NÚMERO DO CONTRATO DE CONCESSÃO — **2019-1-PT01-KA201-060821** —

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

IO3

Jogo de negócios e marketing para crianças

Parceria:

Aproximar Cooperativa De solidariedade Social, CRL, Portugal

Agrupamento de Escolas de Alfornelos, Portugal

Asociația Associação Europeia para a Inovação Social – EaSI, Roménia

AFEJI, França

Formacion Para El Desarollo e Insercion, Sociedad Limitada - DEFOIN, Espanha

Instituto Universitário de Lisboa, Portugal

Kezenfogva Osszefogas a Fogyatekosokert Alapitvany - Hand in Hand Foundation, Hungria

Norwegian University of Science and Technology (NTNU), Trondheim, Noruega

Școala Gimnazială Nr. 28 Bucareste, Roménia

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Indíce

PASSO 0: Conhecer o Jardim 8
PASSO 1: Análise da minha empresa 13
PASSO 2: A Minha Empresa 18
PASSO 3: O Produto 25
PASSO 4: O Meu Cliente 30
PASSO 5: Protótipo: MVP 35
PASSO 6: Pesquisa de Marketing 39
PASSO 7: Plano Financeiro 45
PASSO 8: Marketing Digital: Publicidade e Encomenda 53
PASSO 9: Produção 59
PASSO 10: Vendas - Evento Final 66
Referências 71
Anexos 72

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Preâmbulo

O Propósito deste guia

Se está a ler este este guia, é provável que seja uma pessoa que cuida ou trabalha com crianças ou então alguém que apenas nutre esta preocupação com a educação dos mais novos. Além disso, é provável que valorize métodos pedagógicos alternativos, que se afastam dos mais tradicionais e incorporam uma visão multidisciplinar. Talvez seja ainda uma pessoa interessada em jogos e, de facto, estes evoluíram muito ao longo dos últimos anos. Hoje em dia, o jogo tornou-se muito popular, considerando-se o ato de jogar não apenas como uma atividade lúdica, mas que pode também ser usada para alcançar outro tipo de objetivos relacionados com a aprendizagem da criança.

Atualmente, a sociedade exige uma infinidade de *soft skills* que há alguns anos não não tinham qualquer relevo. Competências de comunicação ou liderança, gestão de tempo, trabalho em equipa, criatividade ou responsabilidade são alguns dos aspetos que são altamente valorizados; não apenas profissionalmente, mas em todas as áreas da vida das pessoas. Saber trabalhar em equipa, lado a lado com pessoas com múltiplas capacidades e competências, unir forças em busca de um objetivo comum torna-se fundamental. É neste contexto que se insere o projeto *Yard4All - Using School's yard for ALL child's wellbeing and development*[1] - de sociedades plurais onde coabitam indivíduos de diferentes origens geográficas e culturais, mas também com diferentes capacidades físicas e/ou cognitivas.

O Guia do jogo

O Guia do Jogo de Negócios e Marketing para Crianças compila cada um dos passos necessários para jogar um verdadeiro jogo sobre a criação de um negócio no âmbito de um jardim escolar urbano. *A priori,* a criação de uma empresa pode parecer uma tarefa intrinsecamente ligada à esfera económica. No entanto, a experiência de criar uma empresa contribui para o desenvolvimento de uma multiplicidade de competências como a criatividade, comunicação, capacidade de sintetizar, responsabilidade e muitas outras que serão trabalhadas nas diferentes etapas deste jogo.

[1] Usar o jardim da escola para o desenvolvimento e bem-estar de todas as crianças.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Este guia destina-se a professores, educadores, monitores e profissionais da área educacional; e tem como objetivo apresentar todas as etapas necessárias para a realização do jogo, ajudando a trabalhar as competências que são treinadas em cada um dos módulos de forma específica.

A quem se destina o material desenvolvido?

O IO3 - Jogo de Negócios e Marketing para crianças consiste numa excelente ferramenta para todos os professores que querem fazer a diferença na vida dos alunos: alunos com Necessidades Educativas Especiais (NEE) e sem NEE. O jogo pretende contribuir para que os professores recorram a processos inovadores de aprendizagem na escola e a desenvolver as suas próprias capacidades de liderança.

No final, professores, educadores e outros profissionais que trabalham na área da infância poderão colocar em prática, em qualquer jardim, os jogos e as brincadeiras necessários no âmbito do marketing.

