



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

Livro de Resumos





INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

Instituto Federal do Paraná
Campus Pinhais

28 e 29 de agosto de 2017

ORGANIZAÇÃO

Comissão científica (Presidentes de Eixos)

CARLA DANIELE CANESTRARO

EDUARDO TIEPPO

IRINEU MARIO COLOMBO

MÁRCIA VALÉRIA PAIXÃO

Revisão de resumos

ANDRIUS FELIPE ROQUE

BÁRBARA ELISA MARQUES

CARLA DANIELE CANESTRARO

EDUARDO TIEPPO

GLEDSON VIGIANO BIANCONI

LUCIANA PEREIRA JASINSKI VIEIRA

Editoração do livro de resumos

EDUARDO TIEPPO

GLEDSON VIGIANO BIANCONI



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

PROGRAMAÇÃO

SEGUNDA-FEIRA (28 DE AGOSTO)

07:40 // Credenciamento

08:30 // Abertura

08h45 - 10h00 // Apresentação, exposição e competição de robôs

08h45 - 17h00 // Exposição Itinerante Mundo do Trabalho (Museu Paranaense)

08h45 - 12h00 // Sessões monitoradas no Planetário Móvel (Parque da Ciência Newton Freire Maia)

10h00 - 12h00 // Apresentação de Pôsteres

12h00 - 14h00 // Intervalo para almoço (livre)

14h00 - 17h00 // Comunicações Orais

17h00 // Encerramento do 1º dia

TERÇA-FEIRA (29 DE AGOSTO)

08h00 // Abertura

08h30 - 11h30 // Comunicações Orais

11h30 - 13h00 // Intervalo para almoço (livre)

13h00 - 17h00 // Visitas Técnicas

(1) CELEPAR - Tecnologia da Informação e Comunicação do Paraná (saída as 13h00) INF3

(2) Parque da Ciência Newron Freire Maia (saída as 13h00) ADM1 e INF1.

(3) Central de Tratamento de Resíduos - Hospital Angelina Caron (saída GRUPO 1 as 13h00; GRUPO 2 as 14h30) ADM3 e ADM2.

17h30 // Encerramento



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

RESUMOS

(HU67)

“ONDE HÁ BRASILEIROS, AS CRIANÇAS NÃO PASSAM FOME”: O BRASIL NA SEGUNDA GUERRA (1942-1945)

Cláudio Aparecido dos Santos Junior*; Igor Vitorino da Silva

**claudio.junior.ifpinhais@gmail.com*

Essa comunicação discute a participação brasileira na Segunda Guerra Mundial (1942-1945) tendo como enfoque o papel social e humanitário da Força Expedicionária Brasileira-FEB em sua campanha na Itália. O Brasil permaneceu neutro na Segunda Guerra Mundial até o dia 31 de agosto de 1942, quando declarou oficialmente guerra à Alemanha e à Itália. Entretanto, apenas em 1944, a FEB foi para o campo de batalha na Europa. Sua participação foi fundamental no conflito mundial, especialmente para a libertação das cidades italianas ocupadas pela Alemanha nazista. Para o desenvolvimento dessa pesquisa foram utilizadas as seguintes fontes históricas: a biografia do herói de guerra Eufosino de Almeida, documentos do arquivo do Museu do Expedicionário de Belo Horizonte, reportagens do jornal italiano “il Resto del Carlino”, e quatro livros didáticos de circulação nacional aprovados pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD). Essas fontes históricas foram analisadas problematizando os contextos de suas produções e reconhecendo-as como versões históricas sobre os acontecimentos investigados que carregam as visões de mundo e os interesses políticos e sociais daqueles que a produziram. Assim, descobrimos que a FEB, além de seu êxito em combate, teve um papel social e humanitário estratégico, pois foi provida de alimentos vindos do Brasil e dos Estados Unidos, o que ocasionou uma grande quantidade de mantimentos. Já nas cidades atacadas pela Alemanha, o caos e a destruição ocasionaram uma escassez de alimentos; por esse motivo, muitas crianças foram recorrer aos soldados da FEB, que dividiam com elas seus alimentos. Tal gesto de solidariedade por parte de nossos soldados chegava a alimentar cerca de 150 crianças por dia, além disso também eram enchidos caldeirões de comida para que elas os levassem para os seus pais. Lamentavelmente, tais lembranças, que até hoje são comemoradas pelas cidades italianas, como em Montese (Modena), assim como o reconhecimento dessa face da FEB, são desconhecidos pela maioria dos brasileiros. Nem mesmo os livros didáticos mencionam tal acontecimento, alimentando-se, dessa maneira, a visão histórica tradicional, hoje já superada historiograficamente, da insignificância militar e política da Força Expedicionária Brasileira no contexto da Segunda Guerra Mundial.

Palavras-chave: Segunda Guerra Mundial; Força Expedicionária Brasileira - FEB; História Militar.

(GN11)

A CONTRIBUIÇÃO DE AÇÕES EXTENSIONISTAS PARA A GESTÃO DAS FINANÇAS PESSOAIS

**Margarete de Oliveira da Cunha Pinto; Natalia Oliveira dos Santos; Márcia Valéria
Paixão; Elaine Arantes; Eduardo Liquio Takao; Roberto Ari Guindani***

**roberto.guindani@ifpr.edu.br*

A expansão de crédito para pessoa física no Brasil teve um excepcional crescimento após os anos 2000 e causou em muitas pessoas o descontrole financeiro. Este cenário apresenta efeitos positivos e negativos tanto para a economia como para as famílias brasileiras. Por um lado, o aquecimento das vendas, o aumento da produção industrial e a melhoria da qualidade de vida dos consumidores são sensivelmente percebidos. Por outro lado, o crescimento do endividamento foi o gatilho que desencadeou a crise ocorrida em 2008, já que o financiamento de imóveis (Minha Casa Minha Vida) foi destinado em grande parte à população de baixa renda e com baixa escolaridade. Em 2016, a crise política econômica agravada com o impeachment da Presidente Dilma Rousseff causou instabilidades políticas, econômicas e financeiras que afetaram diretamente as finanças pessoais das pessoas com maior vulnerabilidade social. Ainda naquele ano, o Presidente Temer enfrentou fortes denúncias de práticas de corrupção envolvendo a prática de propina em todos os setores que se relacionam com os governos. Mais uma crise se instalou no país, gerando desemprego, fechamento de postos de trabalho, baixos índices de crescimento e baixa credibilidade político-financeira aos governos. Diante deste cenário, manteve-se a oferta das concessões de crédito, mesmo que em número menor, para pessoas físicas, o que contribuiu para que a inadimplência do consumidor alcançasse 57,6% do total de famílias brasileiras. Alguns fatores contribuem para o agravamento do cenário brasileiro de endividamento da pessoa física, como a influência da cultura brasileira que não prepara os indivíduos para a tomada de decisões em relação à maneira de lidar com o dinheiro. Diante deste cenário, o Instituto Federal do Paraná (IFPR), em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Pinhais, vem desenvolvendo desde 2013 o curso de “Finanças Pessoais”, com o objetivo de oferecer subsídios para que os participantes aprendam a fazer a gestão adequada de seus recursos financeiros. O público alvo são moradores dos municípios de Pinhais, Colombo, Piraquara e Curitiba, convergindo com os objetivos do IFPR de estender para a comunidade de entorno a abrangência de suas atividades. A metodologia aplicada foram aulas expositivas com recursos multimídias, aplicação de exercícios práticos, visando à elaboração de controles que servirão como ferramenta para o ajuste financeiro dos participantes, e a utilização do aplicativo móvel de “finanças pessoais” como forma de reforçar os conteúdos. Busca-se com esse projeto despertar nos participantes a necessidade do controle das finanças pessoais, diminuindo os impulsos de compras desnecessárias; apresentar as vantagens e desvantagens de se fazer um empréstimo/financiamento; incentivar a prática da realização e elaboração do planejamento financeiro pessoal. O diferencial é à aproximação com a realidade vivenciada e apresentação de modelos práticos de controle das finanças pessoais que servem como base para o acompanhamento e a minimização das situações problemas apresentados no decorrer das ações propostas.

Palavras-chave: Crise financeira; Empréstimos; Financiamentos; Finanças pessoais.

(HU73)

A PERCEPÇÃO DO IFPR *CAMPUS* PINHAIS EM RELAÇÃO À INCLUSÃO

Caroline Simão; Luci Iachinski*

**luci.iachinski@ifpr.edu.br*

O objetivo deste trabalho é sugerir políticas de inclusão no *campus* Pinhais do Instituto Federal do Paraná. Para isto, há a realização de uma pesquisa a respeito da percepção da instituição em relação à inclusão. Apesar do *campus* ainda estar em construção, já é possível perceber as múltiplas especificidades presentes na entidade. Tais características acontecem em decorrência da política de inclusão adotadas nos processos seletivos pelos Institutos Federais. Os perfis dos ingressos nos cursos, tanto técnicos integrados como superiores, obedecem as seguintes relação entre categorias e vagas: 45% delas são destinadas a inclusão social, disponibilizadas para estudantes oriundos de escolas públicas; 20% são de inclusão racial, destinadas a estudantes autodeclarados de cor preta ou parda; 5% são reservadas para candidatos indígenas, e 30% das vagas são destinadas à concorrência geral. Apesar da existência de vagas destinadas a estudantes para inclusão social nos Institutos Federais, estarão os servidores, instituição e colegas de classe preparados para atendê-los e recebê-los dentro das especificidades que tais estudantes vierem a apresentar? Neste sentido, a pesquisa é de extrema importância para que possamos refletir nossas atitudes inclusivas na instituição. Para ter essa percepção, está sendo realizada uma pesquisa no IFPR Pinhais, e para isso está sendo solicitado, a todos os docentes, de 5 a 10 discentes de cada turma e a todos os técnicos administrativos, que respondam a um questionário composto de doze perguntas abertas e fechadas relacionadas ao tema.

Palavras-chave: Inclusão; IFPR Pinhais.

(HU48)

ACESSIBILIDADE

Eduardo Felipe da Silva Gonçalves; Leonardo Lopes Pereira; João Pedro Alano; Elaine Arantes; Magda Mascarello; Caroline Candido Veroneze

**edufelipe1975@gmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, junto ao componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. Esta pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi preparado um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho é: promover a conscientização sobre o assunto. Os objetivos específicos são: 1. apresentar a definição de acessibilidade; 2. falar sobre o tratamento do assunto em outros países; 3. indicar algumas soluções. Dentro do trabalho foram abordados os seguintes assuntos: acessibilidade no exterior, o que é acessibilidade, como e quando surgiu a acessibilidade, mecanismos de acessibilidade. Os estudantes responsáveis pela pesquisa realizaram as seguintes atividades: investigações de campo, pesquisa aprofundada do tema, discussão sobre o tema. Uma pesquisa de campo foi realizada com 20 pessoas fazendo a seguinte pergunta: “em sua opinião, um cadeirante tem dificuldades em se locomover no município de Pinhais?”. O resultado desta pesquisa foi 95% das respostas “sim” e 5% “não”. Constatou-se que no Brasil a situação é precária, há muitos mecanismos que podem ajudar os que necessitam de acessibilidade disponíveis, mas na questão de acesso físico a locais ou locomoção em lugares públicos, o Brasil ainda precisa de muitos avanços e melhorias. Em outros países, verificou-se que a acessibilidade é muito mais desenvolvida que a do Brasil, tendo disponíveis variedades de aplicativos e mecanismos que auxiliam a parte da população que obtém algum tipo de deficiência e necessita de suporte. Com a realização deste trabalho, os estudantes aprenderam que muitas pessoas têm dificuldades para acessar locais e realizar determinadas ações no cotidiano, e que é importante investir em coisas que possam facilitar a vida dessas pessoas, dando assim as mesmas oportunidades a todos. Os estudantes propõem que o *campus* Pinhais invista em classes para pessoas com deficiência. Para o município de Pinhais, os estudantes propõem que haja maior investimento em mecanismos para auxiliar pessoas que apresentem algum tipo de deficiência. Após a realização do seminário, os estudantes abriram espaço para que as pessoas ali presentes pudessem comentar e/ou debater sobre o tema. Recomenda-se que, para próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes investiguem e discutam o assunto com pessoas que necessitam de acessibilidade no cotidiano.

Palavras-chave: Acessibilidade; Pesquisa; Estudantes.

(IC8)

APLICAÇÃO DA ROBÓTICA NA AUTOMAÇÃO DE UM SISTEMA DE IRRIGAÇÃO DE HORTAS COLETIVAS

Caroline Thaina Galdino; Maria Júlia Marques Luz; Jean Carlo Moroski; Edison Francisco Furusato Oda; Camila de Paula Ramos; Flávia Monique Corsi Rodrigues; Wesley Nalbert Rodrigues; Jean Gustavo Tomé; Gustavo Kira; Roberto Ari Guindani; Eduardo Tieppo; Eduardo Liquio Takao*
**eduardo.takao@ifpr.edu.br*

Os alunos do projeto de pesquisa de Robótica Educacional e Sistemas Autônomos para Resolução de Problemas: Uma Abordagem Intuitiva da Construção do Conhecimento, do Instituto Federal do Paraná IFPR – *Campus Pinhais*, propuseram a realização de um sistema de irrigação automático para hortas coletivas utilizando tecnologia Arduino. A ideia surgiu durante a viagem ao *Campus Capanema*, na qual a Instituição convidou os discentes e docentes relacionados ao projeto, a fim de participarem do evento IFAgroTECH. A viagem resultou em duas ideias distintas: a iluminação gradativa destinada a um aviário localizado também em Capanema e a de automatizar a irrigação da horta, que surgiu a partir de outra atividade extracurricular já existente, Projeto Horta Rose, coordenado pelos professores Msc. Felipe Comitre e Msc. Magda Luiza Mascarello. Após a realização de algumas reuniões entre coordenadores e alunos, o projeto de irrigação automatizada da horta, entrou em sua fase inicial do desenvolvimento, que será inicialmente testado em um protótipo de canteiro e posteriormente na própria horta localizada no IFPR *Campus Pinhais*. Para este, foram utilizados os kits Arduinos que o *campus* possui e alguns outros sensores, tais como umidade do solo e de chuva, que foram adquiridos posteriormente. O objetivo final é desenvolver um protótipo completo que seja capaz de irrigar inteligentemente hortas de pequeno e médio porte com base na necessidade de cada hortaliça, levando em conta a temperatura ambiente, umidade do ar, umidade do solo e sensor de chuva. Este projeto visa também a criação de um aplicativo que retornará informações da horta em tempo real para os smartphones ou tablets dos responsáveis da mesma. Espera-se que este projeto possa ajudar pequenos e médios agricultores, proporcionando mais tempo de planejamento e melhora na qualidade dos produtos, a um custo acessível de implantação.

Palavras-chave: Irrigação Automatizada; Arduino; Horta; Sistemas Autônomos.

(GN14)

APRENDIZAGEM BASEADA EM PROBLEMAS: QUANDO A PRÁTICA VAI À SALA DE AULA

Renato Furlan Neto*; Elaine Arantes; Roberto Ari Guindani; Márcia Valéria Paixão
**renatofur.neto@hotmail.com*

O projeto de pesquisa Empreendedorismo: por um método de ensino levou a turma de terceiro ano do curso técnico em Administração do Instituto Federal do Paraná *Campus Pinhais*, na componente curricular de Inovação, a experienciar um dos métodos de ensino que auxiliam na criação de comunidades de prática: o Problem Based Learning (PBL) ou Aprendizagem baseada em problemas. Foram formados grupos de alunos que passaram a trabalhar em um problema colocado pelos professores: a inovação em produtos para o mercado PET (animais de estimação). O problema estava em encontrar um novo produto e desenhar seu planejamento desde a produção até o lançamento no mercado. O método possibilitou ao grupo uma participação ativa no processo de aprendizagem, pois foram necessárias pesquisas e leituras que empurraram a criatividade do grupo para a produção de biscoitos cujo processo demandou dos envolvidos muitos questionamentos e compartilhamento de informações. As tarefas foram divididas e responsabilidades foram atribuídas. A realização da produção na prática possibilitou não apenas o entendimento do processo produtivo, mas também a compreensão da comercialização, embalagem, preço e definição de perfil de consumidor e cliente. Foi realizado um primeiro teste com pets – consumidor – e também um estudo do perfil dos possíveis clientes. Nessa fase, a aceitação foi bastante positiva pelos dois públicos envolvidos: os pets que gostaram do biscoito – produzidos com cenoura e abóbora – e os donos, que observaram, além de seu animalzinho feliz, que as fezes tornaram-se mais consistentes. A próxima fase do método consiste em colocar o produto no mercado, mas já foi possível perceber que a Aprendizagem baseada em problemas trouxe para a sala de aula a interdisciplinaridade, visto que os alunos tiveram de buscar conceitos de outras componentes curriculares para complementar o conhecimento necessário para a solução do problema colocado. Foram necessários conceitos de Marketing, Química, Língua Portuguesa, Informática, Contabilidade, Logística, Finanças, Matemática, entre outros. O foco passou a ser os alunos, o que contribuiu para que esses aprendessem a estabelecer objetivos, trabalhar em equipe e gerenciar os conflitos. Os professores assumiram o papel de coach, de interventores, orientando o grupo e abrindo espaços para discussões e de vivência real da prática profissional do administrador, indo ao encontro da concepção de ensino prevista na Lei de Diretrizes e Bases da Educação, que busca reduzir a distância entre o aprendizado da teoria e a prática.

Palavras-chave: Aprendizagem; Problema; Prática; Inovação.

(GN51)

APRESENTAÇÃO DA MEI

João Pedro dos Santos Alano*; Elaine Arantes

**jpedroalano765@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta a que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de Fabricante de Especiarias. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1095-3/0. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, João Pedro dos Santos Alano. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é ter como foco proporcionar um sabor a mais em sua refeição, deixando-a com um toque picante e fornecendo a nossos clientes uma maior satisfação comendo, sempre nos preocupando com inovação e com sofisticação dos consumidores, promovendo uma total transparência em nossa fábrica. Sua visão é: se tornar uma referência nacional em fabricação de molhos, sempre visando à satisfação de nossos consumidores e não perdendo a qualidade e respeito no processo de fabricação. Seus valores são: qualidade nos produtos; total transparência; referência na fabricação de molhos. Os produtos oferecidos com seus respectivos preços são: Molho tailandês de pimenta agridoce 200g R\$8.99; Geléia de pimenta com laranja 320g R\$13.99; Molho de pimenta doce 300g R\$8.99; Molho de pimenta sabor mostarda 300g R\$9.99. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível no link jpedroalano765.wixsite.com/mei/jp, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas desses idiomas. As vendas são feitas online e na loja física. As promoções são: na compra do terceiro item na loja, você ganha um desconto de 50% em qualquer produto. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social combater poluição em rios e mares doando, anualmente, 5,63% dos ganhos mensais de janeiro até agosto, enviando-os para instituições que combatem a poluição. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, que obteve 246 curtidas, o que significa que a página teve uma boa divulgação. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 31 potenciais consumidores que responderam 4 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 33 pessoas. Os dados levantados indicam que, com a elaboração das perguntas, a maioria respondeu que a navegação do nosso site é simples e fácil, e que 80% definem o site como visualmente atraente e agradável. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes terem uma experiência na criação de uma MEI conforme seus gostos e escolhas, proporcionando assim a experiência de criar e administrar negócio próprio. As dificuldades encontradas foram determinar e apresentar um objetivo e relações da MEI.

Palavras-chave: MEI; Fabricante de especiarias; Pimentas; Poluição; Marítima.

