar os aspectos positivos. Conforme apresentado na Tabela 1, o principal enfoque do modelo de negócios da empresa reside no desenvolvimento de diferenciais e inovações na solução/negócio, com 44% da pontuação total. Portanto, o objetivo é desenvolver inovações relevantes para o mercado. Quanto ao aspecto que mais se pode explorar, trata-se da relevância e viabilidade de mercado, representando 84% da pontuação total. Assim, é necessário explorar o ponto crítico que é vital para o mercado, nas demandas que exigirão intervenção externa.

Quanto às limitações da pesquisa, destaca-se a dificuldade de construir um modelo de escalabilidade mercadológica, dado que o serviço é personalizado para cada escola.

A COES não apenas aponta para a importância de atender às necessidades emocionais das crianças desde cedo, mas também destaca a relevância da pesquisa, validação e adaptação contínuas ao moldar uma startup de sucesso. A busca incessante por aprimoramento e a adaptação às circunstâncias emergentes são elementos fundamentais que, sem dúvida, continuarão a guiar a COES à medida que ela trabalha para moldar o cenário do desenvolvimento emocional infantil.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, C., NOGUEIRA, V., COZZI, A., & COSTA, V. (2012). **Causas da mortalidade de startups brasileiras. O que fazer para aumentar as chances de sobrevivência no mercado.**

ASSIS, Cristina Ferreira; MONTEIRO, Rhadson. **METODOLOGIAS QUALITATIVAS E QUADROS DE REFERÊNCIA PARA A PESQUISA EM CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS.** Jures, v. 16, n. 29, p. 1-28, 2023.

BEHRENS, Jéssica. **Startup na prática: desafios e oportunidades.** Universidade de Brasília. Brasília: 2015, p. 28 - 29. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/11697/1/2015_JessicaSoaresBragaBehrens.pdf.

BLANK, S. (2013). **Why the lean start-up changes everything.** Harvard Business Review, 91(5), 63–72.

BLANK, S. **The four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win.** 5. Ed. New Jersey: Wiley, 2020.

BROWN, Tim. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias.** Edição comemorativa de 10 anos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020. P. 12.

CARLOS, Vanessa Godeiro Chaves. **Desenvolvimento e dificuldades de crescimento das startups: estudo de caso em uma organização de ensino digital** Norte Rio-Grandense. 2022.

CURY, Augusto Jorge. **Pais brilhantes, professores fascinantes.** Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

DIAS, Maria da Luz Vale; MAIA, Ana. **Relações entre percepção da parentalidade, resiliência e rendimento acadêmico no ensino profissional.** Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación, p. 370-375, 2017.

DA CRUZ, Júlia Ellwanger *et al.* **Aplicação de ciclo de metodologia Lean Startup para um modelo de negócio digital de redistribuição de alimentos.** 2022.

DE CARVALHO, Jéssica Maria Amorim. **A inteligência socioemocional no 1º ano do ensino fundamental na perspectiva de professores.** Revista Caparaó, v. 2, n. 2, p. e26-e26, 2020.

DE LIMA MOURA, Sara. **O PAPEL DO EDUCADOR NO DESENVOLVIMENTO DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DAS CRIANÇAS NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL**, 2022.

DE OLIVEIRA, Aldeni Melo; GEREVINI, Alessandra Mocellim; STROHSCHOEN, Andreia Aparecida Guimarães. **Diário de bordo: uma ferramenta metodológica para o desenvolvimento da alfabetização científica**. Revista Tempos e Espaços em Educação, v. 10, n. 22, p. 8, 2017.

DE OLIVEIRA, Marilda Oliveira. **Diário de aula como instrumento metodológico da prática educativa**. Revista Lusófona de Educação, v. 27, n. 27, 2014.

DE SOUZA, Pedro; SANTOS, Luan; TILEMANN, Renata. **Dificuldades encontradas por startups de Campo Grande-Mato Grosso Do Sul na etapa de desenvolvimento de produtos e serviços: um estudo de caso na aceleradora Living Lab**. 2019.

DIAS, Ana Tereza; DE SOUZA, Regiane Claudia; BRAVO, Riviane Borghesi. **INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E SEUS IMPACTOS NA APRENDIZAGEM ESCOLAR**. Revista Panorâmica online, v. 36, 2022.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio**. 5.ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Artmed editora, 2008.

GITAHY, Yuri. **O que é uma startup e tudo o que você precisa saber sobre elas**. Associação Brasileira de Startups. Disponível em: O que é uma startup? Tudo o que você precisa saber. (abstartups.com.br).

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente**. 2 ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

HARTMANN, Victor. **Startup: uma nova forma de empreender**. UniCEUB, p. 18. Brasília: 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/3966/1/20962401.pdf>.