Objetivo do Guia

Este guia é composto por um total de 10 passos que constituem efetivamente o jogo. Cada passo é definido para desenvolver diferentes competências entre os alunos, tanto individualmente, quanto como parte de uma equipa.
Cada etapa tem a seguinte estrutura:

1. Introdução
2. Objetivos de aprendizagem
3. Implementação em sala de aula
4. Duração de cada atividade
5. Encadeamento das atividades
6. Recursos necessários
7. Enquadramento no planeamento do projeto
8. Modelos e ferramentas (adicionados nos anexos, no final do documento)

Este documento pretende ser um instrumento orientador para os professores que implementam o jogo com os seus alunos, com idades preferencialmente compreendidas entre os 6 e os 10 anos. Com o objetivo de minimizar as dúvidas ou possíveis lacunas de informação, é fornecida uma descrição detalhada, para que os

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

professores sejam capazes de obter uma imagem completa de cada passo ao lerem o guia. No entanto, os autores do guia estão cientes da diversidade existente entre grupos, alunos e escolas. Importa clarificar que este documento foi elaborado no âmbito de um Projeto Europeu que contou com a participação de diferentes países no processo de criação, mas também de planeamento e implementação do jogo. Isso significa que na elaboração deste guia foram consideradas várias especificidades e particularidades dos diferentes contextos:

- Diferentes currículos académicos oficiais, dependendo do país e da natureza da instituição escolar (escola pública, escola privada...).
- Diferentes calendários escolares dependendo do país.
- Diferentes características do grupo, dependendo da idade dos alunos e do rácio de crianças por grupo.
- Características de grupos que incluem alunos com NEE.
- O clima em cada país, considerando-o como um fator fundamental no desenvolvimento da horta escolar como base do jogo.

No entanto, apesar de todas estas características terem sido consideradas, este documento é um guia e, portanto, cada professor, educador, conselheiro responsável pela sua implementação, é livre para modificar os elementos que considerar convenientes, de modo a aproveitar ao máximo o jogo com os seus alunos.

O presente guia - e, portanto, o jogo de Empreendedorismo a que se refere - está enquadrado no Projeto *Yard4All*, que tem em conta o desenvolvimento crítico de capacidades cognitivas e não cognitivas durante os primeiros anos de vida das crianças; tem como objetivo a inclusão dos alunos com NEE , promovendo a interação social entre crianças com e sem dificuldades cognitivas. Este Jogo corresponde à 3ª parte temática do projeto; as outras dizem respeito a:

- Guia para implementar o modelo de pares entre crianças (Produto Intelectual 2).
- Guia para utilização de conceitos matemáticos no jardim da escola (Produto intelectual 4).
- Guia para desenvolver conceitos de Ciências no jardim da escola (Produto intelectual 5).

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Com a implementação, avaliação e promoção dos diferentes "outputs" nas escolas e nos centros educacionais disponíveis para aplicar o projeto junto dos seus alunos, espera-se contribuir para uma maior inclusão em contexto escolar. Pretende-se - junto de crianças com necessidades educativas especiais, com deficiência, incapacidades, ou outro tipo de vulnerabilidade - promover um conjunto de competências essenciais para o seu desenvolvimento profissional, mas também individual e social, em contexto de comunidade.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

NÚMERO DO CONTRATO DE CONCESSÃO — **2019-1-PT01-KA201-060821** —

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para crianças

PASSO 0: Conhecer o Jardim/horta

1. Introdução

Nesta etapa "Conhecer o jardim", é importante que os alunos entendam a importância da natureza na sua formação. Pretende-se incluir a horta na agenda educativa, consciencializando os alunos sobre os benefícios deste tipo de atividade: o desenvolvimento de relações entre alimentação, saúde, proteção da natureza e biodiversidade e promoção da redução do lixo orgânico, da cidadania e da qualidade de vida nas escolas.

O espaço de jardim está disponível para todos os membros do ambiente escolar, sendo um recurso com imenso potencial para o desenvolvimento integral das capacidades dos alunos. Na primeira etapa deste jogo, os alunos devem ficar a conhecer o espaço escolar que os rodeia, de modo a definirem os espaços mais adequados para plantar e cuidar de vegetais.

*"O espaço na educação é uma estrutura de oportunidades. É uma condição externa que favorecerá ou dificultará o processo de crescimento pessoal e o desenvolvimento de atividades instrucionais" (*Zabalza, 2001 em Neves, 2014).

2. Objetivos de Aprendizagem

✓ **Objetivo Geral:**

- Ter uma compreensão clara sobre o espaço escolar e o seu potencial para a produção de produtos agrícolas.