(IC47)

BUSCANDO SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS A BAIXO CUSTO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL: CASO DA VENTILAÇÃO INTELIGENTE DO AVIÁRIO

André Luiz Dengo; Gabriela Roggia Nunes; Guilherme Eugênio Garcia Bressan; Murilo Henrique Hentz; Samuel Neitzke Pontes; Eduardo Liquio Takao; Edimaldo Fialho Nunes de Oliveira*

**edimaldo.oliveira@ifpr.edu.br*

No 1º semestre de 2017, foi realizado no IFPR *campus* Capanema o IFAgroTech - evento de inovação tecnológica, tendo como objetivo propor soluções de baixo custo para pequenos produtores da região. Algumas propriedades rurais foram visitadas, dentre elas um aviário, que apresentava problemas quanto a iluminação e ventilação, uma vez que, esses processos são manuais e demandam acompanhamento permanente. Os alunos do *Campus* Capanema constataram que os ventiladores são acionados manualmente todos ao mesmo tempo quando o funcionário perceber que a temperatura está acima do tolerável pelas aves. Nesse cenário, foi considerada a problemática: “é possível se criar um dispositivo com tecnologia Arduino, para que a ventilação do aviário fosse controlada de maneira inteligente, de modo a evitar gastos de energia e diminuir a possibilidade de mortes de aves pela elevação da temperatura ambiente?”. Foi observado que se os ventiladores fossem ligados paulatinamente evitaria a possibilidade de infarto nas aves. Também foi considerado que se os ventiladores fossem acionados de acordo com a temperatura ambiente evitaria que ficassem ligados por um período superior ao necessário, gerando economia ao proprietário do aviário. Com o objetivo de estimular uma pesquisa da aplicabilidade da Robótica e Sistemas Autônomos, com base no projeto de Robótica Educacional e Sistemas Autônomos para Resolução de Problemas: Uma Abordagem Intuitiva da Construção do Conhecimento – COPE Pinhais, evitando gastos de energia e morte desnecessária de aves; foram definidas as seguintes metodologias: buscar uma solução para ligar paulatinamente os ventiladores; testar programações com temporizador em Arduino; fazer maquetes para testar essa programação; realizar uma simulação com 08 ventiladores; implantar no aviário o sistema de ventilação inteligente. Para a realização do projeto não foram adquiridos materiais além de um KIT Arduino, que é de consumo do *campus*. Num primeiro momento o grupo conseguiu ligar, paulatinamente, um ventilador do *campus* utilizando uma programação apropriada. Essa programação aciona e desliga o motor repetidamente em milésimos de segundos, sendo que os tempos de parada vão diminuindo e os intervalos de tempos em que permanece ligado aumentam, gerando a sensação de aceleração do ventilador não “assustando” as aves. Os ventiladores precisariam ser acionados de forma sequencial, sendo necessário um acompanhamento da temperatura ambiente em diversos pontos do local. Logo, seria necessário uma programação que considere a temperatura, avaliando a necessidade de ligar os ventiladores. Caso positivo, serão ligados em grupos de 02 ventiladores por um período de 05 minutos, se a temperatura ainda estiver acima do tolerável, outro grupo de 02 ventiladores serão ligados, até que todos estejam ligados, se necessário. Quando a temperatura for normalizada, os ventiladores serão desligados em lógica inversa. Como simulação foi confeccionada uma maquete que utiliza leds para simular o processo de acionamento dos 08 ventiladores existentes no aviário, posteriormente foi adicionado um sensor de temperatura e relés para acionamento dos coolers. Posteriormente será realizado no *campus* um experimento com 08 ventiladores. Com o projeto foi percebido que se pode propor soluções de baixo custo utilizando Arduino.

Palavras-chave: Ventilação inteligente; Arduino; Aviário.

(IC59)

COMO A PRESENÇA DE MONITORES AJUDOU NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM DOS ALUNOS DO FIC - OPERADOR DE COMPUTADOR PARA A TERCEIRA IDADE

Nathalia Cristina Bechert*; Roberto Ari Guindani; Eduardo Liquio Takao

**nathabek10@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do segundo e terceiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR a monitoria como forma de atividade extracurricular, na qual ocorreria todas as quartas e quintas a tarde por um período de três horas. A intenção era de que os alunos ajudassem os idosos, os monitorando e auxiliando nas atividades propostas pelos professores. A mudança no processo de aprendizado dos alunos da terceira idade foi extremamente notável, visando que antes da inclusão dos monitores os mesmos tinham maiores dificuldades de desenvolver as atividades, e muitas vezes um professor não dava conta de auxiliar todos com a devida atenção necessária. Os monitores auxiliavam os idosos tirando dúvidas sobre como mexer no computador, como entrar em sites específicos, como criar contas em redes sociais, entre outros. Devemos levar em conta que alguns alunos da terceira idade possuem dificuldades em aprender novas tecnologias. A inclusão da monitoria como atividade extracurricular não só trouxe benefícios aos alunos da terceira idade, como também serviu como forma de terapia e estudo para os monitores. Desta forma, podemos concluir que a monitoria nesse tipo de atividade é essencial e muito benéfica para ambos os lados.

Palavras-chave: Formação Inicial Continuada; Tecnologia da Informação; Comunicação; Redes Sociais; Aprendizagem.

(GN56)

CRIAÇÃO DA MEI

Giovana Trentin Santos*; Elaine Arantes

**gigiksantos@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1091-1/02. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia-diretora, Giovana Trentin Santos. A empresa tem um funcionário e sua função é de assistente administrativo. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é fazer com que todos se sintam bem, queiram experimentar mais dos nossos produtos e que desejem voltar. Sua visão é se tornar referência na área em que atua. Seus valores são prezar sempre pela ética, pela boa relação entre clientes e funcionários e pelo bom humor dentro da empresa. Os produtos que oferece são: Expresso tradicional, Café com leite (pequeno e médio), Ice Coffee (pequeno, médio e grande), Cappuccino (médio e grande). Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://giksantostrentin.wixsite.com/meusite>, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas online. As promoções são: Ice Coffee gratuito na quinta visita do cliente e, para casais que visitarem a primeira vez, oferecemos uma torta de nozes. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social doar todo o lucro do segundo final de semana do mês para uma instituição que abriga idosos sem familiares. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Caf%C3%A9-Trento-1346965185356978/>, que obteve 14 curtidas o que significa que não foi alcançado a meta sugerida devido à falta de propaganda da página. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a experiência de criar um negócio do zero, trazendo-nos ensinamentos sobre a entrada no meio empresarial. As dificuldades encontradas foram: a tradução, a montagem do site e principalmente a meta das curtidas na rede social.

Palavras-chave: MEI; Café; Cappuccino.

(GN36)

CRIAÇÃO DE MICROEMPRESA INDIVIDUAL

Matheus Henrique Cassol Cruz*; Elaine Arantes

**matheuscassol.teste@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de comércio de discos e CD’s. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 4762-8/00. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Matheus Cassol. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “espalhar a música e a cultura retrô, sendo conhecida como a maior propagadora do mesmo na região”. Sua visão é “ressuscitar a cultura do disco, por acreditar que eles sejam a melhor forma de conhecer e espalhar a música”. Seus valores são “acreditar na música como a linguagem universal das emoções e cultivar Empty Wall como a ideia de um muro em branco, pintado pela criatividade e disciplina dessa arte”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: discos brasileiros com preços entre R\$39,90 e R\$79,90; discos internacionais ou em lançamento com preços variáveis de R\$89,90 a R\$259,90; discos especiais (importados ou raros) com preços médios de R\$999,90. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://matheushenriquecc2.wixsite.com/emptywall>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas na loja física, mas em loja virtual no site para produtos especiais. A promoção é “na compra de dois discos de qualquer valor, na loja física ou virtual, concorre-se a um par de ingressos para o show da banda Tame Impala em Curitiba”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social investir 70% do lucro oriundo da venda de discos brasileiros em projetos da escola de música New Wave Curitiba. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/Empty-Wall-Discos-118612412017801/>>, que obteve 04 curtidas, o que significa que não desempenhou sucesso em marketing online via Facebook. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 30 potenciais consumidores por meio de questionário com quatro questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 12 pessoas. Os dados levantados indicam que as pessoas estão satisfeitas com a navegação do site e muito atraídas pelo design do mesmo. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a experiência e a ideia básica de como se cria e faz crescer uma MEI. As dificuldades encontradas foram, em geral, causadas pela falta de criatividade, solucionada após o método de Benchmarking.

Palavras-chave: Administração; Empresa; Desenvolvimento.

(HU35)

EDUCAÇÃO PARA O TRÂNSITO

Diogo Silva*; João Schalsina; Odilon Davi; Andrius Felipe Roque

**diogosilvafut@gmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, junto ao componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. Tal pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. O objetivo geral do trabalho é: conscientizar as pessoas que o Trânsito tem Leis e que se não respeitá-las pode-se colocar a vida do próximo em risco. Os objetivos específicos são: a) explicar às pessoas o que é o Trânsito; b) Informar a elas que todos compõem o Trânsito, não somente o motorista; e c) conseguir que as pessoas pensem diferente sobre o Trânsito e que tenham consciência que a vida do próximo pode estar em suas mãos. Foram realizadas as seguintes atividades: levantamento de informações de pessoas que trabalham no DETRAN-PR, pesquisa bibliográfica, questionário para alunos do IFPR Pinhais sobre Educação para o Trânsito. Foram entrevistadas 26 pessoas, em quatro etapas. Os resultados apontaram que: 54% dos entrevistados são contra a mudança da idade mínima para a habilitação, a partir dos 16 anos de idade, e 46% responderam estar a favor; 18 pessoas responderam que vagas reservadas para idosos são necessárias e 16 pessoas responderam que vagas reservadas para idosos são desnecessárias; 17 pessoas responderam que radares e lombadas eletrônicas são educativos pela punição, 5 pessoas responderam que são educativos e 2 pessoas responderam que são punitivos; 71% dos entrevistados responderam que a punição das pessoas que forem flagradas dirigindo alcoolizadas deveria incluir prisão e multa, 17% responderam que a pessoa deveria ser presa, 8% falaram que deveria ser aplicado uma multa e 4% falaram que não deveria haver nenhuma punição. Ao fim, foi realizado um seminário para apresentação da pesquisa bibliográfica e dos resultados das entrevistas. Como conclusão, os estudantes propõem que o *Campus Pinhais* ofereça palestras sobre a Educação para o Trânsito, que hajam trabalhos para os alunos aprenderem mais sobre o conteúdo, além de ampliação das campanhas de conscientização no município de Pinhais. Compreende-se também que, para próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes busquem informações no DETRAN-PR.

Palavras-chave: Educação no Trânsito; DETRAN-PR; Acidente de Trânsito.

(HU34)

ESTATUTO DO IDOSO

Monique Nascimento*; Gabriel Puccinelli; Gutemberg Ribeiro

**mokrasniak@outlook.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, junto ao componente curricular 'Ética e Responsabilidade Social', que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. A pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi preparado um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho é informar e explicar direitos dos idosos. Os objetivos específicos são: 1. analisar o estatuto e encontrar falhas, crimes e direitos não respeitados; 2. informar sobre as possíveis mudanças da previdência social e no que ela afeta os idosos; 3. informar sobre a realidade em asilos; e 4. apontar possíveis mudanças na cidade e no instituto onde o seminário foi realizado. Dentro do trabalho, foram abordados os seguintes assuntos: estatuto do idoso, previdência social, asilos e mudanças necessárias. Os estudantes responsáveis pela atividade realizaram as seguintes atividades: análise do estatuto do idoso, pesquisa de campo, pesquisas on-line, visitas a asilos, entrevistas com idosos e observação das ruas. Uma pesquisa de campo foi realizada com 100 pessoas. O resultado desta pesquisa, cuja pergunta foi "você considera asilos uma boa opção para idosos?", foi de 54% sim e 46% não. Após a realização do seminário, os estudantes abriram espaço para que as pessoas ali presentes pudessem comentar e/ou debater sobre o tema. Constatou-se que o Brasil pode ser considerado um dos melhores países para os idosos. Apesar de muitos direitos estarem sendo excluídos, o país ainda continua adaptado para eles. Em outros países, verificou-se que muitos dos direitos dos idosos existentes no Brasil não têm valor, e que até mesmo a idade mínima para a aposentadoria pode ser superior. Com a realização desta pesquisa, os estudantes aprenderam que muitos dos direitos dos idosos são esquecidos porque não têm reconhecimento, que muitos dos idosos presentes nos asilos foram abandonados, e que muitas famílias nunca são contatadas sobre isso, como o estatuto alegou que seriam. Aprenderam também, que muitos lugares da cidade não têm acessibilidade para idosos, dificultando o acesso desse público. Os estudantes propõem que o *campus* Pinhais melhore as calçadas da região para que idosos que usam andadores e bengalas possam se locomover melhor. Para o município de Pinhais, os estudantes propõem a criação de punições para pessoas que usufruem de direitos de idosos, como assentos, filas e vagas. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes tenham mais contato com idosos para poderem contar histórias reais e para ficarem cientes das situações que os idosos estão passando.

Palavras-chave: Idoso; Asilos; Previdência social.

(HU29)

EXCLUSÃO DIGITAL

Clara de Oliveira Anhaia*; **Giovana Trentin Santos**; **Elaine Arantes**; **Eduardo Tieppo**
**claraoop@gmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, no componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. Esta pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi preparado um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho é: conscientizar as pessoas a respeito da exclusão digital, visando diminuir casos assim no Brasil e ao redor do mundo. Os objetivos específicos são: 1. explicar o que é a exclusão digital; 2. apresentar dados estatísticos sobre o tema em outros países; 3. sugerir meios de combater a exclusão digital. Dentro desse trabalho foram abordados os seguintes assuntos: o número de internautas ao redor do mundo, o número de internautas e celulares em uso por país, programas de inclusão social. Os estudantes responsáveis pela atividade realizaram as seguintes atividades: pesquisas em diferentes sites na internet, consulta com o professor orientador e pesquisa de campo dentro do IFPR *Campus Pinhais*. Duas pesquisas de campo foram realizadas com 20 pessoas. O resultado destas pesquisas foi: 27,8% dos alunos do *campus* não possuem telefones celulares, enquanto que 72,2% possuem; e 88,8% dos alunos conhecem alguma vítima da exclusão digital, enquanto que apenas 11,2% não conhecem. Após a realização do seminário, os estudantes abriram espaço para que os presentes pudessem comentar e/ou debater sobre o tema. Constatou-se que o Brasil apresenta um alto índice de exclusão, pois um país com o percentual de celulares em uso de quase 150% da população não deveria possuir pessoas sem acesso a tais aparelhos. Em outros países, verificou-se que muitos fatores podem ser causadores da exclusão digital, como o analfabetismo, a pobreza, o avanço rápido da tecnologia e um índice populacional muito grande; concluiu-se, também, que a exclusão digital não está presente apenas em países de terceiro mundo, mas também naqueles considerados os mais desenvolvidos. Com a realização desta pesquisa, os estudantes aprenderam que a exclusão digital está presente na vida de todos, mas a despeito disso, é algo grave e deve ser combatido. Os estudantes propõem que o *campus* Pinhais continue fornecendo o curso de informática para cidadãos idosos, como já vem fazendo. Para o Município de Pinhais, os estudantes propõem que aqueles que possuem acesso à tecnologia e conhecimento para usufruir desta, compartilhem esse conhecimento com aqueles que não possuem. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes não mantenham o foco apenas em países de terceiro mundo, e lembrem-se que a exclusão digital é mais do que não ter acesso à tecnologia, mas ter acesso e não saber como usufruir deste.

Palavras-chave: Exclusão Digital; Administração.

(HU76)

FACES LATINO-AMERICANAS: MINIBIOGRAFIAS DE PERSONAGENS HISTÓRICOS INTEGRANDO SABERES DE LÍNGUA ESPANHOLA E HISTÓRIA

**Adrian Cristiano de Oliveira Germano; Gabriella Perazza; Bárbara Elisa Marques; Igor
Vitorino da Silva; Thaís Wojciechowski***

**thais.wojciechowski@ifpr.edu.br*

Em busca de tornar significativa a aprendizagem de língua espanhola e de história, assim como de propiciar aos estudantes dos primeiros anos do Ensino Médio Técnico em Administração e em Informática um exemplo consistente de que língua, cultura e história sempre estão entrelaçadas, surgiu a proposta interdisciplinar “FACES Latino-americanas”. A ideia teve por objetivo unir conteúdos curriculares da disciplina de História – colonização e independência da América Latina – aos saberes trabalhados na disciplina de Língua Espanhola – compreensão de textos de média complexidade e produção textual no tempo presente – para juntos realizarem um passeio pela história da América Latina através de pequenas narrativas de alguns de seus personagens históricos. O caminho metodológico percorrido iniciou-se com a compilação, por parte dos docentes, de nomes de personagens históricos que serviriam de fio condutor à pesquisa dos estudantes. No momento de elencar os personagens houve o cuidado de ultrapassar o cânone masculino e heroico, comumente visto nas biografias dedicadas a escolares, para chegar a personagens históricos que marcaram a memória e a cultura da América Latina, nem sempre em uma dimensão reconhecidamente triunfante. Em seguida, os estudantes procederam ao trabalho de pesquisa, incentivados a pesquisar em textos autênticos em língua espanhola hospedados em domínios dos países de nacionalidade de cada personagem histórico. A apresentação das pesquisas foi um momento de reflexão que culminou na descoberta de contradições e ambiguidades que envolvem a construção de biografias e que proporcionou pensamento crítico sobre a maneira como narramos a América Latina e seus heróis e heroínas. Em próxima etapa, os estudantes realizaram minibiografias dos personagens latino-americanos pesquisados, redigidas em espanhol, utilizando o tempo verbal “presente” em sua modalidade “presente histórico”. Alguns dos resultados positivos alcançados com a atividade interdisciplinar foram: a boa receptividade dos estudantes à proposta; a construção do saber por meio de motivações do mundo real, a saber, a curiosidade e o desejo de conhecer a trajetória dos personagens históricos escolhidos; e a produção, por parte dos alunos, do próprio material de estudo histórico, embasado em pesquisas realizadas em diversas fontes. Já entre as dificuldades encontradas, está a grande demanda de orientação que essa atividade provocou nos estudantes, aliada à falta de tempo hábil para que um docente de história e dois docentes de língua espanhola conseguissem orientar satisfatoriamente um total de 87 alunos. Um dos desdobramentos dessa proposta foi a exposição “FACES latinoamericanas: breves narrativas de algunos de sus personajes históricos”, que teve lugar na III Semana Cultural do IFPR Campus Pinhais e exibiu as minibiografias artisticamente acondicionadas pelos alunos em um varal informativo. A exposição também contou com a participação de estudantes voluntários, que explicaram, em língua espanhola, a proposta pedagógica aos visitantes e ressaltaram aspectos escolhidos por eles como relevantes entre os biografados.

Palavras-chave: Interdisciplinaridade; História; Língua Espanhola; Personagens Latino-americanos.

(GN40)

FS MUSIC

Felipe Salles*; Elaine Arantes
**felipe.salles.pires@gmail.com*

Por meio da pesquisa-ação, estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A empresa foi criada no primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de fabricante de instrumentos musicais. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 3220-5/00. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Felipe Salles Costa Pires, e um funcionário que desenvolve a função de auxiliar de vendas. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “atender com qualidade os clientes”. Sua visão é “ser uma empresa com produtos de qualidade, garantia e competência”. Seus valores são “respeito e sustentabilidade”. Os produtos oferecidos com seus respectivos preços são: guitarras Gibson linhas Standard, R\$17.000,00; Studio, R\$7.000,00; Clássica, R\$6.000,00; Sg, R\$6.000,00; Fly V, R\$3.000,00; Slash R\$8.000,00; Slash, R\$11.000,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://felipesallespires.wixsite.com/meusite>> em português, inglês e espanhol, com preços convertidos dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas em nossa loja virtual. As promoções são “comprando o modelo Standard R\$17.000,00, ganhe um case”, “comprando uma Studio R\$7.000,00, ganhe um case”, “comprando uma Classic R\$6.000,00, ganhe um jogo de 20 palhetas Fender”, “comprando o modelo Sg R\$6.000,00, ganhe um jogo de cordas”, “comprando uma Fly V R\$3.000,00, ganhe um bag simples”, “comprando uma Gibson Sg R\$3.000,00, ganhe um jogo de 20 palhetas Fender”, “comprando uma Slash R\$8.000,00 ganhe um case” e “comprando uma Slash R\$11.000,00 ganhe um case”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social dar aulas para crianças de baixa renda. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/FS-Music-252877255171020/?ref=bookmarks>>, que obteve 10 curtidas, o que isso significa que não gerou lucro. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 8 potenciais consumidores por meio de questionário com quatro questões objetivas. Os dados levantados indicam que 100% dos pesquisados encontraram o site facilmente; 100% sentiram se atraídos pelas promoções propostas; 100% comprariam na FS Music; foram obtidas 8 dicas de melhoria do site e foram aplicadas. Foram criadas 40 empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a compreensão da metodologia de se montar uma empresa virtual. As dificuldades encontradas foram as traduções para inglês e espanhol.

Palavras-chave: MEI; Instrumentos Musicais; Ação Social.