HINZ, Andreas; EISENBART, Bárbara. **Conectando os Pontos: Effectuation e Lean Startup**. In: Proceedings of International Conference on Management in Emerging Markets (ICMEM) SBM ITB . 2019.

HOPKINS, M. M., & YONKER, R. D. (2015). **Managing conflict with emotional intelligence: Abilities that make a difference**. Journal of Management Development, 34(2), 226–244. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2013-0051>

IZUTSU, Takashi *et al.* **Saúde mental e bem-estar nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**. The Lancet Psychiatry , v. 2, n. 12, pág. 1052-1054, 2015.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

LIPP, Marilda Emmanuel Novaes; LIPP, Louis Mario Novaes. **Stress e transtornos mentais durante a pandemia da COVID-19 no Brasil**. Boletim-Academia Paulista de Psicologia, v. 40, n. 99, p. 180-191, 2020.

MARINHO F, DE AZEREDO PASSOS VM, Malta DC, França EB, Abreu DM, Araújo VE, *et al.* Burden of disease in Brazil, 1990-2016: **a systematic subnational analysis for the Global Burden of Disease Study 2016**. Lancet 2018; 392:760-75.

MAURYA, A. Running Lean: **Iterate from Plan A to a Plan That Works**. 2 Ed. Sebastopol: O'Reilly, 2012.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: Hucitec, 2010.

MIRANDA, R. C. R. de; NARDES, F. B. S. **Lean Startup e Canvas: uma proposta de metodologia para startups**. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.5, n. 3, jul./ago./set./out./nov./dez., 2014.

MORA, F. (2021). **Neuroeducación: Solo se pode aprender aquello que se ama** (3th ed.). Alianza editorial.

Munhoz TN, Nunes BP, Wehrmeister FC, Santos IS, Matijasevich A. **A nationwide population-based study of depression in Brazil**. J Affect Disord 2016; 192:226-33.

OLIVEIRA, José Clovis Pereira de *et al.* **O questionário, o formulário e a entrevista como instrumentos de coleta de dados: vantagens e desvantagens do seu uso na pesquisa de**

campo em ciências humanas. In: **III Congresso Nacional de Educação.** 2016. p. 1-13.

ORNELL, Felipe et al. **“Pandemic fear” and COVID-19: mental health burden and strategies.** Brazilian journal of psychiatry, v. 42, p. 232-235, 2020.

OTTE, Henrique; GONÇALVES, Alexandre Leopoldo; DIAS, Renata. **Análise sobre as barreiras para o desenvolvimento de startups no ecossistema da grande Florianópolis.** In: Anais do Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação–Ciki. 2018.

PEREIRA, Ana Maria. **A FORMAÇÃO DE CRIANÇAS INTELIGENTES EMOCIONALMENTE NOS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL.** 2019.

PIRES, Weber; BORGES, Daniella Andressa; CHARRIS, Nelcy Rita Domingues e CRUZ, Ronny Anderson de Oliveira. **Inteligência emocional: Uma reflexão oportuna para as organizações educacionais.** REBES Revista Brasileira de Educação e Saúde Pombal, PB, v.6, n.3, 2016.

PORLÁN, Rafael e José MARTÍN (1997). **El diario del profesor: Un recurso para la investigación en el aula.** Sevilla: Díada.

QUINTANILHA, Mafalda Correia Nogueira Fino. **A inteligência emocional na prática educativa do pré-escolar –um estudo etnográfico.** ACTAS do 12º COLÓQUIO de PSICOLOGIA e EDUCAÇÃO.

REIS, I. F. G. et al. **Business models for energy communities: A review of key issues and trends.** Renewable and Sustainable Energy Reviews, Coimbra, v. 144, 2021

RIES, E. (2011). **The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses.** Crown Books.

RIES, E. **The Lean Startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses.** 1 Ed. New Jersey: Random House LLC, 2011.

ROSA, Conan et al. **Guia estratégico para o desenvolvimento de um planejamento organizacional voltado para Startups no Brasil, no período de 2022 a 2024.** São Paulo-SP: Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza, 2022. 24 p.

Sánchez-Álvarez, N., Extremera, N., Fernández-Berrocal, P. (2016). **The relation between emotional intelligence and subjective well-being: A meta-analytic investigation.** *The Journal of Positive Psychology*, 11(3)

Schramm JMA, Oliveira AF, Leite IC, Valente JG, Gadelha AMJ, Portela MC, et al. **Epidemiological transition and the study of burden of disease in Brazil.** *Ciênc Saúde Colet* 2004; 9:897-908.

SEBRAE. (2007). *Disciplina de empreendedorismo. São Paulo: Manual do aluno*, 67p

SEBRAE. *O que é uma startup*, 2019. Disponível em: *O que é uma Startup? - Sebrae.*

SEBRAE. *O que é uma startup.* 2014. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-uma-startup,6979b2a178c83410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

TRIMI, S., & BERBEGAL-MIRABENT, J. (2012). **Business model innovation in entrepreneurship.** *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449–465.