✓ **Objetivos específicos:**

- Consciencializar e educar as crianças para as temáticas relacionadas com a natureza
- Promover bem-estar e hábitos saudáveis no ambiente escolar
- Conhecer o espaço e as ferramentas necessárias para produzir um produto agrícola
- Promover o interesse em plantar um vegetal/fruta no contexto escolar

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

Nesta atividade as crianças aprendem mais sobre o local destinado ao jardim, à horta , como usar o espaço para cultivar e quais as melhores espécies vegetais para o jardim/horta.

O processo tem quatro etapas:

- 1. Dividir as crianças em grupos (3 ou 4 crianças por grupo): é importante criar os grupos de acordo com os métodos de aprendizagem cooperativa para promover a diversidade em cada grupo.
- 2. Os engenheiros agrónomos: os alunos colocam-se no papel de um engenheiro para fazer as medições e descobrir a melhor maneira de cultivar o jardim. .

Cada grupo receberá um kit de engenharia composto por: um metro, uma cartolina grande para desenhar o jardim (ou papel de desenho técnico), material escolar (canetas, cores, adesivos...) e uma calculadora.

A missão é conhecer e familiarizar-se com a área do jardim, fazer medições e desenhar um contorno da horta no papel. (Na etapa 4, esse esquema será concluído adicionando as plantas que serão estudadas na etapa 3).

- 3. Lição da Sra."Sprout": Um viveiro é um lugar onde as plantas se propagam e crescem até à idade desejada. Nesta etapa, os grupos realizam um trabalho de pesquisa sobre diferentes espécies de plantas e decidem qual delas é a melhor para o jardim.

Para esta tarefa, seguem o modelo em anexo onde preencherão as principais características de 10 plantas cultiváveis nos jardins da escola.

- 4: A minha futura horta: para finalizar esta sessão, os grupos recuperam o desenho da horta (etapa 2) e adicionam as plantas necessárias para completá-la, tendo em conta as medições que realizaram - da horta e dos espaços necessários para o cultivo das plantas. Este desenho será o projeto da horta escolar para as restantes atividades do ano.

Dica!! Têm que ter em conta as escalas reais e convertê-las para o papel.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

4. Duração de cada atividade

As atividades são desenvolvidas para serem realizadas durante os 50 minutos de aula, em duas semanas intercaladas. O tempo despendido pode ser aumentado dependendo da perspetiva do professor.

5. Encadeamento das atividades

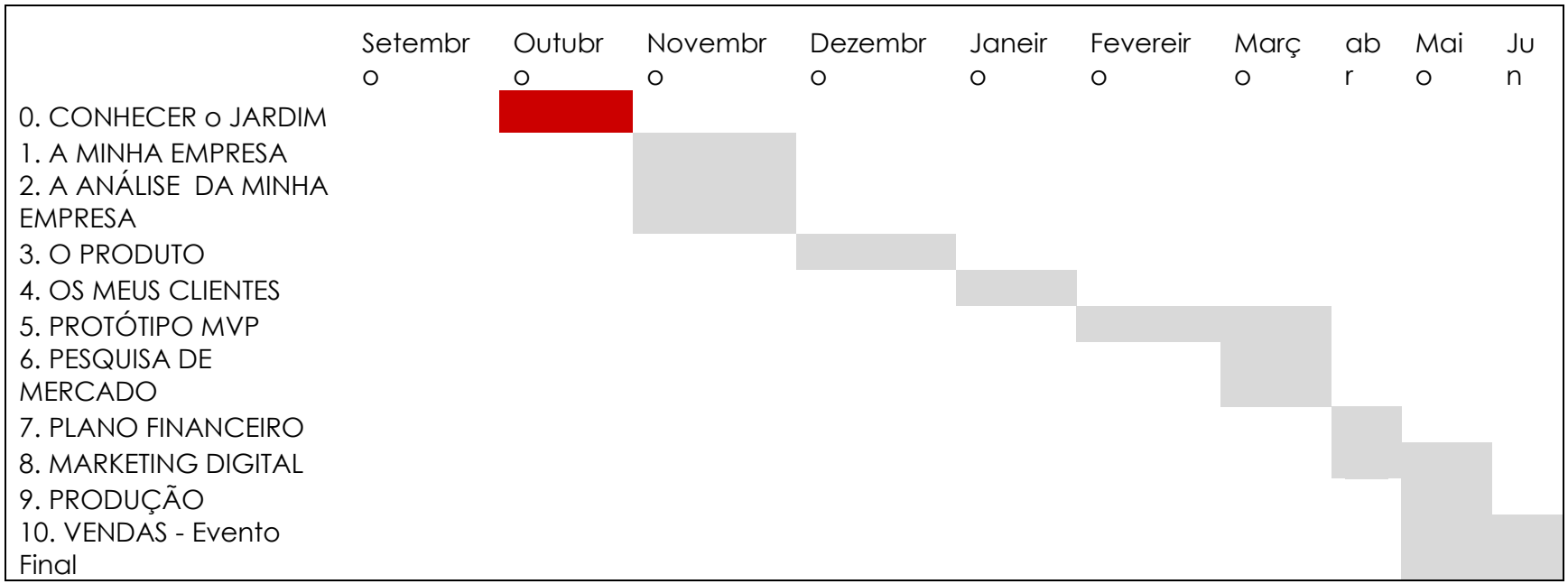
Nesta etapa é importante acompanhar a sequência descrita no guia.