(EN69)

GEA - GRUPO DE ESTUDOS EM ASTRONOMIA DO IFPR - CAMPUS PINHAIS

Víctor Trucolo Ribeiro*; **Achilles Macarini Neto**; **Gabriel Facchiochi Ubiale**; **Rômulo Dal Bem Nunes**; **Ademir Gomes Neto**; **Carla Daniele Canestraro**

**victortriba@hotmail.com*

O mundo passou e passa por uma constante evolução tecnológica, facilitando cada vez mais os estudos na área de Astronomia. Localizar planetas, estrelas, desenvolver estudos sobre a Terra, tudo está mais acessível do que há alguns anos. O estudo formal de Astronomia não está bem definido no ensino básico (fundamental e médio), aparecendo fragmentado em disciplinas isoladas, principalmente na Física e em alguns tópicos na Geografia. Assim, a Olimpíada Brasileira de Astronomia e Astronáutica (OBA) - 20ª edição neste ano - tornou-se um atrativo para alguns estudantes do Ensino Médio Técnico do IFPR-Campus Pinhais. Motivados pela olimpíada, criou-se um grupo de estudos em abril, chamado de GEA (Grupo de Estudos em Astronomia) para aprofundar os conhecimentos não só nesta área, mas também em outras das Ciências Naturais, funcionando como grupo de pesquisa e extensão. Dentre os objetivos do projeto pode-se destacar: desenvolver atividades para divulgação científica; estimular a prática de atividades que desenvolvam o espírito de liderança de grupos; realizar competições internas na temática da Astronáutica (como lançamento de foguetes); produzir estudos interdisciplinares. Para tanto são realizados encontros semanais, em horário extraclasse, e como método de estudo são utilizadas diversas ferramentas, como visitas a observatórios e planetários, discussão de documentários, pesquisas bibliográficas, leitura de livros e aplicativos para consulta. Até o momento, o grupo realizou estudos sobre o Sistema Solar, composição química da Terra, eclipses, estações do ano, fusos horários, supernovas, buracos negros. Adicionalmente, os participantes resolveram provas das outras edições da OBA, construíram relógios solares, desenvolveram jogos temáticos e apresentaram seminários individuais para o grupo. As metas definidas para o segundo semestre de 2017 incluem a construção de uma página da web, atividades desenvolvidas com escolas próximas ao *campus* e competição interna de lançamento de foguetes. Assim sendo, o projeto durante seu período de existência vem cumprindo seus objetivos, oportunizando estudos de temas além da grade curricular.

Palavras-chave: Astronomia; Física; Extensão; Interdisciplinar.

(HU49)

HORTAS E PLANEJAMENTO URBANO: UM NOVO CAMINHO PARA A SUSTENTABILIDADE

Felipe Correa Lopes dos Santos*; Felipe Comitre; Magda Mascarello

**felipecorrealopes@bol.com.br*

Nas últimas décadas se presencia o avanço de discussões e propostas sobre o Desenvolvimento Sustentável. Nas décadas de 1960 e 1970, o debate sobre a sustentabilidade esteve presente em Protocolos Ambientais, como a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano em Estocolmo, no ano de 1972. Atualmente, a temática da sustentabilidade transcendeu o segmento dos congressos e das conferências, tornando-se cada vez mais presente em pesquisas de planejamento urbano. O desenvolvimento urbano, aliado à sustentabilidade, é relevante para as cidades brasileiras; isto porque o modelo de urbanização no país privilegiou os interesses do capital em detrimento dos interesses sociais e ambientais, logo, ocasionou problemas ambientais, estruturais e sociais nas metrópoles e cidades médias. Por esses motivos, os debates acerca do planejamento urbano se voltam para a busca de alternativas para a ocupação e o desenvolvimento das cidades com o uso racional dos recursos naturais. Nesse contexto, o estímulo para a construção de hortas urbanas ganha destaque. A horta urbana é vista cada vez mais como uma alternativa para o espaço urbano, pois engloba os três pilares do Desenvolvimento Sustentável: sociedade, economia e meio ambiente. A utilização de vazios dentro da cidade para a produção de hortas tem um importante papel para o desenvolvimento sustentável, pois existem terrenos e imóveis abandonados que podem ser utilizados em prol da sociedade. Por exemplo, em São Paulo, um shopping center transformou seu terraço desativado em uma grande horta urbana, destinando sua produção para os funcionários do local. Há também experiências de terrenos abandonados que foram transformados em hortas urbanas coletivas, servindo como alternativa de renda complementar para famílias de baixa renda, já que podem comercializar a produção. As hortas urbanas favorecem a reflexão sobre o crescimento periférico e desordenado das cidades, podendo ser útil para questionar a presença de vazios urbanos e da especulação imobiliária. Reconhecendo a relevância das hortas para o contexto das cidades, o projeto de pesquisa “Planejamento urbano e Educação Ambiental: as hortas escolares e urbanas como fomentadoras do Desenvolvimento Sustentável”, desenvolvido no IFPR *Campus Pinhais*, tem o intuito de compreender a relação entre hortas urbanas e planejamento urbano. Para isso, são feitos estudos e análises de artigos científicos, pesquisas teóricas e empíricas, contatos com o poder público e trabalhos de campo. O projeto de pesquisa se encontra em andamento e tem como enfoque a compreensão das hortas urbanas oriundas de programas realizados pelas prefeituras de Pinhais e de Curitiba.

Palavras-chave: Horta urbana; Planejamento urbano; Sustentabilidade.

(IC10)

ILUMINAÇÃO INTELIGENTE: PROPOSTA DE APLICAÇÃO DA ROBÓTICA NA CRIAÇÃO DE AVES EM CAPANEMA/PR

Amanda Tereza da Silva de Lima; Gabriel Pietrobon Rodrigues; Gabriel Yan Russo; Giovana Ferreira Rodrigues; Gustavo Rossi da Rocha; Isabelle dos Santos Cassiano; Jean Carlo Moroski; Larissa Cristina Freitas Soares; Maria Eduarda Langame; Matheus Henrique Nascimento de Oliveira; Maycon Felipe dos Santos Moraes; Gustavo Kira; Eduardo Tieppo; Eduardo Liquio Takao*

**eduardo.takao@ifpr.edu.br*

Iluminar adequadamente as aves durante o processo de criação pode levar à melhoria da eficiência do ambiente de alojamento, evitando problemas de locomoção e impedindo a mortalidade devido a desordens metabólicas e de bem-estar. Durante o Evento IfAgroTech, realizado nos dias 25 e 26 de abril de 2017, em Capanema/PR, alunos dos *Campus* Pinhais e Capanema do Instituto Federal do Paraná – IFPR, tiveram a oportunidade de conhecer mais de perto a realidade da agroindústria local. É notória na região, a oportunidade de implantar novas tecnologias em muitos segmentos do mercado, particularmente na avicultura. Para contribuir nesse sentido, foram iniciadas pesquisas no âmbito do Projeto "Robótica Educacional e Sistemas Autônomos para a Resolução de Problemas", realizadas juntamente com os *Campus* Capanema, Astorga e Ivaiporã, no sentido de desenvolver um sistema autônomo, de baixo custo, para iluminação inteligente de um aviário localizado em Capanema-PR. Assim, esta proposta tem como objetivo principal o desenvolvimento e a implantação de um sistema de baixo custo, para automação do controle de luminosidade de um aviário em Capanema-PR. Entre outros objetivos temos: estimular alunos a construir o conhecimento científico de forma intuitiva, autônoma, interdisciplinar e inovadora; favorecer o estudo de tecnologias; construção de protótipos e a integração com a sociedade. Como método, adotou-se a pesquisa de sensores e atuadores específicos ligados ao sistema Arduino®, um micro controlador open-source de fácil utilização, que permite o desenvolvimento de vários sistemas de automação de baixo-custo. Até o momento, obteve-se a construção de um "protótipo" que liga/desliga, intermitentemente, duas lâmpadas em função da luminosidade ambiente. A partir desse sistema, espera-se a construção de uma maquete que automatize o controle de oito lâmpadas, as quais são necessárias no local, para assegurar a eficácia da produção e evitar que as aves morram de "susto", assim como acontece com o método manual (que liga todas as luzes ao mesmo tempo) empregado atualmente. Com este estudo, espera-se um aumento na produtividade e na qualidade das aves criadas no estabelecimento estudado, através da aplicação de conhecimentos de robótica na agroindústria, de forma a contribuir significativamente com a sociedade local.

Palavras-chave: Arduino; Sistema Autônomo; Iluminação inteligente; Aviário.

(HU2)

INFLUÊNCIA DA CULTURA AFRICANA NO BRASIL

Manoel Salvador; Maria Eduarda Andrade de Lima; Rafaela da Silva de Oliveira*; Igor
Vitorino da Silva; Elaine Arantes
**cttrafaeladasilva@gmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, no componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. A pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi preparado um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho é: apresentar, de forma geral, os principais elementos da cultura africana e de que forma influenciaram na formação da cultura Brasileira. Os objetivos específicos são: 1. entender, a partir de uma abordagem histórica, quais acontecimentos possibilitaram para que nós, brasileiros, tivéssemos contato com a cultura africana; 2. explicar sobre como tal cultura nos influenciou em nossa formação cultural; 3. dissertar sobre como se iniciou a formação do MNU (Movimento Negro Unificado) e qual a sua importância. Dentro do trabalho foram abordados os seguintes assuntos: história da escravidão no Brasil; influência de povos africanos em nossa formação cultural; consolidação do Movimento Negro Unificado. Os estudantes responsáveis pela atividade realizaram as seguintes atividades: pesquisas em livros e sites que tratavam sobre influência da cultura afrodescendente. Uma pesquisa de campo foi realizada com 25 pessoas. O resultado desta pesquisa indicou que apenas 24% dos respondentes conhecem estilos musicais trazidos da África além do samba; 80% indicaram que conhecem as religiões candomblé e umbanda; 80% dos entrevistados responderam que são a favor das cotas raciais em concursos públicos. Após a realização do seminário, os estudantes abriram espaço para que os presentes pudessem comentar e/ou debater sobre o tema. Constatou-se que no Brasil, várias áreas como: dança, música, religião e culinária trazem fortes características advindas dos povos africanos. Em outros países, verificou-se que os elementos culturais africanos também estão presentes de forma notável, pelos mesmos motivos que no Brasil, em decorrência da internacionalização da escravidão. Com a realização desta pesquisa, os estudantes aprenderam que grande parte do que chamamos hoje de cultura Brasileira foi influenciada em diversos pontos por povos Africanos que, em sua maior parte, vieram do tráfico de escravos. Seria basicamente impossível hoje em dia tratar sobre formação de cultura em nosso país sem nos lembrar da influência de povos afrodescendentes. Os estudantes propõem que o *campus* Pinhais e o município de Pinhais ofereçam palestras e organizem amostras com o intuito de informar a população sobre a importância deste tema, permitindo que todos possam obter um grau maior de compreensão sobre como fomos influenciados em diversas áreas por povos africanos (dança, religião, vestimentas, folclore etc.). Recomenda-se que, para próximas investigações sobre o assunto, os estudantes busquem aprofundar esta pesquisa cada vez mais, para que este importante tema possa ganhar cada vez mais a compreensão da população.

Palavras-chave: Afrodescendência; Ética; Cultura.

(HU50)

INFLUÊNCIA DA CULTURA HISPÂNICA SOBRE A FORMAÇÃO DO POVO BRASILEIRO

Eric Novais*; Julia Carvalho; Júli Mizidio; Elaine Arantes; Bárbara Marques
**ericanovais16@gmail.com*

Este trabalho diz respeito à pesquisa realizada sobre a influência da cultura hispânica sobre a formação do povo brasileiro. Este trabalho foi desenvolvido no contexto do componente curricular Ética e Responsabilidade Social oferecido durante o ano de 2017 aos alunos do primeiro ano do Curso Técnico em Administração pelo *Campus* Pinhais do IFPR. O objetivo geral do trabalho é: Apresentar aspectos da cultura hispânica que têm influenciado a formação do povo brasileiro promovendo a reflexão sobre a maneira como os imigrantes se adaptam ao Brasil. Dentro desse trabalho, foram abordados os seguintes assuntos: a imigração hispânica para o Brasil e a influência hispânica na cultura brasileira de costumes, danças, culinária, música, programas de televisão e novelas. Para a realização desse trabalho as estudantes responsáveis pela pesquisa sobre o tema realizaram as seguintes atividades: pesquisas na internet, leitura de livros sobre o assunto e visita ao Instituto Cervantes, o único centro oficial de línguas da Espanha. Uma pesquisa de campo foi realizada com 50 pessoas. O resultado desta pesquisa indicou que 66% dos entrevistados conheciam algum hispanofalante no Brasil e 34% responderam que não conheciam. Foi preparado um seminário sobre o tema que foi apresentado para os demais colegas do curso. Após o seminário, as estudantes abriram espaço para que as pessoas ali presentes pudessem comentar sobre o tema. Como resultados da pesquisa realizada, constatou-se que, no Brasil, a cultura hispânica chegou principalmente no século XX, por conta da forte imigração de hispânicos que deixaram traços de sua cultura no cotidiano de muitos brasileiros até hoje. Atualmente, porém, imigrantes de determinadas regiões sofrem com a discriminação quando chegam ao Brasil. Em relação a outros países, por exemplo, verificou-se que os Estados Unidos possuem uma rica cultura hispânica, pois a língua espanhola ganhou espaço progressivamente graças aos milhares de imigrantes hispânicos e seus descendentes, espalhados por todo aquele país. Com a realização desta pesquisa, as estudantes aprenderam que a imigração para o Brasil se deu devido às crises econômicas que estavam acontecendo em alguns países hispânicos levando as famílias a procurarem outros lugares pra morar. Nestes novos lugares onde se instalaram, deixaram marcas culturais que muitas vezes são incorporadas pela população local. Outro aprendizado foi em relação às dificuldades que o imigrantes enfrentam ao chegar ao país, pois muitas vezes não são acolhidos e sofrem discriminação por parte da população local. As estudantes propõem que o *campus* Pinhais desenvolva projetos de danças latino-americanas que possam ser apresentadas na Semana Cultural ou que seja organizado um dia para mostrar a influência da cultura hispânica, com palestras, músicas, filmes e danças. Para o Município de Pinhais, as estudantes propõem que seja realizada anualmente uma feira hispânica, para difundir essa cultura e acolher moradores hispânicos da região. Recomenda-se que, para próximas pesquisas sobre este tema, os estudantes estudem mais a fundo regiões que abrigam mais imigrantes hispânicos e falem sobre a diversidade cultural que essa influência hispânica gera no país.

Palavras-chave: Hispânicos; Cultura; Imigração; Povo brasileiro.

(HU87)

INTERCÂMBIO NA AMÉRICA LATINA: UMA EXPERIÊNCIA EDUCACIONAL NA ARGENTINA, NO CHILE E NA COSTA RICA

**Isadora Botassari; Thallís de Almeida Freitas; Poliana dos Santos Maia; Elaine Cristina
Arantes; Thais Wojciechowski***

**thais.wojciechowski@ifpr.edu.br*

O *Campus Pinhais*, como instituição trilingue, entende que a expansão das fronteiras nacionais e culturais promovida pela globalização sugere que o ensino médio e técnico englobe dimensões linguísticas e culturais no processo de ensino-aprendizagem. Com o objetivo de ampliar as experiências educacionais dos estudantes, buscou-se divulgar a seleção de bolsas de intercâmbio oferecidas pelo American Field Service – AFS, uma organização não governamental sem fins lucrativos que se compromete em oferecer oportunidades de aprendizagem intercultural. A seleção foi composta de análise acadêmica e socioeconômica, assim como da análise de uma carta de intenção. Em seguida, foram realizados exercícios de interação social e entrevistas personalizadas. Por fim, após a etapa de seleção nacional, três estudantes do IFPR *Campus Pinhais* foram contempladas com bolsas para a realização de intercâmbios na Argentina, no Chile e na Costa Rica. Durante o primeiro semestre de 2017 as estudantes vivenciaram a cultura e a experiência linguística desses países por meio de inserção em famílias hospedeiras voluntárias e em escolas de educação básica. As intercambistas puderam conhecer novas culturas, novos métodos de organização e instrução educacional, conviver em imersão na língua estrangeira e experimentar situações de choque cultural. Da experiência, as estudantes resgatam que seu nível de proficiência em língua espanhola aumentou significativamente, que foi possível adquirir grande maturidade em pouco tempo longe da família, dos amigos e de sua cultura. Ressaltam também que os laços criados nesse período junto a pessoas de outras culturas contribuíram para transformá-las em cidadãos capazes de lidar com as diferenças e de contribuir a uma sociedade mais tolerante, unida e diversa.

Palavras-chave: Intercâmbio; Língua Espanhola; Interculturalidade; América Latina.

(HU105)

INTOLERÂNCIA RELIGIOSA

Caroline Galdino; Gabriella Perazza; Matheus Cassol*; Elaine Cristina Arantes; Irineu Mário Colombo

**matheuscassol.teste@hotmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação, foi proposto no componente curricular de Ética e Responsabilidade Social que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. A pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi preparado um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho é: promover a discussão e a conscientização sobre a Intolerância Religiosa como um erro. Os objetivos específicos são: 1. dar conhecimento às pessoas do que é Intolerância Religiosa; 2. conscientizá-las de que se trata de algo sério; 3. indicar as melhores formas de combatermos esse problema. Dentro do trabalho foram abordados os seguintes assuntos: o direito individual, o Estado Laico, a pauta do Estado Islâmico, a conscientização das pessoas sobre o assunto e, por fim, o que é Religião. Os estudantes responsáveis pela atividade realizaram as seguintes atividades: iniciaram pesquisas dentro do *Campus* com objetivo de extrair informações sobre a noção das pessoas a respeito do assunto; estudaram e contaram com a ajuda de outros alunos e do professor de Filosofia, Irineu Colombo. Uma pesquisa de campo foi realizada com 100 pessoas. O resultado desta pesquisa foi que 61% das pessoas conhecem alguém que já sofreu por Intolerância Religiosa, e 39% não. Após a realização do seminário, os estudantes abriram espaço para que as pessoas ali presentes pudessem comentar e/ou debater sobre o tema. Constatou-se que no Brasil há muitos casos de Intolerância Religiosa, sendo as maiores vítimas, religiões afrodescendentes. Em outros países, verificou-se que a maior vítima é o Islã, com pauta explicada durante o seminário. Com a realização deste trabalho, os estudantes aprenderam que religião e pensamento próprio é um direito de todos, e devemos lutar para mantê-los. Os estudantes propõem que o *campus* Pinhais trabalhe mais o tema na disciplina de Filosofia. Para o município de Pinhais, os estudantes propõem que a prefeitura apoie também outras religiões além de cristãs em eventos, como no aniversário da cidade. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes tenham em mente que se trata de uma das maiores pautas da ética, não por discutir religião, mas por discutir até onde vai a liberdade individual de pensamento.

Palavras-chave: Intolerancia religiosa; Preconceito; Filosofia.

(GN39)

MEI

Leonardo Lopes Pereira*; Elaine Arantes

**leonardo.lopes.pereira@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de comerciante de artigos esportivos. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 4763-6/02. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Leonardo Lopes Pereira. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “a PereiraFight está comprometida em atender e fornecer com maior qualidade e facilidade a revenda de diversos produtos especializados em artes marciais”. Sua visão é “ser referência na revenda de artigos marciais de uma forma fácil e de excelente qualidade”. Seus valores são “qualidade, preços acessíveis, facilidade, ética, transparência e confiança”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: kimono Jiu Jitsu Gracie Barra, R\$359,90; faixas diferentes marcas, R\$20,00 a R\$40,00; luva boxe Everlast, R\$180,00; protetores bucais, R\$20,00; short MMA Venum, R\$99,99; tatame para exercícios, R\$45,00 a unidade; bandagem Everlast, R\$35,00; boné Brazilian Jiu Jitsu, R\$40,00; camiseta Jiu Jitsu, R\$50,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://leonardolopespereira.wixsite.com/pereirafight>> nos idiomas português, inglês e espanhol, com preços atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas somente por loja física. A promoção é “na compra de um short MMA mais uma luva de boxe, ganhe um protetor bucal”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social comprometer-se em preservar a natureza do planeta; cerca de 2,5% do lucro da empresa será doado anualmente a instituições de reflorestamento na Amazônia. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/PereiraFight/>>, que obteve 76 curtidas, o que significa que não se atingiu a meta de 200 curtidas pela falta de divulgação da página. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores por meio de questionário com três questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 19 pessoas. Os dados levantados indicam que 100% dos entrevistados não teve dificuldades no site, 100% recomendaria nossa empresa, 16,7% das pessoas tiveram dificuldades para encontrar os produtos e 83,3% encontraram facilmente. O trabalho da MEI proporcionou experiências que levaram os estudantes a terem outra visão, ao administrarem suas próprias empresas e lidarem com as dificuldades encontradas, e também a aprenderem um pouco mais sobre o que é uma empresa, a responsabilidade que um administrador deve ter e como realmente funciona o processo de administração. Não foram encontradas dificuldades em relação à criação do site, mas em obter 200 curtidas na página do Facebook, já que, mesmo compartilhando com amigos e parentes, não conseguiu-se realizar corretamente o processo de divulgação da página.