TRIPATHI, N. et al. **Startup ecosystem effect on minimum viable product development in software startups.** *Information and Software Technology*, Oulu, v.114, p. 77–91, jul. 2019.

TSUTSUMI A. **Mental health, well-being and disability: a new global priority key United Nations resolutions and documents.** Tokyo: United Nations University; 2015.

VALENTE, S. (2019). **Influência da inteligência emocional na gestão de conflitos na relação professor-aluno(s).** *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, 6(2), 101–113. <https://doi.org/10.17979/reipe.2019.6.2.5786>

YAO, H., CHEN, J. H., & XU, Y. F. (2020). **Patients with mental health disorders in the COVID-19 epidemic.** *The Lancet Psychiatry*, 7(4), e 21.

ZABALZA, Miguel Angel (2007). **Diários de aula: um instrumento de pesquisa e desenvolvimento profissional.** Porto Alegre: Mediação.

ZHANG J, WU W, ZHAO X, ZHANG W. (2020). **Recommended psychological crisis intervention response to the 2019 novel coronavirus pneumonia outbreak in China: a model of West China Hospital.** *Precis Clin Med*: 3, 3-8.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PROFISSIONAIS

- 1) Qual o seu nome?
- 2) Você poderia conversar conosco futuramente presencial ou por vídeo chamada?
 Sim Não
- 3) Qual a melhor forma de contato?
 Telefone E-mail Outro:
Adicione o contato para marcarmos a conversa:
- 4) Você é?
 Pediatra Psicólogo Teraupeuta
 Pedagogo Outro:
- 5) Para você, o que significa uma pessoa ter a capacidade de lidar com as emoções?
- 6) Selecione quais são para você os benefícios de ter a capacidade para lidar com as emoções?
 - 1 - melhor relação com as pessoas que convive
 - 2 - equilíbrio emocional em situações desafiadoras
 - 3 - maior poder de decisão
 - 4 - diminuição da ansiedade
 - 5 - diminuição dos índices de depressão
 - 6 - pessoas mais responsáveis
 - 7 - pessoas mais criativas
 - 8 - pessoa mais empática

9 - percepção das emoções

10 - identificação da causa das emoções

Outro:

7) De acordo com a sua seleção faça o ranking de acordo com a sua percepção da maior importância para a menor importância.

8) Quais os benefícios de se trabalhar o controle das emoções ainda na infância?

Facilidade de construir amizade;

Facilidade na comunicação em público;

Formação da personalidade do indivíduo;

Melhor convívio com seus colegas;

Obter rendimentos escolares satisfatórios;

Outro:

9) Como um profissional identifica as situações comportamentais de uma criança?

Diálogo com a criança Brincadeiras

Diálogo com os responsáveis Observação

Desenhos Outro:

10) Você trabalha inteligência emocional com as crianças? Se sim, como? Se não, qual o motivo e o que/como você gostaria de trabalhar?

11) Você acredita que os pais/tutores estão preparados para desenvolver esse trabalho? Por que? Qual a parte mais difícil de trabalhá-la com relação ao apoio dos pais/tutores?

12) Como trabalhar nos responsáveis a importância do desenvolvimento emocional na criança?

- 12) Como é sua rede de apoio (pessoas que te dão aquela ajuda sempre que necessário)? Se existe, quem são e como ela te dá suporte?
- 13) Na sua opinião é preciso trabalhar o controle emocional na criança? Por quê? Caso sua resposta seja sim, explique no que ela pode ajudar.

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO PROFESSORES

1. Em qual(is) escola(s) você trabalha?
2. Qual(is) anos você leciona?
 Primeiro ano Segundo ano Terceiro ano
 Quarto ano Quinto ano
3. Há quanto tempo atua nesta profissão?
4. Há quanto tempo ocupa este cargo?
5. Neste período, qual foi o maior ou os maiores desafios que enfrentou?
6. Quais emoções você tem sentido em maior intensidade? Como você faz para identificá-las?
7. Você tem se sentido emocionalmente diante das pressões do trabalho?
8. Diante desse momento de mudanças (pós pandemia), como você tem se reorganizado em relação à família, trabalho e lazer?
9. De acordo com a sua vivência escolar, como a instituição para qual você trabalha pode lhe ajudar, no que se diz respeito, ao seu bem estar emocional?
10. Como você considera o seu relacionamento com os alunos? E com os pais? Há um diálogo aberto entre vocês?
11. Como você se comporta quando acontece uma situação de excesso ou ausência de emoções das crianças como por exemplo: birras, isolamento por se sentir triste, alegria...?
12. O que você gostaria de trabalhar emocionalmente para melhorar as suas atividades enquanto professor(a) e na sua relação com os alunos?
13. Espaço livre para caso queira acrescentar mais alguma informação