6. Recursos necessários para cada atividade

Atividade	Recursos
1. ***Dividir os grupos***	Não são necessários materiais
2. Os engenheiros agrónomos	Kit: (por grupo) ● um metro ● uma cartolina grande para desenhar a horta (ou papel de desenho técnico) ● material escolar (canetas, cores, aotocolantes...) ● uma calculadora
3. A lição da Sra. Sprout	Plantas de modelo
4. A minha futura horta	Mapa da etapa 2

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. **Cronograma do** projeto :



* O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver Anexo 1

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para crianças

PASSO 1: Análise da minha empresa

1. Introdução

Se não conhecermos o nosso negócio em profundidade, não conseguimos perceber de que precisamos para o melhorar. Todas as empresas, independentemente do seu tamanho ou condição, devem ser monitorizadas regularmente para realizar as reformas necessárias.

Nesse sentido, podemos utilizar a análise SWOT[2] (ou matriz SWOT): uma técnica de planeamento estratégico usada para ajudar uma pessoa ou uma organização a identificar pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças associadas à concorrência empresarial ou ao planeamento de projetos. Dos quatro elementos, dois fazem parte da análise interna e os outros dois da externa já que a nossa empresa depende de nós mesmos e também do seu ambiente.

Uma análise SWOT permite que os alunos desenvolvam uma consciência completa de todos os fatores envolvidos na decisão e, neste caso, numa decisão de negócios; e ajuda-os ainda a analisar os aspetos mais importantes a ter em conta para o desenvolvimento do seu projeto. O principal objetivo é tirar partido dos aspetos positivos e tentar reduzir os negativos.

2. Objetivos de Aprendizagem.

- **Objetivo Geral:**
    - Produzir uma análise SWOT e um modelo de diagrama a ser aplicado na sua "empresa".

- **Objetivos específicos:**
    - Definir uma visão clara da empresa;
    - Diagnósticos da empresa e concorrentes;
    - Desenvolver estratégias de tomada de decisão e resolução de problemas;
    - Definir como é que a empresa vai funcionar.
-

[2] SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

Nas etapas anteriores conhecemos o negócio: o local de trabalho e os melhores produtos para o nosso negócio; e criamos as bases da nossa empresa (equipa e nome).

Agora, vamos analisar as nossas duas criações de forma separada.

Para analisar o nosso potencial como uma nova empresa, usaremos o modelo **SWOT** onde identificamos os pontos fortes e fracos da equipa e que oportunidades e ameaças pode a nossa empresa encontrar no mercado de negócios.

Para analisar os nossos negócios, usaremos **o "Lean Canvas"** como uma ferramenta estratégica de negócios. Permite-nos analisar visualmente o nosso modelo de negócio e aumentar as oportunidades de sucesso.

O processo tem duas etapas:

- **1. Análise SWOT para a empresa:** Usar o modelo em anexo. Cada grupo preenche a análise com base nas perguntas anexadas e de acordo com os exemplos fornecidos.

Dica: o professor deve realçar os pontos fortes de cada um dos membros do grupo

- **2. Modelo de Negócio "Canvas"**

Definição de atividades:

- **Atividade 1: SWOT:** - esta atividade permite conhecer os pontos fracos e fortes de cada equipa. Cada grupo terá uma planificação (planificação 1.1) para concluir a sessão. A planificação prevê diferentes perguntas em cada um dos quatro eixos da análise SWOT (pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças) que os grupos podem responder para preencher o modelo. Não é necessário responder a todas as perguntas.

É importante que o professor acompanhe os grupos durante a execução do exercício, para que a atividade não demore mais de uma hora.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- **Atividade 2: MODELO CANVAS** - Para aprender a metodologia do empreendedorismo, vamos trabalhar no modelo de negócio utilizando uma versão simplificada do Lean Canvas (modelo de diagrama 1.2). Temos seis pontos de análise: o que temos? (problema), o que devemos fazer? (solução), o que o torna especial? (proposta de valor único), como é que falamos às pessoas sobre isso? (canais), para quem é? (segmentos de clientes) e por quanto vamos vendê-lo? (estrutura de custo).