Palavras-chave: MEI; Artes Marciais; PereiraFight.

(GN65)

MEI

Hevelyn Naomi Matsusaki Nozu* ; Elaine Arantes

**nanis.nozu@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Criou-se uma empresa em 2017 para desenvolver a atividade de produção de fotografias, exceto fotografias aérea e submarina. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 7420-0/01. Foi desenhado o organograma da empresa com o diretor, Hevelyn Naomi Matsusaki Nozu. A missão da empresa é capturar momentos únicos tornando-os eternos, em fotografias de alta qualidade tratando os clientes para que as lembranças sejam mais especiais. Sua visão é ser uma empresa de fotografia referência na área e resultados de alta qualidade. Seus valores são: Respeito; Integridade; Comprometimento e Pessoas. Os produtos são ensaios fotográficos nas modalidades: gestante; infantil; adulto internos e externos com preços que variam de R\$ 1.500 a R\$ 3.500. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com disponível em <https://hevelynnaomifot.wixsite.com/hnaomifotografia> nos idiomas português, inglês e espanhol com preços atualizados para valores em dólares e euros. As vendas são feitas na loja física. As promoções são: na compra de um ensaio infantil ganha um desconto de 50% em um ensaio fotográfico interno/externo adulto; a cada dois ensaios no terceiro haverá 50% de desconto e se indicar para algum amigo nossa empresa ganhará 20% de desconto na venda. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social proporcionar momentos inesquecíveis para crianças carentes, todos os nossos serviços ensaios gestante, infantil e adulto 5% vai para o projeto de ensaios infantis gratuitos em orfanatos. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é https://www.facebook.com/hevnaomifot/?notif_t=page_invite_accepted¬if_id=1498077344115226 e que obteve 80 curtidas. A divulgação feita não teve um bom alcance. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 80 potenciais consumidores por meio de questionário com 8 questões objetivas respondidas por 25 pessoas. Os dados levantados indicam que o site agradou 100% dos clientes consultados, todos conseguiram identificar o selo do IFPR, todos acharam a estética do site excelente e não tiveram dificuldade de achar o produto, todos encontraram a missão, a visão, os valores e de 0 a 10 a nota do nosso site foi 10 com 100% de aprovação. Este trabalho proporcionou aos estudantes um aprendizado manual, sobre como é criar uma MEI e como ela funciona, aprendemos também o quanto é trabalhoso fazer um site e divulgar nossa empresa, mas apesar de todo trabalho foi um grande aprendizado. As dificuldades encontradas foram: divulgação e a criação do site, por não dominar a ferramenta de construção.

Palavras-chave: MEI; TGA ; Fotografia.

(GN20)

MEI (NKDS FOTOGRAFIA)

Nathali Kelli*; Elaine Arantes
**nathalikelli02@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de Fotógrafo(a). O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 7420-0/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Nathali Kelli dos Santos, e a empresa não terá nenhum funcionário. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é levar a melhor experiência e proporcionar felicidade e satisfação para os nossos clientes na área da fotografia e da filmagem. Sua visão é ser uma das maiores empresas reconhecidas nacionalmente, oferecer serviços de qualidade em todos os aspectos, oferecer fotos diferenciadas e filmagens com alta definição. Seus valores são: respeitar a vida das pessoas com transparência, paixão e comprometimento; ter bons resultados valorizando o trabalho e as relações em equipe. Os serviços que oferece com seus respectivos preços são: R\$1.200,00 para fotografar até 1000 fotos do evento, mais 500 fotos do book fotográfico. O álbum é cobrado à parte, com um valor de R\$350,00. Foi criado um website fictício para a empresa, utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em: <https://nathalikelli02.wixsite.com/meusite-1>, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas no nosso site. A promoção é: ao realizar um book conosco, você ganha um álbum com 15 fotos 15x21. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social fazer um dia de promoções, em que metade do lucro vai ser doado para o hospital do câncer Erasto Gaertner. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é: <https://www.facebook.com/Nathalikelli02/>, que obteve 202 curtidas, o que significa que o objetivo da empresa foi alcançado. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 15 potenciais consumidores por meio de questionário com 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 8 pessoas. Os dados levantados indicam que a maioria das pessoas (62,5%) gostou da oferta de trabalho; 12,5% disseram que não e 25% responderam que gostaram muito. A segunda questão era sobre a avaliação da qualidade do trabalho desenvolvido no site. A resposta foi: 67% das pessoas indicaram alta qualidade; aproximadamente 23% das pessoas responderam que definitivamente não era de alta qualidade. Além disso, 61% das pessoas disseram que os produtos têm um preço acessível; cerca de 14% disseram que provavelmente o preço dos produtos seja acessível e aproximadamente 23% das pessoas disseram que definitivamente não é acessível. 67% das pessoas responderam que é um serviço de confiança e 23% responderam que provavelmente não é de confiança. 29% das pessoas responderam que era alto o valor do serviço; 23% disseram que era provável o serviço fosse de alto valor; 23% disseram que provavelmente não era de alto valor e 15% disseram que definitivamente não era alto o valor. A última pergunta era se a pessoa tinha algo de que gostava mais ou menos nos nossos serviços e a maioria das pessoas disse que gostava de tudo. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma experiência diferente do que éramos acostumados a ver, mas foi ótimo, pois aprendermos a ter mais responsabilidade, e, a princípio, conduzir uma empresa. As dificuldades encontradas foram traduzir o site por inglês e para o espanhol.

Palavras-chave: NKDS Fotografia; NKDS.

(GN28)

MEI CHOCOLATERIA GABS

Gabrielle Ribas Simões*; Elaine Arantes

**gabrielleribassimoes@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de chocolateira. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1093-7/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Gabrielle Ribas Simões e não possui funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “produzir chocolates de boa qualidade de forma rápida e prática, sem deixar de agradar os clientes”. Sua visão é “ser a maior rede de chocolates do mundo, oferecendo aos clientes uma boa e duradoura relação”. Seus valores são “ética, respeito, honestidade, compromisso e prática da inovação”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: trufa de maracujá, R\$3,00; trufa tradicional, R\$3,00, trufa de chocolate branco, R\$3,00; trufa de Nutella, R\$4,00; trufa de morango, R\$3,00; trufa de Leite Ninho com Nutella, R\$4,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://gabrielleribassimo.wixsite.com/meusite>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas somente pelo site. A promoção é “na compra acima de 50 reais de todos os produtos, você ganhará um par de ingressos para o show do Maroon Five”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social a doação para uma instituição de caridade de 15% do valor na compra de todos os produtos. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/pg/Chocolateria-Gabs->>, que obteve 105 curtidas, o que significa que não foram alcançadas as 200 curtidas. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com potenciais consumidores por meio de questionário com quatro questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 13 pessoas. Os dados levantados indicam que, em relação à primeira pergunta - em comparação com os nossos concorrentes, a qualidade dos nossos produtos é melhor? - 7,7% responderam que não era melhor nem pior e 92,3% responderam que era muito melhor. À segunda pergunta - em comparação com nossos concorrentes, nossos preços são razoáveis? - 7,7% das pessoas responderam que eram muito menos razoáveis, 15,4% das pessoas responderam que eram um pouco mais razoáveis e 76,9% responderam que era muito mais razoáveis. Quando questionados se gostavam da empresa, 7,7% das pessoas responderam que desgostavam, 7,7% respondeu que nem gosta e nem desgosta e 84,6% respondeu que gosta bastante. Por fim, ao serem perguntados se recomendariam a empresa a outros, 7,7% falaram que era nada provável, 7,7% responderam que era bastante provável, 38,5% acreditavam ser extremamente provável e 46,2% das pessoas falaram que é muito provável. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes um grande aprendizado. As dificuldades encontradas foram montar e editar a empresa.

Palavras-chave: MEI; Chocolateria; Chocolates.

(GN68)

MEI - LT PET

Anne Beatriz de Lima Ribeiro*; Elaine Arantes

**anne.biaa@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de “Higiene e embelezamento de animais domésticos”. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 9609-2/08. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Anne Beatriz de Lima Ribeiro e um funcionário que desenvolve a função contratação de funcionários. A missão da empresa é atender com carinho e dedicação os clientes, para manter o controle de qualidade em atendimento, produtos, conforto e segurança. Sua visão é ser reconhecida por usar produtos cruelty-free, através de nossos serviços e valorização animal. Seus valores são: atendimento prático e de qualidade; segurança e conforto para cliente e pet; sustentabilidade; visa a parte social. Os serviços oferecidos com seus respectivos preços são: banho e tosa para cachorros de mini/ pequeno porte e pelagem curta R\$ 25,00, banho e tosa para cachorros de mini/ pequeno porte e pelagem longa R\$ 40,00, banho e tosa para cachorros de médio porte e pelagem curta R\$ 30,00, banho e tosa para cachorros de médio porte e pelagem longa R\$ 45,00, banho e tosa para cachorros de porte grande/ gigante e pelagem curta R\$ 35,00 e banho e tosa para cachorro de porte grande/gigante e pelagem longa R\$ 50,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. As vendas são feitas por ligação ou por mensagens no whatsapp. A promoção é a cada 10 banhos avulsos ganha um banho especial (banho, tosa higiênica, hidratação, ofurô, massagem relaxante). A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social. Procuramos cuidar não só dos bichinhos de nossos clientes como os de rua. Nos preocupamos com o bem-estar de todos eles. Sempre participando de feiras de arrecadações, ajudando as Ong's e fazendo de tudo para o melhor deles. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a maneira de como se cria uma microempresa, passando por dificuldades, tendo que ter criatividade para trazer inovação nos produtos e aos serviços. As dificuldades encontradas foram criar o nome da empresa, fazer o site. Palavras chave: MEI; Pet shop; Banho e tosa.

Palavras-chave: MEI; Pet shop; Banho e tosa.

(GN45)

MEI RECANTO DA BELEZA

Joice Adriele Terras da Silva*; Elaine Arantes

**joiceterras99@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI?. Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de Comerciante de artigos de vestuário e acessórios. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 4781-4/00. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Joice Adriele Terras da Silva, sem outros funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é oferecer atendimento de qualidade, garantir a satisfação dos clientes e de todos os envolvidos com grande respeito e responsabilidade. Sua visão é o reconhecimento internacional do nosso trabalho como empresa de confiança no ramo de beleza, pela sua qualidade e preços. Seus valores são satisfazer os clientes, tecnologia de ponta e auxílio aos clientes pela Internet. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Make b. Mascara efeito cílios postiços preta, R\$ 59,00; Intense demaquilante cremoso 150ML R\$ 33,00; Intense batom líquido mate R\$ 29,00; Intense lápis para sombrancelhas R\$19,00; Make b. Modern asia esmalte top coat color repair R\$17,00; e Make b. palette de maquiagem the favorites R\$17,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://wesley-adriel.wixsite.com/meusite> nos idiomas português, inglês e espanhol com preços atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas somente por lojas online. A promoção é: nas compras de produtos acima de \$100,00 concorra a uma Make b. Palette de maquiagem the favorites. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social termos uma grande parceria com o orfanato Casa da Criança Peniel. 15% de todo o nosso lucro é destinado a essa majestosa obra. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/Recanto-Da-Beleza-IF-1409028482473491/>, obtendo 205 curtidas, o que significa que o objetivo proposto foi cumprido. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores que responderam 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos pelas 20 pessoas. Os dados levantados indicam os percentuais obtidos nas respostas para cada uma das perguntas formuladas. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma realização de microempresa individual (MEI) extremamente benéfica, essencial para nossa vida profissional, além de novos conhecimentos. As dificuldades encontradas foram surgindo ao longo do desenvolvimento do trabalho. Utilizar ferramentas novas como o Wix (<https://pt.wix.com/>), Survio (<http://www.survio.com/br/>), entre outras, acarretou pequenos problemas, mas nada significativo.

Palavras-chave: MEI; Maquiagens; Beleza.

(GN32)

MEI: BARBEARIA BLACK DIAMOND

João Vitor Marcondes*; Elaine Arantes

**joaovitormarcondes2@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de barbeiro. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 9602-5/01. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, João Vitor Marcondes de Campos. A empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “oferecer serviços de estética com excelência e requinte ao público masculino, em um ambiente clássico de barbearia, unindo inovação e tradição”. Sua visão é “ser referência em estética masculina no Rio de Janeiro e ampliar a marca através de franquias pelo Brasil”. Seus valores são “responsabilidade, compromisso, postura, trabalho em equipe, respeito, transparência, união e amor pela profissão”. Os serviços que oferece com seus respectivos preços são: Corte Seco, R\$25; Rapar, R\$10; Aparar Barba, R\$15; Limpeza Pescoço, R\$10; Desing de Barba, R\$25; Luzes, R\$40; Descoloração, R\$40; Cor, R\$70; Manicure Clássica, R\$20; Pedicure, R\$35; Barbeamento Quente, R\$45; Barbeamento Manual, R\$25; Sobrancelhas, R\$8; Pescoço / Ombro, R\$25. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://joaovitormarcondes.wixsite.com/meusite>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas na barbearia. As promoções são “corte degrade mais barba, R\$35”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social enviar 20% dos ganhos da barbearia para uma instituição de combate ao câncer. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/barberclubblackdiamond/?ref=aymt_homepage_panel>. Este trabalho proporcionou aos estudantes a aprendizagem de como criar e administrar uma empresa. As dificuldades encontradas foram fazer o questionário e também conseguir curtidas na página do Facebook.

Palavras-chave: MEI; Barbearia; Higiene pessoal.

(GN24)

MEI: ARAUJO'S PET

Maria Eduarda Araujo*; Elaine Arantes

**dudaaraujo2020@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada no primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de comércio varejista de animais vivos e de artigos e alimentos para animais de estimação. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 4789-0/04. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Maria Eduarda Araujo e um funcionário que desenvolve a função de entregador. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “oferecer aos nossos clientes e seus Pet's, produtos e serviços de qualidade, e um atendimento diferenciado”. Sua visão é “ser reconhecido como um dos maiores Pet's online de Curitiba e região”. Seus valores são “lealdade, ética, transparência e honestidade acima de tudo; comprometimento, fidelidade e pontualidade com nossos clientes e fornecedores”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Whiskas Sachê Carne para Gatos Adultos, R\$2,39; Ração Whiskas Carne e Leite para Gatos Filhotes, R\$21,60; Dog Chow Carinho Tortinhas 75g, R\$4,99; Ração Purina Dog Chow Papita 1kg, R\$18,14; Wubba Boa Teaser para Gatos, R\$49,90; Lançador de petiscos para cães, R\$23,59; Bolinha Pet Inteligente, R\$19,99; Shampoo Sanol Dog neutro 500ml, R\$14,90; Shampoo neutro Ibaso Cães 250ml, R\$23,90; Banho a seco Pet Life 500ml, R\$24,25; Shampoo Pet Essence Hidratante 2 em 1 para Gatos 200ml, R\$26,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. As vendas são realizadas online pelo site. A promoção é “a cada R\$100,00 em compras, você concorre a um combo Araujo's Pet que contém 2 Whiskas Sachê para Gatos, 1kg de ração Whiskas Carne e Leite para Gatos Filhotes e um banho a seco Pet Life”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social ajudar na adoção de animais abandonados. Foi feita uma pesquisa com 60 potenciais consumidores. Os questionários foram respondidos por 28 pessoas. Os dados levantados indicam que 98,4% das pessoas não tiveram dificuldades para acessar o site, 75% consideram os produtos de ótima qualidade, 85,7% dizem que os preços estão bons em relação ao mercado, todos disseram que recomendariam a Araujo's Pet e 82,1% identificaram que era um site fictício. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma noção maior de como funciona a administração de uma empresa, já que tiveram que aprender a fazer um Benchmarking para avaliarem a concorrência, configurando-se como uma grande experiência para o futuro acadêmico. As dificuldades encontradas foram a construção do site e também sua tradução.

Palavras-chave: MEI; Adoção; Animais; Pet.

(GN64)

MEI: CHOCOLATERIA PARAÍSO

Karla Lopes*; Elaine Arantes

**karlaescoteira@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa “Chocolateria Paraíso” foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de Microempreendedor Individual. O MEI é o profissional que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para isso, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1093-7/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Karla Lopes Andrade e a empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é fabricar produto de altíssima qualidade, preservando o sabor do cacau com sofisticação. Sua visão é ser um grupo competitivo que atue de forma abrangente no segmento alimentício, através de um produto de qualidade. Seus valores são: pro atividade, qualidade, ética e respeito, preços acessíveis, felicidade. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são Cookie- R\$6.00, Pó de Cacau- R\$12.00, Trufa de Abacaxi-R\$3.00, Brigadeiro-R\$3.00, Donuts-R\$6.00, Barra de Chocolate-R\$6.00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://karlaescoteira.wixsite.com/chocolateria> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas pela internet. As promoções são: todas as quartas-feiras, na compra de 5 trufas 2 serão grátis. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social, de todos os produtos comprados 10% serão doados para um orfanato. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Chocolateria-Para%C3%ADso-1847516472182679/?ref=bookmarks> que obteve 42 curtidas o que significa que obteve divulgação da empresa. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores por meio de 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 14 pessoas. Os dados levantados indicam que a primeira pergunta 64,3% das pessoas responderam que tem o conhecimento geral do produto, 35,7% não tinham conhecimento do tal produto já na segunda pergunta 90% responderam alta qualidade 80% preço acessível e 100% bem construído. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Com esse trabalho aprendi a criar minha própria empresa com os recursos básicos, obtendo conhecimento de analisar preços, ver o que é melhor para os clientes. As dificuldades encontradas foram ter que traduzir para o inglês e espanhol, fazer pesquisa para as pessoas, montar a empresa.

Palavras-chave: MEI; Chocolateria; Doces.

(GN30)

MEI: CHOCOLATES RETRÔ

Maria Eduarda de Andrade de Lima*; Elaine Arantes

**maria.lima0616@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de Micro Empreendedor Individual, para a qual é necessário faturar até 60.000,00 por ano ou 5.000,00 por mês, não ser sócio em outra empresa e ter no máximo 1 contratado na empresa. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1093-7/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Maria Eduarda de Andrade de Lima. Não há funcionários na empresa. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “proporcionar aos nossos clientes produtos com excelentes preços e a melhor qualidade”. Sua visão é “demonstrar confiança e respeito por nossos clientes e ser uma empresa jovial e de responsabilidade”. Seus valores são “responsabilidade, qualidade, preços acessíveis, respeito por nossos clientes, jovialidade e comprometimento”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Cupcake, 5,00 cada - na compra de 100, cada um sai por 4,75; Naked Cake, 200,00; Trufas, 3,00 cada - na compra de 100, cada trufa sai por 2,50; Bombons recheios variados, 3,50 - na compra de 100, cada bombom sai por 2,50 cada; Bolo decorado de Kinder Bueno, 250,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://marialima0616.wixsite.com/chocolatesretrô>>, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas online. A promoção é “ao responder nossa pesquisa de satisfação, ganhe um cupom e troque por qualquer um de nossos produtos”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social doar 1,00 para uma instituição de crianças carentes e, além de doar o dinheiro, o cliente ainda ganha descontos para comprar mais produtos. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/Chocolates-retrô-705494502956596/>>, que obteve 87 curtidas, o que significa que não obteve o resultado esperado. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com potenciais consumidores por meio de questionário com três questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 41 pessoas. Os resultados da pesquisa foram positivos: das 41 pessoas entrevistadas, 85,4% gostaram do site e encontraram o que desejavam, 7,3% não gostaram do design e nem encontraram o que desejavam no site.

Palavras-chave: MEI; Loja de chocolates; A melhor qualidade para você.

(GN26)

MEI: CONFEITARIA ANHAIA

Clara de Oliveira Anhaia*; Elaine Arantes

**claraoap@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) fictícia. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada no primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 5620-1/04. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Clara de Oliveira Anhaia, e um funcionário que desenvolve a função de vender os produtos na loja física. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “atender às expectativas dos clientes sempre com produtos de primeira classe”. Sua visão é “conquistar fama e se tornar uma franquia mundialmente conhecida”. Seus valores são “produtos de alta qualidade, satisfação garantida e preços acessíveis”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: tortinhas de limão com suspiro por R\$3,00 a unidade; brownies de chocolate por R\$3,50 a fatia; cheesecake por R\$4,00 a fatia. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://claraoap.wixsite.com/confeitarianhaia>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas na loja física localizada na Rua Humberto de A. C. Branco, 1615, Jardim Amélia, em Pinhais. A promoção é focada no mês dos namorados – casais que visitam a loja ganham um cupcake de veludo vermelho. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social o “Dia do Doce”, que consiste em doar os doces do último dia de cada mês a um orfanato, além de oferecer atividades recreativas para as crianças do local. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/Confeitaria-Anhaia-1390717341007675/?ref=br_rs>, que obteve 37 curtidas, o que significa que a divulgação da empresa atingiu poucas pessoas e, portanto, o marketing precisa melhorar para atrair mais clientes. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores por meio de questionário com nove questões objetivas. Os questionários foram respondidos por sete pessoas. Os dados levantados indicam que o site é de fácil compreensão e possui um design agradável aos olhos de todos os que responderam à pesquisa. Este trabalho proporcionou aos estudantes um meio de compreender como funciona uma microempresa individual e um maior entendimento de estratégias de marketing. As dificuldades encontradas foram criar um website pela primeira vez e pensar em promoções e propostas de responsabilidade social que poderiam atrair clientes.

Palavras-chave: MEI; Confeitaria; Orfanato.

(GN52)

MEI: CONFEITARIA TCHORNEY

Isabela Tchorney*; Elaine Arantes

**isatchorney@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta a que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI?. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de confeitaria. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1091-1/02. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia-diretora, Isabela Tchorney, sem mais funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa tem como foco principal servir com eficácia aos clientes nossos produtos, garantindo qualidade, segurança, compromisso e satisfação na realização de tal evento, buscando cada vez mais o aperfeiçoamento de nosso atendimento e produção, através de investimentos em capacitação e novas tecnologias de fabricação. Sua visão é ser referência de produtos e serviços de qualidade. Seus valores são: comprometimento, transparência e ética, respeito ao meio ambiente, segurança, otimismo independente das situações, empreendedorismo, melhoria contínua. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: especialização em cupcakes, preços variados de R\$3,00 e R\$9,00, de acordo com os sabores e o processo de preparo. Foi criado um website fictício para a empresa, utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://isatchorney.wixsite.com/ctif>, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas somente por encomendas na loja física e na loja virtual. As promoções são : na compra acima de 30 cupcakes, ganhe cupons e concorra a prêmios da casa. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social a prioridade e preocupação com a saúde e o meio ambiente, em um clima afetivo. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <http://www.facebook.com/Jewels.IF>, que obteve 372 curtidas, significando que houve uma boa divulgação da empresa. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 35 potenciais consumidores que responderam 5 questões objetivas. Os dados levantados indicam que houve uma divulgação parcial do site. Foram criadas quarenta empresas, com diversas atividades, na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração. Este trabalho proporcionou aos estudantes um novo pensamento sobre a administração, considerando-a complexo, pois exige muito pensamento e responsabilidade. Foi um trabalho significativo, o qual será muito útil e contribuirá para a nossa formação como futuros administradores. Foi uma missão e tanto a realização do trabalho, por conta de nunca ter realizado algum semelhante. Uma das maiores dificuldades foi em alguns fatores que fazem parte da construção e estrutura do site, junto com a elaboração do fluxograma.

Palavras-chave: MEI; Cupcakes; Investimentos.

(GN21)

MEI: ESCOLA DE MÚSICA FERMATA

Camilla Rodrigues*; Elaine Arantes

**camillarodrigues2002@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de instrutora de música. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 8592-9. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Camilla Silva. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “ensinar os alunos, com muito amor, como a música deve ser executada, provocando alegrias e comoções nas pessoas.” Sua visão é “ser a melhor escola de música do país, tornando os melhores músicos de todas as idades”. Seus valores são “comprometimento, melhoria contínua, superação de resultados, qualidade na execução do ensino da música e ensino musical individualizado.” Os serviços e produtos que a empresa oferece com seus respectivos preços são: aula semanal de Piano, R\$250,00 mensais; aula semanal de Violino, R\$120,00 mensais; aulas semanais de Flauta Transversal, R\$150 mensais; todas as aulas com duração de 60 minutos; métodos para Piano: A. Schmoll, R\$30,00 cada; Czerny, R\$35,00 cada; Bach, R\$40,00 cada; métodos para Violino: A. Schmoll, R\$35,99 cada; Laoreux, R\$21,99 cada; métodos para Flauta: Galli, R\$29,99 cada; Almeida Dias, R\$33,90 cada. Foi criado um website fictício utilizando a ferramenta Wix.com. O site encontra-se disponível em <<https://camillasilvaifpr.wixsite.com/fermata-escola>> nos idiomas português, inglês e espanhol, com preços atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. A venda de métodos e o ensino de música são feitos somente pela loja física. As promoções são “faça os cursos de Flauta e Violino e ganhe 10% de desconto na soma das mensalidades” e “faça os cursos de Piano e Violino, ganhe cinco métodos.” A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social “aulas de música especial gratuita para crianças com Síndrome de Down vindas de família de baixa renda.” Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/Fermata-Escola-de-M%C3%BAsica-onde-o-aprendizado-n%C3%A3o-tem-fim-1811744009150501/?ref=aymt_homepage_panel>, que obteve 213 curtidas. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 53 potenciais consumidores com seis questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 33 pessoas. Os dados levantados indicam que 100% dos pesquisados encontraram o selo de Site Fictício do IFPR, 94,1% encontraram e aprovaram a missão da escola; 20,6% tiveram dificuldade em encontrar produtos e serviços e 2,9% não acharam promoção interessante. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a compreensão da importância de ter um site, para melhor divulgação de preços e serviços prestados, e de elaborar estratégias para solicitação das curtidas e divulgação da página do Facebook. As dificuldades encontradas foram traduzir o site para inglês e espanhol e obter 200 curtidas conforme solicitado.

Palavras-chave: MEI; Música; Síndrome de Down.

(GN43)

MEI: GOIDIOM

Gabriella Perazza*; Elaine Arantes

**perlela@icloud.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, foi criada uma microempresa individual (MEI) pelos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR na disciplina de Teoria Geral da Administração (TGA). A pergunta a que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de INSTRUTOR(A) DE IDIOMAS. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 8593-7/00. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Gabriella Perazza, e um funcionário que desenvolve a função de auxiliar e dar aulas em conjunto com a sócia-diretora. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é: proporcionar educação linguística de qualidade, valorizando a demanda de nossos clientes a partir do desenvolvimento de aulas dinâmicas de maneira moderna e confortável. Sua visão é: ser referência em educação linguística, presando pelo compromisso com a transformação social em busca de um mundo bilíngue. Seus valores são: integridade e comprometimento com as pessoas, valorizando o aprendizado e as relações com uma comunicação clara, refletindo os mais altos padrões de ética. O serviço que oferece é: ensinar idiomas às pessoas de maneira prática e confortável se encaixando nas limitações de tempo no dia a dia. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://perlela.wixsite.com/goidiom> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas pela internet, porém a empresa possui um escritório físico. A promoção é: se caso a matrícula for efetuada no mesmo dia, o cliente ganhará duas aulas de conversação gratuitas. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social: ensinar, brincar e dar atenção às crianças carentes de Pinhais. Os funcionários e alguns voluntários vão até creches, orfanatos e centros comunitários levando atividades para as crianças com objetivo de, além de ensinar idiomas, transmitir carinho e amor aos que mais precisam. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Go-Idiom-596272253902350/>, obtendo 216 curtidas o que significa que 216 possíveis clientes tem o conhecimento da empresa. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 25 potenciais consumidores que responderam a duas 2 questões objetivas e 1 dissertativa. Os dados levantados indicam quais os idiomas que os consumidores gostariam de aprender com a MEI. 48% gostariam de aprender japonês, 23% gostariam de aprender árabe e os 29% restantes responderam idiomas variados. A partir disso, entende-se que a MEI necessita aumentar seus serviços para abranger a demanda dos potenciais consumidores. Este trabalho proporcionou aos estudantes a experiência para criação de uma MEI e os demais itens necessários. As dificuldades encontradas foram: criar toda uma plataforma digital e buscar meios de marketing.

Palavras-chave: MEI; Idiomas; Crianças.

(GN57)

MEI: JUJUBA DOCES

Julia Carvalho*; Elaine Arantes

**juliavalho@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada no primeiro semestre 2017 para desenvolver a atividade de doceiro(a). O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 562_1/04. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Julia Carvalho Cunha, sendo que a empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é encantar nossos clientes de forma criativa, transmitindo a nossa paixão por doces de excelente qualidade. Sua visão é ser a melhor e mais criativa doceira da cidade. Seus valores são: ética, atendimento ao cliente, criatividade, qualidade e amor. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: morango de neve (R\$4,50), limãozinho(R\$3,50), beijinho da Jujuba (R\$3,00), churrosjuba (R\$4,00), chocotrufa (R\$3,50), jujuba cookies-(R\$4,00), pirulito dois amores-(R\$3,50), paçoca da Jujuba-(R\$3,50). Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://juliavalho.wixsite.com/jujuba/doce-historia> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas somente pelo site. A promoção é: na primeira compra entrega-se um cartão no qual você terá que juntar 10 carimbos e ao juntar você ganha 25% de desconto em sua compra. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social: no dia 20 de julho a empresa (Jujuba Doces) irá doar 50% de seus lucros para uma instituição que ajuda pessoas com Síndrome de Down. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/JujubaDocesIFPR/> que obteve 239 curtidas o que significa que a página é atrativa e as pessoas estão gostando do produto divulgado. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 65 potenciais consumidores por meio de questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 50 pessoas. Os dados levantados indicam que 100% das pessoas que responderam à pesquisa acharam os produtos com facilidade em no site, 67,35% acharam os preços acessíveis,8,16% não acharam os preços acessíveis,24,49% acharam os preços razoáveis e 100% gostaram dos produtos. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes a experiência de ter a responsabilidade que é ter um negócio próprio. As dificuldades encontradas foram traduzir o site e o resumo.

Palavras-chave: MEI; Doceira; Síndrome de Down.

(GN23)

MEI: KRASNIAK

Monique Nascimento*; Elaine Arantes

**mokrasniak@outlook.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) fictícia na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de fotografia. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 7420-0/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Monique Nascimento da Conceição. Não há funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “ampliar a visão da beleza do mundo, captar momentos para guardá-los como recordações, demonstrando de forma simples, clara e visionária o apreço pela vida”. Sua visão é “ser referência internacional no ramo fotográfico, reconhecida pela qualidade, beleza e eficiência dos serviços”. Seus valores são “serviços realizados com profissionalismo e dedicação; paixão pela forma como faz e pela forma como realiza os pedidos; fotografias de qualidade com preços acessíveis; integridade, ética e respeito”. Os serviços que oferece com seus respectivos preços são: recordação de pontos turísticos por R\$309,90 (digitais) e R\$359,90 (reveladas); fotos para venda online por R\$59,90; fotos para decoração por R\$29,90. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://mokrasniak.wixsite.com/mokrasniak-3>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas virtualmente e em loja física. A promoção é “na contratação de um dos serviços da loja, o cliente concorre a uma câmera fotográfica Olympus Trip 35”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social promover uma campanha anual em prol da preservação do meio ambiente no dia 22 de abril, quando todos os participantes passam o dia limpando a cidade escolhida e criando formas de preservar enquanto estiverem ausentes. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/Krasniak-203172899810202/>>, que obteve 223 curtidas, confirmando que o objetivo da empresa foi alcançado. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 30 potenciais consumidores por meio de questionário com três questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 28 pessoas. Os dados levantados indicam que, na primeira pergunta, 92,9% dos entrevistados disseram que encontraram o que procuravam, enquanto 7,1% das pessoas negaram, predominando a resposta positiva. Na segunda, 89,3% responderam que recomendam a empresa, e 10,7% disseram que não, resultando em boa divulgação. Na terceira, 92,9% das pessoas consideram a localização acessível, enquanto 7,1% não, sendo possível concluir que a empresa está em um lugar acessível para a maioria. Este trabalho proporcionou aos estudantes a possibilidade de saber como os primeiros passos para a criação de uma microempresa são trabalhosos, porém muito proveitosos. A dificuldade encontrada foi a falta de interesse das pessoas em relação às pesquisas fictícias.

Palavras-chave: MEI; Natureza; Administração.

(GN22)

MEI: MUNDO DOS CONFEITOS

Nicole Nunes Gimbarski*; Elaine Arantes

**nicolegimbarski@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1091-1/02. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Nicole Nunes Gimbarski. A empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “proporcionar felicidade e alegria para as pessoas, por meio de nossos produtos, e dedicar-se totalmente aos nossos clientes”. Sua visão é “ser referência como confeitaria no Paraná e reconhecida por seu atendimento e bom senso com seus clientes”. Seus valores são “fidelidade aos nossos clientes, comprometimento total à empresa e inovação de produtos”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Macarons de diversos sabores, R\$3,50; Petit Gateau, R\$3,25; Cupcake confeitado, R\$4,00; Popcake Bolo Pirulito, R\$2,00; Donuts de Chocolate, R\$4,00; Trufas, R\$ 3,00; Torta de Limão no copo, R\$ 5,00; Mousse de Maracujá, R\$ 4,50; Carolina de chocolate, R\$0,75; Carolina de creme, R\$0,75; Cone Trufado, R\$3,00; Cupcake Ref Velvet, R\$4,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://nicolegimbarski.wixsite.com/mundodosconfeitos>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas pela internet. As promoções são “Cupcakes em Triplo: com 50 reais em compra, você leva mais três Cupcakes de graça” e “Sorteio de Páscoa: com 60 reais em compras, você participa de um sorteio para ganhar um delicioso ovo recheado”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social doar 10% do seu lucro para instituições de crianças carentes. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/Mundo-dos-Confeitos-1123790937750526/>>, que obteve menos de 200 curtidas, o que significa que a página precisa ter mais divulgação. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com potenciais consumidores por meio de questionário com três questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 10 pessoas. Os dados levantados indicam que 90% das pessoas encontraram com facilidade os produtos no site e todos viram que a empresa é fictícia. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes que aprendessem a criar e a organizar uma empresa, colocando preço nos produtos, entre outras coisas. As dificuldades encontradas foram mexer no Wix.com e traduzir o site para inglês e espanhol.

Palavras-chave: MEI; Mundo dos confeitos; Empresa Fictícia.

(GN27)

MEI: PARAÍSO DOS DOCES

Erica Novais*; Elaine Arantes

**ericanovais16@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de doceira. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 562_1/04. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Erica Fulgencio Pereira Novais. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “levar a felicidade para as pessoas por meio dos sabores dos produtos, valorizando cada gosto e preferência dos clientes com toda atenção para os satisfazerem”. Sua visão é “ser comprometida com a qualidade dos produtos e organização, para ser a melhor opção dos clientes e ser um modelo para as demais empresas neste ramo”. Seus valores são “diversidade, alegria, qualidade, comprometimento, respeito, ética e responsabilidade social”. Os produtos e seus preços são: brigadeiro preto com diversos confeitos, R\$60,00 o cento; brigadeiro de morango com Nutella, R\$75,00 o cento, brigadeiro de Leite Ninho com Nutella, R\$ 75,00 o cento; brigadeiro de churros, R\$75,00 o cento; brigadeiro de Oreo, 75,00 o cento; trufa de morango, R\$130,00 o cento; trufa de uva, R\$130,00 o cento. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://ericanovais16.wixsite.com/paraisodosdoces>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas pelo site. A promoção é “na compra de um cento de qualquer uma das nossas novidades ganhe de brinde um brigadeiro de colher”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social fazer o “Dia da Alegria”: no mês correspondente, será doado 50% do valor dos produtos vendidos para o orfanato da região e, no dia, serão levados doces para as crianças do orfanato e serão feitas brincadeiras. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/Para%C3%ADso-dos-Doces-382663098787071/>>, que obteve 205 curtidas, o que significa que a divulgação da página rendeu as curtidas necessárias. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 41 potenciais consumidores por meio de um questionário com quatro questões objetivas. Os dados levantados indicam que 100 % recomendam a empresa, 90% acharam os produtos com facilidade e 10% tiveram dificuldade, 88% acharam os preços acessíveis e 12% não, 95% estão satisfeitos com os produtos oferecidos e apenas 5% não. Este trabalho proporcionou aos estudantes um aprendizado diferenciado, proporcionando a experiência de como conquistar objetivos e a dificuldade administrar os requisitos de uma empresa. As dificuldades encontradas foram a divulgação do site e da página do Facebook e a elaboração do fluxograma, pois deve-se pensar em cada passo que é dado dentro da empresa.

Palavras-chave: MEI; Dia da Alegria; Orfanato.

(GN25)

MEI: PLAZZI MODA

Alana Fernanda Ribeiro*; Elaine Arantes

**alanaribeiro@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de comerciante de artigos de vestuário e acessórios. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 4781-4/00. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Alana Fernanda Ribeiro. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “preocupar-se em proporcionar felicidade e paixão através da moda e estar sempre atenta às mudanças do mercado para inovar e ir ao encontro das preferências de seus consumidores, oferecendo a melhor qualidade, o melhor atendimento e o melhor produto, criando um amanhã melhor que ontem”. Sua visão é ser uma loja com potencial, destaque e ter desenvolvimentos com características únicas. Seus valores são “procurar sempre satisfazer os clientes com qualidade, ética e respeito”. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Calça rasgada e meia-calça, R\$120,00; Bota Brilhosa, R\$314,50; Bolsa e Carteira de Couro, R\$315,00; Brinco Prata, R\$59,99; Jaqueta Verde Exército, R\$135,00; Jaqueta Camuflada, R\$229,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <<https://alanaribeiro.wixsite.com/plazzimodas>> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas virtualmente. A promoção é “na compra de quatro peças, concorra uma maleta de maquiagem e mais 45% de desconto”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social a doação, a cada compra, de 10% para reflorestamento, hospitais de câncer e uma associação de crianças com síndrome de Down. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/plazzimodas/>>, que obteve 204 curtidas, o que significa que conseguiu alcançar a meta destinada. Por meio do website, foi feita uma pesquisa com potenciais consumidores por meio de questionário com cinco questões objetivas e uma discursiva. As perguntas foram respondidas por 22 pessoas. Os dados levantados indicam que (resumir o resultado da pesquisa indicando os percentuais obtidos nas respostas para cada uma das perguntas formuladas). Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma aprendizagem benéfica, a qual levarão para a vida profissional, e trouxe mais responsabilidade e conhecimento. As dificuldades encontradas foram traduzir o website para inglês e espanhol, entre outras.

Palavras-chave: MEI; Moda; Estilo.

(GN58)

MEI: PUCCINELLI FOTOGRAFIA

Gabriel da Silva Puccinelli*; Elaine Arantes

**gabrielembaixador22@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de produção de fotografias, exceto aérea e submarina. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRE é 7420-0/01. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Gabriel da Silva Puccinelli. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é tornar os rápidos momentos da vida em eternos, por meio da fotografia, para que as pessoas nunca se esqueçam da felicidade de viver. Sua visão é ser uma empresa nacionalmente conhecida pela qualidade no ramo fotográfico e pelo bom humor com seus clientes sempre pensando na felicidade das pessoas. Seus valores são: respeito às pessoas e ao meio ambiente; qualidade; dedicação; ética; bom humor. O serviço que oferece é: fotografia de casamento. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://gabrielembaixador2.wixsite.com/meusite> nos idiomas português, inglês e espanhol. As vendas são feitas pessoalmente em um escritório. As promoções são: indique um amigo e ganhe 5% de desconto. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social doar uma porcentagem de cada trabalho que fazemos para ONGs colaboradoras da natureza. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Puccinelli-Fotografia-437998093219315/?ref=bookmarks> que obteve 211 curtidas o que significa que a meta foi alcançada. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 31 potenciais consumidores por meio de questionário com 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 31 pessoas. Os dados levantados indicam que o design do site é ótimo, pois 100% das pessoas gostaram, o site é de fácil navegação, pois 100% das pessoas disseram sim para essa pergunta e ele é de fácil entendimento pois 100% das pessoas não tiveram dúvida ao navegar pelo site. Este trabalho proporcionou aos estudantes aprender como montar uma empresa e o site para essa empresa. A dificuldade encontrada foi na criação de uma promoção para a empresa.

Palavras-chave: MEI; Casamento; Fotografia.

(GN37)

MEI: SHOPMUSIC GUITARRAS

Camilla Schultz* ; Elaine Arantes

**camilla.schultz@hotmail.com*

Por meio pesquisa-ação, foi criada uma microempresa individual (MEI) na disciplina de Ética. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o semestre de 2017 para desenvolver a atividade de fabricante de instrumentos musicais. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 3220-5/00. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Camilla Ferreira Schultz, e um funcionário na função de auxiliar as vendas. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é “atender com excelência nossos clientes, oferecer produtos de qualidade, compromisso e competência, garantindo responsabilidade de nossa empresa”. Sua visão é “ser uma empresa diferenciada, que atua no segmento musical, com produtos únicos e qualidade no que faz”. Seus valores são “qualidade, inovação, sustentabilidade, respeito e competência”. Os produtos que oferece com seus preços são: Guitarra Strato Branca Vintage Sst 62 Vwh – Sx, R\$999,00; Guitarra Gibson Les Paul Special Heritage Cherry Com N/f, R\$3.999,00; Guitarra Tagima Pr200 Prs Captação Humbucker Zebra Wilkinson, R\$800,00; Guitarra Gibson les Paul Studio, R\$10.000,00; Cordas para guitarra Giannini, R\$35,00; Kit Com 10 Palhetas Fender Medium-Guitarra, R\$15,00. Utilizando a ferramenta Wix.com, foi criado um website fictício para a empresa disponível em <<https://camillaschultz.wixsite.com/shopmusic-guitarras>> nos idiomas português, inglês e espanhol e com preços atualizados para dólares e euros. As vendas são feitas na loja virtual. As promoções são: “na compra da Guitarra Tagima Memphis MLP100 Les P ganhe um jogo de cordas SG”, “compre uma Guitarra Gibson Les Paul Standard P e ganhe 5 palhetas Tagima” e “na compra de uma Guitarra Gibson SG Standard 120, ganhe uma capa”. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social fornecer instrumentos a instituições para pessoas carentes. Foi criada uma página no Facebook, cujo link é <<https://www.facebook.com/ShopMusic-Guitarras-1362311987137754/?ref=bookmarks>>, que obteve 116 curtidas. Por meio de questionário no website, respondido por 10 pessoas, verificou-se que 100% dos entrevistados acharam o site com facilidade e gostaram dos produtos do site, 80% encontraram o que procuravam e os 20% restantes indicaram que não foi achado o que procurava. Além disso, 55,5 % das pessoas entrevistadas gostaram do design do site, 11,1% gostaram das guitarras, 11,1% gostaram dos produtos e 22,2% gostaram de tudo. Este trabalho proporcionou aos estudantes experiência, responsabilidades e competência. As dificuldades encontradas foram o desenvolvimento do resumo e a tradução das descrições dos produtos para espanhol e inglês.

Palavras-chave: MEI; Instrumentos musicais; Responsabilidade social.

(GN41)

MEI: SMOKE CULTURE

Manoel Salvador*; Elaine Arantes

**manoelsotnas2001@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: "Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?". Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de comerciante de produtos de tabacaria. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 4729-6/01. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Manoel Salvador dos Santos Neto. A empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é "proporcionar aos nossos clientes os melhores produtos relacionados à tabacaria, com a qualidade sendo a nossa principal marca". Sua visão é "ser reconhecida em nível nacional no ramo da tabacaria, pela qualidade dos produtos que oferecemos". Seus valores são "comunicação direta e clara com os compradores evitando burocracia desnecessária; comprometimento total com a satisfação dos nossos clientes, tanto em relação à qualidade, quanto a outros fatores como prazo de entrega". Os produtos que oferece, com seus respectivos preços, são: Fumo Candido Giovanella, R\$ 15,00; Fumo Captain Black, R\$ 40,00; Fumo Bressan Virginia, R\$ 22,00; Caixa de charuto Romeo y Julieta, R\$950,00; Caixa de charuto Alonso Menedez, R\$ 440,00; Charuto Axé, R\$ 40,00; Cachimbo Argol Classic, R\$ 20,00; Cachimbo Bazzaneli 432, R\$ 80,00; Cachimbo Lorenzetti, R\$ 340,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta Wix.com. O site criado encontra-se disponível em <[HTTPS://manoelsotnas2001.wixsite.com/meusite](https://manoelsotnas2001.wixsite.com/meusite)> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas online. A promoção é "na compra de dois pacotes de fumos internacionais, a compra de um cachimbo nacional sai pela metade do preço". A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social oferecer palestras para conscientizar a população sobre como o vício em fumar pode ser prejudicial à saúde. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <[HTTPS://www.facebook.com/Smoke-Culture-1785731658424307/](https://www.facebook.com/Smoke-Culture-1785731658424307/)>, que obteve 0 curtidas, o que significa que obteve uma divulgação má/nula. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com potenciais consumidores por meio de questionário com quatro questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 30 pessoas. Os dados levantados indicam que o site é visualmente agradável, oferece ótimos produtos que são encontrados facilmente na página e todos os potenciais compradores fariam compras pela empresa. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma nova experiência na área da administração, essencial para potenciais futuros administradores. É de extrema importância um trabalho como este para que aprendam as dificuldades da criação de uma MEI e compreendam os processos que envolvem a administração de uma microempresa individual. As dificuldades encontradas foram: manutenção do site, uso do tempo livre para realização dos trabalhos e pouca experiência na utilização de meios tecnológicos.

Palavras-chave: MEI; Palestras; Cachimbo; Fumo; Charuto.

(GN16)

MEI: TOQUE MÁGICO

Rafaela da Silva de Oliveira* ; Elaine Arantes

**cttrafaeladasilva@gmail.com*

Através da metodologia de pesquisa-ação, os alunos do primeiro ano do Curso Técnico de Administração do *Campus Pinhais* / IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A questão que foi proposta para responder com este trabalho foi: "Quais são os primeiros passos para criar uma MEI?". Seguindo as diretrizes, as atividades resumidas abaixo foram desenvolvidas. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade da MEI (microempreendedor individual), que é a pessoa que trabalha por conta própria e que é legalizada como um pequeno empresário. O código MEI de acordo com o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 4781-4 /00. O quadro organizacional da empresa foi projetado com a sócia-gerente, Rafaela da Silva de Oliveira, e a empresa não possui empregados. Foram feitos fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é inovar continuamente o mercado de moda feminino, atendendo às expectativas dos nossos clientes. Sua visão é ser uma referência no mercado de moda brasileiro, para ser uma empresa reconhecida pela qualidade de seus serviços. Seus valores são confiança, compromisso com os clientes, respeito, dedicação, inovação e qualidade. Os produtos oferecidos com os respectivos preços são: Vestido Harry Potter: R\$ 89,90; Top Cropped Manga comprida Listrado: R\$ 39,90; Camisa Feminina de Panda e Unicórnio: R\$ 19,90; Calça Jeans Skinny Cintura Alta Feminina: R\$ 139,90; Regata feminina Avada Kedrava: R\$ 49,90. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado está disponível em <https://toquemagico17.wixsite.com/toquemagico>, em português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólar e em euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas a partir da loja online. A promoção é: Compre um, leve dois. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social o projeto Sinta-se bem consigo mesma, que tem como objetivo ajudar as instituições de Cancêr de Mama. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/Toque-M%C3%A1gico-177049212792619/>, que obteve 112 curtidas, o que significa que a loja foi divulgada, mas poderia ter sido divulgada melhor. Através de um questionário no site, foi realizada uma pesquisa com 21 consumidores potenciais através de um questionário com 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos pelas 21 pessoas. Os dados coletados indicaram que 90,5% encontraram o que estavam procurando e 9,5% não encontraram. Dentre os respondentes, 90% encontraram os produtos facilmente e 10% não encontraram. Sobre o serviço, 85,7% gostaram do serviço e 14,3% responderam negativamente. Este trabalho proporcionou aos alunos a primeira experiência como administradores, aprendendo a criar sua própria empresa. As dificuldades encontradas foram a configuração das traduções e das moedas.

Palavras-chave: MEI; Loja de Roupas Femininas; Sinta-se bem consigo mesma.

(GN103)

MICROEMPRESA INDIVIDUAL: JÚLIA MIZIDIO RELÓGIOS DE LUXO

Júlia Mizidio dos Santos* ; Elaine Arantes

**julia19ms@hotmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, a professora da disciplina de TGA do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* propôs a criação de uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada durante o ano de 2017 para desenvolver a atividade de relojoeiro. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 9529-1/03. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Júlia Mizidio. A empresa não tem funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é: comercializar relógios de alta qualidade, tecnologia, promovendo a satisfação dos nossos clientes a partir da excelência dos nossos produtos. Sua visão é: ser referência internacional no ramo de relojoaria. Seus valores são: respeito, integridade, paixão, liderança, ética, transparência, responsabilidade. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Relógio Invicta – Ouro 18K, R\$859,00 - Relógio Invicta Ouro 18K. R\$998,00 - Relógio Invicta– Ouro 18K, R\$1.150,00 - Relógio Invicta– Ouro 18K, Pulseira Branca, R\$ 3.170,00 - Relógio Vintage Invicta– Ouro Rosê 18K, R\$ 1.900,00 - Relógio Invicta – Ouro Rosê 18K, Pulseira Cinza e Preta, R\$ 1.700,00 - Relógio Invicta– Ouro 18K, Pulseira Preta R\$ 4.300,00 - Relógio Invicta – Ouro 18K, Pulseira Preta, R\$ 1.700,00 - Relógio Invicta– Prata, R\$ 1.200,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://julia19ms.wixsite.com/julia-mizidionos> idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas online. As promoções são: Relógio Invicta Pro Diver

0075 – Ouro 18K, Resistência à Água Até 2 Metros de Profundidade, de R\$1500,00 por R\$920,00 -- Relógio Subaqua 0932 Invicta – Ouro Rosê 18K, Pulseira Cinza e Preta, Resistência à Água Até 200 Metros, de R\$1700,00 por R\$1.530,00 -- Relógio Invicta Pro Diver 0070 com pulseira Prata, Resistência à Água Até 200 Metros de Profundidade, de R\$1.200,00 por R\$1.020,00. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social A cada relógio vendido, 10 % vai pra uma Ong de crianças com câncer em estágio terminal. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/J%C3%BAlia-Mizidio-Rel%C3%B3gios-de-Luxo-1437897926508941/> que obteve 216 curtidas o que significa que a empresa está tendo bastante visibilidade, Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores por meio de questionário com 3 questões objetivas. As 20 pessoas responderam os questionários. Os dados levantados indicam que 100 % das pessoas conseguiram achar facilmente o que procurava, 100 % das pessoas gostaram dos produtos, e 100 % das pessoas recomendariam a empresa para amigos e familiares. Este trabalho proporcionou aos estudantes conhecimento, aprendizado.

Palavras-chave: MEI; Relojoaria; Empreendedorismo.

(GN46)

MICROEMPRESA INDIVIDUAL (MEI) : MR. SWEET

Jennifer da Rosa*; Elaine Arantes

**10jenni01@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI) fictícia na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada no primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de Confeiteira. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 1091-1/02. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia-diretora, Jennifer da Rosa, e um funcionário que desenvolve a função de auxiliar de confeitiro. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é: produzir doces de alto padrão de qualidade, satisfazer os clientes com produtos que tragam o sabor de vários lugares do mundo em um local aconchegante e agradável. Sua visão é: fazer com que nosso sabor seja reconhecido em todo o Brasil, fornecer variedade de produtos e aperfeiçoar nosso atendimento. Seus valores são respeito aos clientes; qualidade; competência; amor ao nosso trabalho; responsabilidade; preços acessíveis. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Cannoli R\$ 1,25 cada; Cheesecake R\$ 3,50 fatia; Donut R\$ 2,60 cada; Hotteok R\$ 2,75 cada; Ice Cream Roll R\$ 4,15 pote; Macaron R\$ 1,50 cada; Mini Pavlova R\$ 3,75 cada; Pretzel R\$ 0,50 cada; Profiterole R\$ 0,90 cada. O site criado encontra-se disponível em <https://confeitariamrsweet.wixsite.com/mrsweet> em português, inglês e espanhol com preços atualizados para valores em dólares e euros. As vendas são feitas por telefone ou em nosso Food Truck. As promoções são: descontos de 25% nas compras acima de R\$ 15,00 e na compra de qualquer doce se ganha um Cartão Fidelidade. A cada compra feita, o cartão recebe um carimbo e quando é completado o cliente ganha um brigadeiro ou beijinho gourmet com recheio de sua preferência. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social cuidar do meio ambiente utilizando embalagens recicláveis e ajudar, com parte da renda arrecadada, uma ONG de animais abandonados de Curitiba. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook, cujo link é <https://www.facebook.com/Mr-Sweet-1903674716514484/>, obtendo 210 curtidas, o que significa que a meta estabelecida foi cumprida e foi feita uma boa divulgação da página que levou as pessoas a curtirem. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 30 potenciais consumidores que responderam a 5 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 21 pessoas. Os dados levantados indicam que, de acordo com os percentuais, as pessoas ficaram satisfeitas com o site: 100% das questões tiveram respostas positivas. Este trabalho proporcionou aos estudantes aprendizado do funcionamento de uma microempresa individual, do uso de determinadas ferramentas na internet e da administração de seu próprio negócio. Não houve dificuldades na realização do trabalho.

Palavras-chave: ONG; Confeitaria; Site Fictício; Microempresa Individual; Mr. Sweet.

(GN15)

MICRO-EMPRESA INDIVIDUAL AERODLV

Daiana de Oliveira da Silva Leite* ; Elaine Arantes

**daiih.oliveirasilva@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram no primeiro semestre de 2017 uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa desenvolve a atividade de agência de viagens. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 7911-2/00. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Daiana de Oliveira da Silva Leite, e um funcionário que desenvolve a função de Assistente Administrativo. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é atuar com excelência no atendimento, criar possibilidades econômicas para que todos realizem seus sonhos, promovendo qualidade e, assim, superar as expectativas dos clientes. Sua visão é ser uma referência no ramo de viagens pela grandeza dos serviços. Seus valores são ética, qualidade, servir o cliente acima de tudo, responsabilidade e respeito. Os serviços que oferece com seus respectivos preços são: viagem para Anakena Beach a partir de R\$485, viagem para Fernando de Noronha a partir de R\$980, pacote de viagem para Colômbia a partir de R\$899, pacote de viagem para Argentina a partir de R\$799, pacote de viagem para Equador a partir de R\$878 e opção de criação do próprio pacote a partir de R\$400. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://daiiholiveirasilva.wixsite.com/meusite-1>, nos idiomas português, inglês e espanhol com preços atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas somente na loja física. As promoções são: concorrer a 2 ingressos para o show do Ed Sheeran; e a uma viagem com tudo pago para Porto de Galinhas, em Recife – Pernambuco. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social financiar a viagem de pessoas de baixa renda que conseguiram tratamento médico no exterior. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Aerodlv-189898561503332/>, que obteve 419 curtidas, o que significa que teve o dobro da divulgação necessária. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 70 potenciais consumidores por meio de questionário com 5 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 59 pessoas. Os dados levantados indicam que 76% dos entrevistados perceberam que era um site fictício; 100% conseguiram navegar facilmente; 100% conseguiram achar o que procurava; 100% se sentiram satisfeitos com os serviços e preços. Em questão do web design, 34% deram nota 10; 46% deram nota 9; 15% deram nota 8 e 5% deram nota 7. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma experiência fundamental para a formação acadêmica e profissional. As dificuldades encontradas foram no processo de montagem dos fluxogramas.

Palavras-chave: MEI; Agência de viagens; Tratamento médico no exterior.

(GN19)

MICRO-EMPRESA INDIVIDUAL GIOVANNA'S CHOCOLAT

Giovanna Alves*; Elaine Arantes
**giovanna.a.lima@outlook.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada no primeiro semestre de 2017 para desenvolver a atividade de fabricação de chocolates. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor/SEBRAE é 1093-7/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a sócia diretora, Giovanna Alves Lima. Não há funcionários. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é: Garantir que o cliente tenha um bom atendimento e serviço de qualidade que supere suas expectativas. Sua visão é: Ser a referência no ramo dos chocolates, para trazer aos clientes a qualidade do nosso produto. Seus valores são: Qualidade, ética, responsabilidade, respeito e competência. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Trufas com recheio de caramelo e mel com fina camada de chocolate: R\$ 5,50/unidade; Bombons com morangos e camada grossa de chocolate: R\$ 6,00/unidade; Bombons recheados com pasta de amendoim e chocolate: R\$ 4,50/unidade. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://giovannaalima.wixsite.com/giovannaschocolat>, nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. As vendas são feitas somente pela internet. As promoções são: Leve 2 ovos de colher por R\$ 50,00 e ganhe 5 trufas. A MEI criada tem a seguinte proposta de responsabilidade social: A cada lucro, 2% serão doados para instituições de crianças com síndrome de down. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é: https://www.facebook.com/Giovannas-Chocolat-356070648178694/?ref=aymt_homepage_panel, que obteve 215 curtidas, o que significa que, apesar de termos atingido a meta, deverá haver mais propaganda para que tenha uma melhora maior. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 20 potenciais consumidores por meio de questionário com 4 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 20 pessoas. Os dados levantados indicam que, apesar dos resultados serem positivos, há muito mais que se possa melhorar. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração, com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes criar sua empresa para que saibam administrá-la no futuro da melhor forma possível, proporcionou que o estudante aprenda como ser um administrador. As dificuldades encontradas foram a criação e a elaboração de algumas partes, como o resumo e as traduções em inglês e espanhol.

Palavras-chave: MEI; Chocolat; Giovanna's.

(GN63)

MICROEMPRESA INDIVIDUAL: FLORICULTURA SPRINGFIELD

Caroline Thaina Galdino*; Elaine Arantes

**caroline.tgaldino@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR criaram uma microempresa individual (MEI) na disciplina de TGA. A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada em 2017 para desenvolver a atividade de comércio varejista de plantas e flores naturais cujo código conforme o Portal do Empreendedor é 4789-0/02. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Caroline Thainá Galdino e um funcionário que desenvolve a função de entregador. Foram feitos os fluxogramas de compra e venda. Sua missão: “proporcionar uma experiência delicada com o doce aroma das flores, colorir a vida e fazer florescer um mundo melhor, garantindo a satisfação de nossos clientes com o atendimento, a qualidade de nossos produtos e serviço de entrega eficaz”. Sua visão é: “ser uma empresa inovadora, que é referência no ramo de plantas e produtos naturais, visando à sustentabilidade em nosso negócio”. Seus valores são: “integridade, comprometimento com os serviços, tratando a todos com respeito e igualdade”. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://carolinetgaldino.wixsite.com/floriculturaspring> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nestes idiomas. As vendas são feitas online e em loja física. Os produtos são buquês, flores individuais e coroas de condolências. A promoção é: a cada R\$50,00 reais em compras, o cliente concorre a uma cesta de café da manhã. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social levar alegria aos idosos, todo primeiro domingo do mês a nossa empresa realiza atividades em asilos e casas de repouso da região de Pinhais. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/Floricultura-Springfield-1501178226601591/> que obteve 240 curtidas, isso significa que a Floricultura Springfield conseguiu ultrapassar a meta das 200 curtidas, realizando com êxito a estratégia de comunicação. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 40 potenciais consumidores por meio de questionário com 3 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 30 pessoas. Os dados levantados indicam que 66,7% dos clientes conseguiram encontrar os produtos com facilidade, 30% mais ou menos e 3,3% não conseguiram. 63,3% dos entrevistados gostaram do design do site e 36,7% consideraram indiferente. 60% perceberam desde o início que se tratava de um site fictício devido ao selo, mas disseram parecer um site real, 33,3% das pessoas perceberam e 6,7% não percebeu. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes uma base sobre alguns conceitos da Administração, foi uma experiência muito enriquecedora poder explorar esse universo tão novo para todos nós. As dificuldades encontradas foram principalmente conseguir as 200 curtidas na página e encontrar pessoas dispostas a responder ao questionário de satisfação.

Palavras-chave: MEI; Floricultura; Idosos.

(HU107)

MOBILIZAÇÕES POLÍTICAS: VILA AMÉLIA E A EMANCIPAÇÃO DE PINHAIS

Matheus Cassol*; Igor Vitorino da Silva

**matheuscassol.teste@hotmail.com*

Dentro das atividades do projeto Historiadores do Futuro, constatou-se a importância política e social do bairro Vila Amélia no processo de emancipação do distrito de Pinhais do município de Piraquara, em 1992. Essa apresentação relata sobre os interesses políticos, sociais e econômicos que articularam o processo de emancipação do distrito de Pinhais, enfocando o papel dos moradores do bairro Vila Amélia nessa mobilização política e social. Para o desenvolvimento dessa pesquisa foi feito levantamento bibliográfico e análise de fontes históricas primárias, tais como jornais, atas da associação comunitária da Vila Amélia e fotografias. Além disso, foram realizadas entrevistas, através da metodologia de história oral, com moradores do bairro Vila Amélia envolvidos com as campanhas para a emancipação do distrito de Pinhais. Na análise das fontes históricas, buscou-se identificar o contexto de sua produção e os lugares sociais-políticos de seus produtores, realçando os interesses políticos na constituição de uma memória triunfe sobre a criação do município de Pinhais, assim como grupos político-partidários envolvidos na luta pela emancipação. Adicionalmente, procurou-se identificar as redes políticas e os espaços sociais acionados pelos militantes da emancipação, em especial do bairro Vila Amélia, apontando-se as dimensões cotidianas do processo de mobilização política investigado. Provisoriamente, as evidências históricas apontam para a constituição, a partir do bairro Vila Amélia, de um projeto político-partidário alternativo às forças políticas tradicionais, que via no processo de emancipação do Distrito Pinhais, a possibilidade da conquista do novo poder local e da suposta melhoria de vida na localidade.

Palavras-chave: Pinhais; Vila Amélia; Emancipação; Município; História.

(GN7)

MUSIC HOUSE

Diogo Silva*; Elaine Arantes

**diogosilvafut@gmail.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, na disciplina de TGA os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus Pinhais/IFPR* criaram uma microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: “Quais os primeiros passos para se criar uma MEI?”. Seguindo as orientações, foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada em 2017 para desenvolver a atividade de Comercialização de Instrumentos Musicais e Acessórios. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 4756-3/00. Foi desenhado o organograma da empresa com o sócio diretor, Diogo Alves da Silva. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é: Alegrear o mundo com o som de qualidade e fazer o dia mais alegre por meio da Música. Sua visão é: Tornar-se referência mundial em lojas virtuais aonde os instrumentos musicais cheguem em todas as classes. Seus valores são: a satisfação do cliente é a nossa marca registrada. Os produtos que oferece com seus respectivos preços são: Guitarra Pacífica R\$ 1.254,00, Violão Memphis R\$ 585,00, Teclado AKAI-mpk88 R\$ 2.210, Pandeiro RMV R\$ 78,00, Paleta Fender Medium R\$ 19,90, Afinador digital de Violão, Baixo e Guitarra WINNER R\$ 91,00, Sanfona Scandalli R\$ 14.560,00, Bateria Yamaha R\$ 7.540,00, Bateria Eletrônica Yamaha R\$ 10.385,00 e Caixa de Som Donner R\$ 1.560,00. Foi criado um website fictício para a empresa utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://diogosilvafut.wixsite.com/musichouse> nos idiomas português, inglês e espanhol, com preços atualizados para valores em dólares e euros. As vendas são feitas por meio da Loja Virtual Online. As promoções são: Na compra de 2 pandeiros, a compra da terceira unidade ganha um desconto de 50%; e na compra de 3 guitarras, ganha como brinde um violão. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social: Oferecer Instrumentos Musicais como doação para Instituições de Caridade, e a cada R\$ 1.000,00 lucrados, R\$ 50,00 serão doados para um hospital de oncologia Infantil. Para a divulgação da MEI, foi criada uma página no Facebook cujo link é <https://www.facebook.com/musichouseifpr/>, que obteve 232 curtidas, o que significa que o site foi bem divulgado. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 42 potenciais consumidores por meio de questionário com 4 questões objetivas. Os dados levantados indicam que: 100% dos entrevistados encontraram facilmente o selo do site fictício; 73,8% dos entrevistados se interessaram pela promoção e 26,2% não se interessaram muito; 81% dos entrevistados disseram que comprariam pelo site, 11,9% talvez comprassem e 7,1% não comprariam pelo site. Foi aberta uma pergunta para sugestões do cliente. O resultado foi que 80,8% disseram que não têm nenhuma sugestão; 16,8% disseram que está perfeito, 2,4% disseram que deveriam ter mais redes no Brasil. Este trabalho proporcionou aos estudantes diversos aprendizados para criar um site, como sua edição, saber como funciona um site, qual o seu objetivo, qual a sua importância. As dificuldades encontradas foram: a criação e a divulgação do site.

Palavras-chave: MEI; Instrumentos Musicais; Empreendedorismo.

(GN60)

NEM TE CONTO - APLICATIVO DE REDE SOCIAL

Aiumy Machado Alberti*; **Maria Fernanda Brasil Magno;** **Eduardo Tieppo**

**aiumy2000@gmail.com*

O aplicativo “Nem te conto” atuará na área de entretenimento, mais especificamente, na área de redes sociais. Os usuários poderão se divertir por meio deste, mandando pequenas indiretas com o tema que quiser para pessoas de seu convívio ou não, em grupos específicos, como o grupo do colégio ou apenas grupo da sala de aula, da igreja ou de quaisquer outros lugares. Tudo será feito anonimamente, seu segredo deixará de ser apenas seu e suas dúvidas poderão ser esclarecidas, assim como poderá ver postagens de outros e opinar nelas, apesar de tudo ser compartilhado tudo vai estar bem seguro, já que o intuito é ser um aplicativo de rede social anônima. Vemos uma grande oportunidade na área de atuação como uma rede social deste segmento, já que existem poucos aplicativos que tem esse princípio, como o “Secret” que se tornou bem famoso, entretanto foi cancelado. O Nem te conto apresenta diversas ferramentas para serem usadas no aplicativo, além de participar de grupos, fazer postagens e comentar, também há a possibilidade de criar um grupo particular ou público, sendo que no mesmo serão necessárias senhas para participar, também terá a opção de denunciar grupos ou comentários que podem ser inapropriados e maldosos. Pretendemos criar este aplicativo até o fim de 2019, com a assistência de equipamento e recursos tecnológicos como computadores e dispositivos para testes.

Palavras-chave: Aplicativo; Redes sociais; Entretenimento.

(EN132)

O DIORAMA "A FAUNA DOS PINHEIRAIS" NA SEMANA NACIONAL DO MEIO AMBIENTE: UMA IMPORTANTE FERRAMENTA PARA A EDUCAÇÃO AMBIENTAL NO IFPR PINHAIS

Kauan Matheus Gonçalves Chaves*; **Andrius Felipe Roque;** **Gledson Vigiano Bianconi**

**kauansakura@gmail.com*

Sob a recomendação da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente (Estocolmo 1972), O Dia Mundial do Meio Ambiente é comemorado em 5 de junho. Por meio do Decreto Federal 86.028 de 27 de maio de 1987, o governo brasileiro incentiva que se promova, na ocasião, a Semana Nacional do Meio Ambiente. Assim, entre os dias 5 e 9 de junho de 2017, o IFPR *Campus Pinhais* comemorou a data com a exposição "A Fauna dos Pinheirais", por meio de um diorama, isto é, um cenário com painéis fotográficos e com animais taxidermizados (parceria com o Museu de História Natural Capão da Imbuia e Instituto Neotropical) produzidos pelo Projeto "Morada dos Saberes" e sob a coordenação do IFPR e do Instituto Neotropical. Organizada na biblioteca do *campus*, a exposição recebeu mais de 200 alunos do Ensino Fundamental I, de três escolas da Rede Pública Municipal de Pinhais: Escola Municipal José Brunetti Gugelmin, Escola Municipal Lirio Jacomel e Escola Municipal Chafic Smaka. Sob a orientação/monitoria dos autores, particularmente do aluno Kauan Matheus, buscou-se sensibilizar os visitantes a respeito da crítica situação de ameaça à fauna e flora da Floresta com Araucária, bem como fazê-los conhecer um pouco mais sobre a biologia e a ecologia dos animais que habitam as florestas da região. Destaca-se que a devastação da Floresta com Araucária remonta ao final do século XIX, iniciando-se com o ciclo da erva-mate, seguido pela exploração madeireira, pelo plantio do café e, mais recentemente, pela monocultura de grãos, pastos e silvicultura. Hoje, o ecossistema não ultrapassa 1% de sua área original (66.109 hectares) no Paraná, sendo representado por pequenos e isolados fragmentos florestais. Como consequência, os animais sofrem com a falta de alimentos, doenças, tráfico, atropelamento e são mortos por caçadores com maior facilidade. Tendo esse histórico como ponto de partida para a exposição, a presença de alguns espécimes taxidermizados, como o pica-pau, a onça-pintada, o tatu-galinha, o gato do mato e o veado, e seus sons emitidos pela reprodução em caixas de som facilitaram a absorção das informações por parte dos alunos. Os estudantes adoraram ver como a Floresta com Araucária é diversificada em espécies e demonstraram espanto quanto à forma como o ser humano vem tratando um ecossistema tão importante – ecologicamente e culturalmente. Fica evidente que o uso do diorama em ações de Educação Ambiental é uma excelente estratégia para instigar o interesse em crianças e pré-adolescentes. A variedade de cores, a presença de 'vida' e a sensação de que tudo o que está sendo visualizado pode em breve acabar, faz com que o observador se sinta responsável pelo cenário atual, sensibilizando-o quanto à importância da conservação da biodiversidade. Logo, ele poderá se tornar um multiplicador desse sentimento junto aos colegas, familiares e amigos, ampliando assim os resultados da ação em Educação Ambiental aqui proposta.

Palavras-chave: Floresta com Araucária; Sensibilização ambiental; Conservação da Natureza; Taxidermia; Conservação da Natureza.

(EN9)

O MÉTODO DE COMPOSTAGEM COMO ALIADO PARA O MELHORAMENTO DO SOLO E PARA REDUÇÃO DO LIXO ORGÂNICO

Lucas Felipe da Silva Santos*; Felipe Comitre; Magda Luiza Mascarello
**lucasfss007@gmail.com*

O método de compostagem de lixo orgânico em domicílios se encontra em ascensão no Brasil, sobretudo por permitir a redução da produção do lixo doméstico. Vale salientar que poucas cidades brasileiras possuem aterros sanitários adequados para ser destinado o lixo doméstico, sendo que a maior parcela do lixo é direcionada para lixões a céu aberto, isto é, sem as condições básicas para se evitar impactos ambientais. De acordo com os dados disponibilizados pelo Panorama de Resíduos Sólidos do Brasil, da Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (ABRELPE), 41,6% do lixo sólido do país foi para locais inadequados no ano de 2014. Com o intuito de promover avanços na Educação Ambiental com ênfase da questão do lixo sólido, o projeto de extensão “Horta Escolar como Processo de Educação Ambiental”, realizado no Instituto Federal do Paraná, *campus* Pinhais, decidiu criar em 2016 uma composteira. O modelo de compostagem escolhido pelo projeto foi o de empilhar caixas, principalmente por ser mais higiênico que o modelo que deixa os restos orgânicos expostos no solo. A composteira foi feita com três caixas de plástico que ficam empilhadas, na qual as duas primeiras possuem pequenos furos em seu fundo, para que as minhocas colocadas no interior das caixas possam se locomover entre elas. Já a terceira caixa, situada na camada inferior, recebe o líquido oriundo das camadas superiores. Quando a primeira caixa fica cheia é necessário inverter a sua posição com a caixa intermediária, assim, após aproximadamente quarenta e cinco dias o lixo orgânico da caixa que se encontrava completa se transforma em adubo, podendo ser incorporado no terreno da horta. Já o líquido advindo do lixo orgânico que se concentra da caixa inferior é retirado para, posteriormente, ser utilizado como adubo orgânico líquido, sendo diluído na água da irrigação da horta existente no *campus* Pinhais. Em solos frágeis o adubo é fundamental para permitir o desenvolvimento das espécies de hortaliças, como é o caso do solo do *campus* Pinhais, que apresenta textura argilosa. Na composteira do projeto de extensão do IFPR Pinhais são inseridos pedaços de legumes e frutas coletados no refeitório do *campus*, assim como restos orgânicos como palhas, gramas e serragens. Para incentivar a coleta de lixo orgânico para a compostagem, foram criados cartazes informativos distribuídos pelo refeitório, tendo a intenção de revelar os alimentos permitidos e os proibidos para a compostagem. Os materiais necessários para a produção de nossa composteira foram: três caixas plásticas de tamanho intermediário, terra, minhocas da espécie californiana e uma torneira. As considerações preliminares com a incorporação da composteira se caracterizam pela redução do lixo orgânico em nosso *Campus* e também pela conquista de um bom adubo para o cultivo na horta do projeto de extensão.

Palavras-chave: Compostagem; Educação Ambiental; Horta escolar.

(EN127)

O USO DE JOGOS EDUCATIVOS NO ENSINO DE QUÍMICA: ALCHEMIC

Edison Francisco Furusato Oda*; **Guilherme Moraes Lima**; **Achilles Macarini Neto**;
Víctor Trucolo Ribeiro; **Patricia Tuzimoto**

**edison.oda@hotmail.com*

O entretenimento evoluiu de diversas formas durante a história humana, e, com o desenvolvimento da tecnologia, cada vez mais se pode notar o avanço e a popularização de jogos eletrônicos, filmes, séries, entre outros. Esses passatempos estão, em sua maioria, presentes em aparelhos como smartphones, mas ainda se nota a presença de jogos clássicos – de tabuleiro e que envolvem baralho, por exemplo – no cotidiano. Uma das possíveis melhorias para o processo de ensino-aprendizagem na unidade curricular de Química é o uso das atividades experimentais em laboratório. Entretanto, a maioria das escolas não possui estrutura física e recursos financeiros para comprar todos os materiais necessários às mesmas. Desta forma, buscaram-se maneiras alternativas para aprimorar esse processo. Com o intuito de transformar esses meios de entretenimento em uma nova forma de educar jovens nas escolas, os estudantes pesquisaram, desenvolveram e produziram um jogo com base no conhecimento e no conteúdo estudado nas aulas de Química I, do 2º ano do curso de Técnico Integrado em Informática do Instituto Federal do Paraná – *Campus Pinhais*. Foi então criado o jogo “Alchemic”, para ser utilizado como material de apoio no que se refere aos conteúdos relacionados à tabela periódica, e que se classifica como competitivo de estratégia e batalha entre elementos da tabela. O conceito foi baseado nos battle card games, em que os jogadores possuem cartas em mão que podem posicionar no campo, cada uma delas possuindo atributos como vida e ataque, com o objetivo de derrotar o inimigo. Todos esses atributos foram classificados e escolhidos de acordo com as propriedades dos elementos. Alguns exemplos, como “Magic: The gathering”, o famoso “Yu-Gi-Oh” e, até mesmo, “Hearthstone”, um jogo eletrônico, foram muito bem sucedidos e adquiriram um grande público de jogadores. Assim como os outros de seu gênero, “Alchemic” não é um jogo tão simples, mas pode se tornar um forte aliado no ensino de química, com a distribuição dentro e fora das instituições de ensino. O potencial encontra-se justamente na prática de entretenimento, pois é a partir dela que os estudantes podem se familiarizar com a estrutura e os elementos da tabela, considerando os símbolos correspondentes para cada um, o período, o número atômico, o número de nêutrons, a família a que pertencem, etc. A busca pela vitória faz com que os alunos busquem meios de compreender as regras do jogo, fazendo com que aprendam brincando. O jogo foi apresentado para a turma e os alunos puderam jogá-lo e avaliá-lo. O resultado da avaliação foi bastante positivo, indicando que o jogo proposto pode ser utilizado em sala de aula como ferramenta de aprendizagem e, ainda, apresentando a vantagem de possuir baixo custo para confecção.

Palavras-chave: Jogos educativos; Ensino de química; Tabela periódica.

(HU114)

OS DESAFIOS DA PESQUISA EM HISTÓRIA ORAL

Kauan Matheus Gonçalves Chaves*; Igor Vitorino da Silva

**kauansakura@gmail.com*

Esta comunicação oral versa sobre a importância da experiência desenvolvida no Projeto Pesquisa e Extensão Historiadores do Futuro (PHF), 2015-2017, no IFPR – *Campus Pinhais*. A proposta de extensão apresentada era ousada, pois tinha como objetivos: contar a história do bairro Vila Amélia, onde foi construído o *Campus Pinhais*, aproximar os estudantes do projeto com a comunidade ao redor do *Campus* e incentivá-los a saborear um pouquinho do saber que reconta o passado, assim como conhecer e valorizar o trabalho do historiador. Nesse sentido, uma das metas a serem executadas era a de realizar entrevistas com pessoas idosas que moram na localidade. O método utilizado foi a pesquisa oral. Enquanto em pesquisas estatísticas, por exemplo, temos perguntas previamente feitas e engessadas, na metodologia de pesquisa oral temos a possibilidade de moldar as perguntas com base no indivíduo que está sendo entrevistado e a partir de um questionário pré-formulado, incentivar a pessoa que está sendo questionada a falar mais de sua vida. O grande desafio encontrado ao utilizar este método de pesquisa foi a falta de confiança que os entrevistados tinham nos entrevistadores e, como o alvo da pesquisa eram idosos, a dificuldade aumentava mais ainda devido à distância geracional temporal entre entrevistados e entrevistadores. Tal situação possibilitou que os estudantes envolvidos no PHF exercitassem a arte da paciência, educação e respeito, considerando as dimensões sociais e culturais dos entrevistados, não tratando-os como meros receptáculos de informação. Outro grande desafio enfrentado era a quantidade de informações desnecessárias entregues pelos informantes, frente aos objetivos e ao cronograma de pesquisa. Pessoas idosas, geralmente, requerem carinho e atenção e se recebem a oportunidade de falar, contam tudo, até mesmo o que não é necessário para a pesquisa; elas percebem a entrevista como um momento de reconhecimento e consideração social. Nesse contexto, os pesquisadores buscavam construir estratégias de diálogo durante as entrevistas que as levassem a voltar à sua pauta inicial, sem parecerem ser deselegantes ou desinteressantes. Esses desafios metodológicos que apareciam para os estudantes, instituíram um campo de reflexão sobre o processo da pesquisa em Ciências Humanas, em que há diálogo entre o objeto de estudo e o sujeito da pesquisa. O exercício desse diálogo fez com que quem escutasse superasse a prática formal da coleta de dados e chegasse ao reconhecimento ético e social da relevância histórica das histórias de vida e memórias compartilhadas, implicando, em especial para os jovens estudantes do Ensino Médio, uma outra maneira de conceber a experiência de vida do outro, em especial das pessoas idosas. Na realidade, durante a pesquisa e o exercício de transcrição das entrevistas orais, os estudantes do PHF aprenderam que, para além de construir informações históricas sobre a localidade investigada, a metodologia da história oral permite o encontro de vidas e temporalidades, instaurando possibilidades de contatos, encontros e ressignificações das narrativas de pesquisadores e entrevistados, constituindo-se assim num campo ético em que respeito e reconhecimento da história do outro transformam-se no fundamento da pesquisa e da de contínua autorreflexão dos sujeitos nela envolvidos.

Palavras-chave: História oral; Ensino de história; História local; Consciência ética.

(GN13)

PROBLEM BASED LEARNING (PBL): VANTAGENS E DESVANTAGENS

Mateus Zaniol Scremin*; **Marcia Valéria Paixão;** **Roberto Ari Guindani**

**mateuszaniolscremin@gmail.com*

No ano de 2016, o projeto de pesquisa Empreendedorismo: por um método de ensino iniciou seus estudos com o objetivo de estudar sobre um dos métodos que auxiliam na criação de comunidades de prática bem como as suas possibilidades de uso para o ensino do empreendedorismo: o problem based learning (PBL). Sob a premissa de que a aprendizagem pode ser construída a partir das práticas de trabalho e da cooperação, onde grupos de alunos trabalham juntos em uma tarefa comum, em um problema colocado pelo professor, iniciou-se em 2017 uma prática que abraça a participação dos estudantes no compartilhamento de interesses, de ideias para a solução de problemas surgidos nas comunidades de prática. Adotando como perspectiva teórica o sócio construtivismo, que aponta para uma Educação que deve proporcionar ao aluno uma participação ativa no seu processo de aprendizagem por meio do diálogo, do questionamento, do compartilhamento, aliando saber e fazer na e pela prática social, levando-os a refletir sobre uma prática pedagógica que abra espaços para a colaboração e para a criatividade, os professores passaram a assumir o papel de interventor em práticas, direcionando os esforços dos alunos a fim de que eles aprendam a assumir a responsabilidade pela sua própria aprendizagem, a estabelecer objetivos de grupo, dividir responsabilidades e gerenciar conflitos. Assim, o objetivo deste estudo foi o de identificar as vantagens e desvantagens na aplicação do PrBL em uma turma de terceiro ano do ensino técnico em Administração do Instituto Federal do Paraná *Campus Pinhais*. Trinta e dois alunos participaram de grupos de projetos que visavam a inovação e o empreendedorismo por meio de propostas de novos produtos para o mercado PET (animais de estimação). Por meio da metodologia de observação participativa, foi possível vivenciar a rotina da sala de aula e as intervenções realizadas pelos professores. Foram utilizados como técnica de coleta de dados os registros em diários de campo e planilhas. Os resultados corroboraram a teoria estudada apresentando como vantagens o aumento do senso de responsabilidade do estudante, um maior estímulo à leitura, o uso do raciocínio lógico e a discussão para a investigação e resolução do problema colocado pelos professores, a interdisciplinaridade, o trabalho em equipe, a contextualização do conhecimento e o acesso à prática profissional. Em relação às desvantagens, como o método PrBL exige comprometimento dos envolvidos, um desinteresse inicial foi observado, dificultando o desenvolvimento das tarefas. Este desinteresse pode ser identificado, por exemplo, nas pesquisas realizadas. Muitas das informações levantadas pelos alunos vinham de fontes duvidosas e possuíam baixa qualidade. A iniciativa foi um dos fatores de maior impacto para a implementação da metodologia do PrBL. Foi grande o número de grupos que ficavam à espera de instruções, provavelmente acomodados ao método tradicional de ensino. Apesar de serem resultados parciais, o método apresenta maiores vantagens do que desvantagens, pois ofereceu aos alunos uma visão global sobre o empreendedorismo e a inovação, abrindo espaços de discussão, de práticas e desenvolvimento de habilidades necessárias ao perfil do curso e do estudante.

Palavras-chave: Aprendizagem; Prática; Empreendedorismo; Problema.

(HU38)

SAÚDE E AUTOCUIDADO

Camilla Schultz*; Felipe Salles; João Vitor Marcondes; Luiz Antonio Scaramussa;
Elaine Arantes; Thais Wojciechowski

**camilla.schultz@hotmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação, no componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, foi proposto que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus Pinhais* (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. O trabalho integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Realizou-se uma pesquisa sobre Saúde e Autocuidado cujo objetivo geral foi: apresentar a discussão sobre Saúde e Autocuidado no Brasil e em outros países. Os objetivos específicos foram: 1. informar sobre uma boa alimentação; 2. mostrar a importância de exercícios físicos; 3. informar sobre o Sistema Único de Saúde (SUS); 4. alertar sobre as Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs). Para a realização desse trabalho, os estudantes realizaram pesquisas sobre: a alimentação contendo 'alimentação equilibrada' e 'alimentação completa'; riscos da obesidade e propensão a doenças, exercícios físicos e sedentarismo, SUS, modos de prevenções das DST's. Uma pesquisa de campo foi realizada com 10% dos alunos de cada turma do IFPR *Campus Pinhais*. O resultado foi elaborado a partir de três perguntas: (1) na sua opinião, o uso da camisinha é essencial? Alternativas: A) sim; B) não; C) apenas em relacionamos casuais. Resultado: 100% das pessoas entrevistadas responderam a alternativa A. (2) Você acha que nos países mais desenvolvidos o sistema de saúde pública funciona melhor que no Brasil? Alternativas: A) sim; B) não. Resultado: 82% das pessoas entrevistadas responderam a alternativa A e 18% responderam a alternativa B. (3) em sua opinião, o SUS cumpre com sua função? Alternativas: A) de forma satisfatória; B) de forma parcialmente satisfatória; C) de forma insatisfatória. Resultado: 69% das pessoas entrevistadas responderam a alternativa B e 31% responderam a alternativa C. Em outros países, verificou-se que a o porcentagem de pessoas obesas é extremamente alta em relação ao Brasil; também foi descoberto que não há sistemas públicos de saúde em todos os outros países. Os estudantes aprenderam a importância de ter uma alimentação boa, de praticar exercícios físicos e de cuidar principalmente da saúde. Os estudantes propõem que o *Campus Pinhais* discuta mais sobre o tema DST's; embora seja um tema complicado, faz-se necessária a discussão. Para Pinhais, os estudantes propõem que o município reconheça o trabalho do SUS, pois em outros países o sistema de saúde é privado. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre este tema, os estudantes possam se aprofundar mais no assunto Saúde e Autocuidado, trazendo palestras que falem sobre a saúde e a prevenção das DST's.

Palavras-chave: Saúde; Autocuidado; Prevenção de doenças.

(IC72)

SINAIS EM LIBRAS (LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS) ESPECÍFICOS DA ÁREA DE ADMINISTRAÇÃO

Alanis Cristina Borgis*; **Natália Passone Consolaro**; **Luci Iachinski**
**alanis-borges@hotmail.com*

A Libras, Língua Brasileira de Sinais, teve seu reconhecimento como língua apenas no ano de 2002, por meio do decreto lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002. Passados cerca de quinze anos de sua oficialização como língua, ainda existem muitas áreas que necessitam de sinais específicos. Além disso, deve se levar em consideração que a Libras como língua também sofre influência regional, assim como acontece com a língua portuguesa. Por isso, está sendo realizada uma pesquisa com a comunidade surda da cidade de Pinhais, com o objetivo de fazer um levantamento de dados em relação aos sinais utilizados pela comunidade surda local, e vocabulários que ainda não existem na área da Administração. Com o levantamento dos dados, será realizado um vídeo com o sinalário que será divulgado pelas mídias sociais afim de que o maior número possível de pessoas tenha acesso ao material. Em relação aos sinais que não existem dentro da comunidade pesquisada, será realizado contato com outros IFPR e outras instituições ou comunidades surdas para que se possam estabelecer parcerias e a formulação de novos sinais, caso seja observada a necessidade. O que motiva essa pesquisa é o fato de haver uma estudante surda no curso de Administração. Com a chegada da profissional intérprete de Libras no *campus*, pôde-se perceber que tanto a estudante quanto a intérprete utilizam sinais diferentes para o mesmo objeto ou conceito.

Palavras-chave: Administração; Língua brasileira de sinais.

(GN71)

SINOP.ANIME - UM SITE DE AJUDA A ENCONTRAR ANIMES

Achilles Macarini Neto*; **Guilherme Moraes Lima**; **Isadora Botassari De Souza**; **Milena Mendes Francisco**; **Víctor Trucolo Ribeiro**; **Eduardo Tieppo**

**achilesneto18@gmail.com*

Atualmente devido à fácil comunicação entre pessoas e culturas é comum termos acesso aos meios de entretenimento de diferentes lugares do mundo. Com essa situação e o desenvolvimento de jogos, uma coisa que está ficando famosa entre vários públicos são os animes. No universo dos animes, tal como em filmes e séries, há uma grande variedade de gêneros (aventura, ação, ficção científica, esportes, fantasia, romance, etc.), autores e de títulos. Portanto, comum seria a situação em que um interessado não se lembra do nome de um anime assistido já há algum tempo, ou então, apenas poucos detalhes são recordáveis. Com base neste problema, estamos desenvolvendo o projeto “Sinop”, um site de pesquisa no qual o usuário busca por alguma informação ou descreve alguma cena aleatória. Assim, o sistema rapidamente apresenta uma lista de animes, cuja descrição tem relação com a informação digitada. Sua função específica pode economizar horas e paciência de muitos usuários, porque não será necessário que ele saiba termos avançados sobre a obra que quer encontrar, ou de pesquisa em geral. Com um aplicativo capaz de assimilar descrições simplórias de obras, o processo de identificar animes interessantes para o espectador torna-se muito mais simples, podendo também o conduzir a novos conhecimentos. A menos que o interesse seja muito grande, uma informação como um nome de um anime desconhecido dificilmente permanecerá na memória de longo prazo do indivíduo. Outro meio de utilizar o aplicativo Sinop.Anime seria não somente como ferramenta para encontrar um anime específico, mas também para descobrir obras com teores semelhantes, uma vez que as assimilações feitas de acordo com a entrada de dados do usuário podem conduzi-lo a novas obras, intencionalmente ou por coincidências.

Palavras-chave: Anime; Site; Pesquisa; Problema; Usuário.

(GN54)

TEORIA GERAL DE ADMINISTRAÇÃO: MEI

Camila de Paula Ramos*; Elaine Arantes

**camila_camih_16@outlook.com*

Por meio da metodologia de pesquisa-ação, os professores propuseram aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do *Campus* Pinhais/IFPR a criação da microempresa individual (MEI). A pergunta que se propôs responder com este trabalho foi: quais os primeiros passos para se criar uma MEI? Foram desenvolvidas as atividades resumidas a seguir. A empresa foi criada em 2017 para desenvolver a atividade de Cabelereiros. O código MEI conforme o Portal do Empreendedor é 9602-5/01. Foi desenhado o organograma da empresa com a diretora, Camila de Paula. Foram feitos os fluxogramas dos processos de compra e venda. A missão da empresa é satisfazer os clientes, enaltecer a beleza da pessoa, atender com excelência os clientes e utilizar tudo isso em uma forma sustentável e politicamente correta. Sua visão é ser referência no ramo da beleza, tratando todos com devido respeito proporcionando uma experiência melhor. Seus valores são prezar pelo respeito com nossos clientes, colaboradores e fornecedores, trabalhar com ética e desenvolvendo assim um bom ambiente de trabalho saudável e voltado ao crescimento das relações humanas. Foi criado um website fictício para a empresa, utilizando a ferramenta wix.com. O site criado encontra-se disponível em <https://camilacamih16.wixsite.com/salaomaefilha> nos idiomas português, inglês e espanhol. Os preços foram atualizados para valores em dólares e euros nas páginas nesses idiomas. Os serviços são agendados e acontecem no estabelecimento indicado no site. As promoções são: pacote de escova, chapinha, manicure e pedicure por R\$ 70,00; faça penteado e maquiagem e pague 30% mais barato; nas terças-feiras faça o que quiser com 50% de desconto; faça progressiva e a mão e ganhe mais de 40% de desconto. A MEI criada tem como proposta de responsabilidade social aceitar doações de cabelos e, assim, podemos ajudar a resgatar a autoestima de pessoas com câncer, doando perucas e as colocando com todos os direitos para quem faz ou já fez quimioterapia. Para sua divulgação, foi criada uma página no Facebook cujo link é: <https://www.facebook.com/Salao-mae-e-Filha-205184559958207/>. Ela obteve 200 curtidas, o que significa que conseguiu cumprir com seu objetivo. Por meio de questionário no website, foi feita uma pesquisa com 25 consumidores que responderam 7 questões objetivas. Os questionários foram respondidos por 20 pessoas. Os dados levantados indicam que 100% não tiveram dificuldade para acessar o site; 83% consideraram ótimo os serviços e 17% acharam razoável; 100% achou bons os preços; 100% gostaram das promoções; 73% soube que o site era fictício logo que acessaram e 27% disseram que não; e, por último, 100% disse que recomendaria a empresa Salão Mãe e Filha. Foram criadas quarenta empresas na turma do primeiro ano do Curso Técnico em Administração com diversas atividades. Este trabalho proporcionou aos estudantes um aprendizado melhor na área de administração, como saber como montar uma MEI e quais são as dificuldades desse processo. As dificuldades encontradas foram fazer a pesquisa e conseguir as 200 curtidas da página de rede social.

Palavras-chave: MEI; Salão de beleza; Doe seu cabelo.

(HU31)

VÍCIOS

Anne Beatriz de Lima Ribeiro*; Jennifer da Rosa; Maria Eduarda Araujo; Elaine Arantes

**anne.biaa@hotmail.com*

Por meio da metodologia pesquisa-ação foi proposto, no componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, que os estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR Pinhais (Turmas 2017) pesquisassem sobre temas transversais. A pesquisa integra o cumprimento da missão do IFPR para a formação de cidadãos comprometidos com a sociedade em que se inserem, com foco na sustentabilidade, inclusão social, diversidade humana, características regionais e culturais. Foi proposto um seminário sobre o tema. O objetivo geral do trabalho foi discutir sobre os vícios que afetam o Brasil e o mundo, mostrar os problemas que eles trazem e seus tratamentos. Os objetivos específicos foram: 1. apresentar a definição de “vício”; 2. apontar os tipos de vícios que atingem a sociedade; 3. discutir sobre as diferentes formas de tratamento. Foram abordados os seguintes assuntos: definição de vício, tipos de vícios mais comuns, suas causas, consequências e tratamentos. Os estudantes responsáveis pela atividade realizaram as seguintes atividades: pesquisas sobre o que é o vício, descobrindo os tipos mais comuns e incomuns e as formas de tratamentos adotadas pelo mundo todo. Contou-se também com a pesquisa de campo, que mostrou que nem todos sabem ou acreditam que qualquer coisa pode se tornar um vício. Em reuniões em grupo, pesquisou-se o que era o vício, descobrindo os tipos variados e as formas de tratamento, de modo geral. Uma pesquisa de campo foi realizada com 32 pessoas. O resultado foi que 27 pessoas consideram-se dependentes de algo e nove pessoas disseram que não eram dependentes de nada. Após a realização de um seminário, os estudantes abriram espaço para que as pessoas ali presentes comentassem e/ou debatesses sobre o tema. Constatou-se que no Brasil há um grande percentual de pessoas que são viciadas em drogas e álcool e que o vício se trata também de problema psicológico. Muitas vezes os viciados entram nesse mundo para esquecer dos problemas ou porque simplesmente acham que não há mais nada a fazer que possa melhorar sua situação, e isso os leva, cada vez mais rápido, para o vício. Em outros países, verificou-se que a situação com o vício não é tão diferente, porém as formas de tratamento se mostram mais rudes. Com a realização desta pesquisa, os estudantes compreenderam melhor o tema, bem como aspectos de organização e trabalho em conjunto. Os estudantes propõem que o IFPR *Campus* Pinhais e o município de Pinhais promovam campanhas e palestras informando e conscientizando sobre as causas e consequências dos diversos vícios que afetam a sociedade. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre o tema, os estudantes procurem trabalhar em busca da perfeição e da melhora de eventuais erros cometidos.

Palavras-chave: Vício; Formas de tratamento; Psicológico.

(HU33)

VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER

Camilla Rodrigues*; **Isabela Tchorney;** **Karla Lopes;** **Elaine Arantes;** **Magda Mascarello**
**camillarodrigues2002@hotmail.com*

A pesquisa desenvolvida aborda a violência contra a mulher no contexto dos temas transversais que compõem o componente curricular de Ética e Responsabilidade Social, oferecido aos estudantes do primeiro ano do Curso Técnico em Administração do IFPR *Campus* Pinhais – Turmas 2017. O objetivo geral do trabalho é discutir os aspectos relativos à violência contra a mulher no Brasil. Os objetivos específicos são: 1. conscientizar os alunos da importância da denúncia; 2. informar as taxas de violência contra as mulheres no Brasil e no mundo; 3. apresentar a história de Maria da Penha que motivou a aprovação da Lei Maria da Penha; 4. mostrar as diversas formas de agressão contra a mulher. Para o desenvolvimento do estudo foram pesquisados(as): 1. as taxas de mulheres agredidas no Brasil e no mundo; 2. os relatos de agressão; 3. a história de vida da Maria da Penha; 4. a Lei Maria da Penha; 5. o relacionamento com o agressor; 6. os agressores; 7. os tipos de agressões; 8. a Casa da Mulher Brasileira; 9. o Serviço Disque 180 para denúncias. Uma pesquisa de campo foi realizada com 30 pessoas. O resultado indicou que 96,5% dos entrevistados conhecem a Lei Maria da Penha; 70% conhecem mulheres que tenham sofrido algum tipo de violência; 27% dos entrevistados acham que é melhor a mulher permanecer calada em caso de abuso. Constatou-se que no Brasil, segundo a pesquisa do jornal Data Folha, em março de 2017, 16 milhões de mulheres relataram que já sofreram algum tipo de violência, seja física ou verbal. Em outros países, verificou-se que segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), cerca de 35% das mulheres do mundo já sofreram algum tipo de violência por parceiros ou não-parceiros. Os resultados da pesquisa foram apresentados para os colegas do primeiro ano do Curso Técnico em Administração. Com a realização deste trabalho, os estudantes aprenderam que muitas mulheres sofrem nessa vida por conta da violência, que é importante denunciar mesmo não tendo relação alguma com a mulher agredida, e que existem tantos tipos de violência que muitas vezes a mulher não sabe que está sofrendo um tipo de agressão. Os estudantes propõem para o *campus* Pinhais: conversar com a família sobre esse grande problema que a população ainda passa, mostrar os recursos e as formas de denúncia, e sempre tomar muito cuidado ao exibir fotos íntimas, já que a publicação sem autorização da mesma é uma forma grave de violência contra a mulher. Para o município de Pinhais, os estudantes propõem que a cidade realize palestras para a conscientização da população do quão importante é a denúncia, caso haja casos de violência. Recomenda-se que, para as próximas pesquisas sobre este tema, os estudantes pesquisem novamente os índices de violência no Brasil e no mundo, e também seria interessante que os estudantes abordassem os tipos de objetos e armas utilizados contra as mulheres.

Palavras-chave: Violência; Mulher; Lei Maria da Penha.



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

ÍNDICE DE AUTORES

**Contempla os primeiros autores de cada publicação.*

ALANO, J. P. S.	11	NOZU, H. N. M.	29
ALBERTI, A. M.	58	ODA, E. F. .F	61
ALVES, G.	54	OLIVEIRA, R. S.	50
ANHAIA, C. O.	18, 38	PERAZZA, G.	41
ARAUJO, M. E.	35	PEREIRA, L. L.	28
BECHERT, A. C.	13	PINTO, M. O. C.	06
BORGIS, A. C.	65	PUCCINELLI, G. S.	47
BOTASSARI, I.	26	RAMOS, C. P.	67
CARVALHO, J.	42	RIBEIRO, A. B. L.	32, 68
CASSOL, M.	56	RIBEIRO, A. F.	46
CHAVES, K. M. G.	59, 62	RIBEIRO, V. T.	21
CRUZ, M. H. C.	15	RODRIGUES, C.	40, 69
DENGO, A. L.	12	ROSA, J.	52
FURLAN NETO, R.	10	SALLES, F.	20
GALDINO, C. T.	09, 27, 55	SALVADOR, M.	24, 49
GERMANO, A. C. O.	19	SANTOS JUNIOR, C. A.	05
GIMBARSKI, N. N.	44	SANTOS, F. C. L.	22
GONÇALVES, E. F. S.	08	SANTOS, G. T.	14
KELII, N.	30	SANTOS, J. M.	51
LEITE, D. O. S.	53	SANTOS, L. F. S.	60
LIMA, A. T. S.	23	SCHULTZ, C.	48, 64
LIMA, M. E. A.	37	SCREMIN, M. Z.	63
LOPES, K.	36	SILVA, D.	16, 57
MACARINI NETO, A.	66	SILVA, J. A. T.	33
MARCONDES, J. V.	34	SIMÃO, C.	07
NASCIMENTO, M.	17, 43	SIMÕES, G. R.	31
NOVAIS, E.	25, 45	TCHORNEY, I.	39



INSTITUTO FEDERAL
PARANÁ
Campus Pinhais

III MOSTRA DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA

LIVRO DE RESUMOS - VERSÃO DIGITAL



Abra seu aplicativo de *QRCode* através de seu *smartphone* e
acesse a versão digital deste **Livro de Resumos**