A metodologia de trabalho é feita por post-its. Os alunos incluirão os post-its com ideias que consideram necessárias em cada caixa para ter uma visão panorâmica do negócio.

4. Duração de cada atividade

As atividades são desenvolvidas para serem realizadas durante os 50 minutos de aula, em duas semanas intercaladas. O tempo despendido pode ser aumentado, dependendo da perspetiva do professor.

5. Encadeamento das atividades

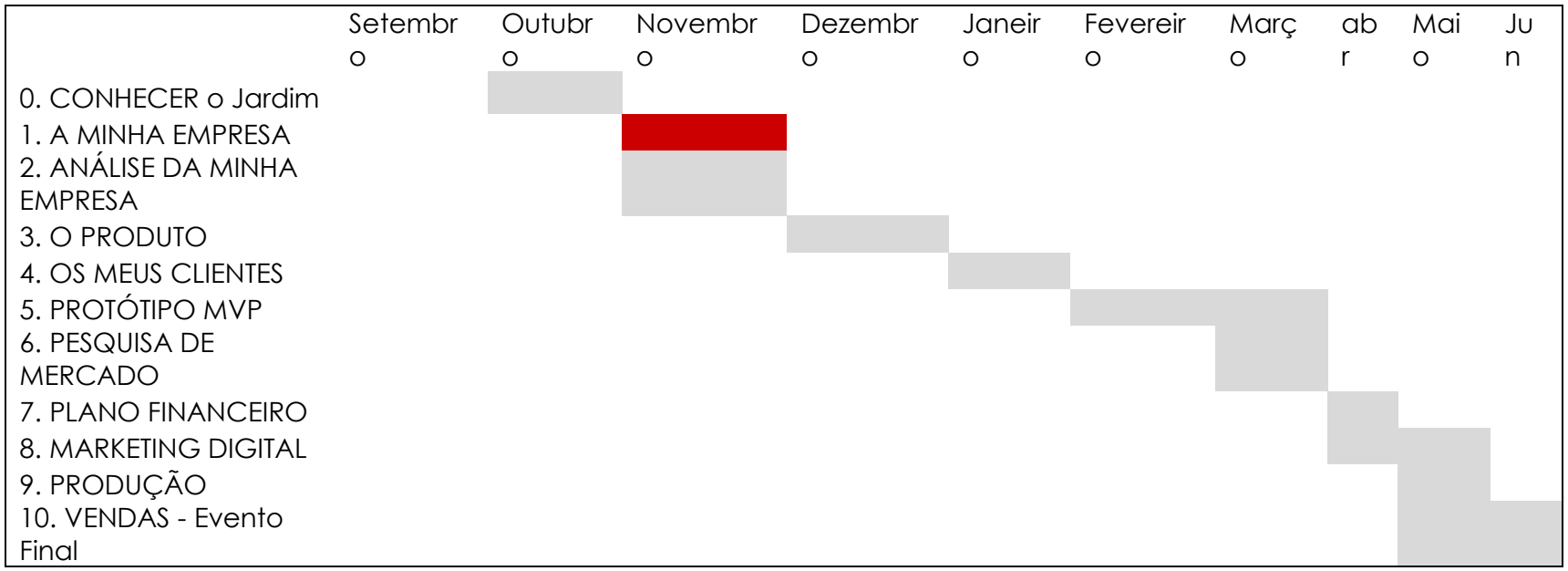
Estas atividades podem ser trabalhadas separadamente para que não sejam obrigadas a obedecer a uma ordem.

6. Recursos necessários para cada atividade

atividade	**Recursos**
Análise SWOT	- Professor - Cópias da planificação 1.1
MODELO CANVAS	- Professor - Cópias da planificação 1.2 - Post-its

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto :



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adatadao em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver Anexo 2

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para crianças

PASSO 2: A Minha Empresa

1. Introdução

A criação de uma marca é o processo através do qual uma marca é constituída, correspondendo a uma série de requisitos que tornam a empresa facilmente identificada pelo seu público.

A marca é o que nos distingue da concorrência.

Esta etapa refere-se ao processo de construção de uma marca, ou seja, à apresentação visual da empresa incluindo o logotipo, variedade de cores, a personalidade e o próprio nome da empresa.

É necessário definir a personalidade da marca e pensar no que a diferencia das restantes.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

✓ **Objetivo Geral:**

- Publicitar a empresa

✓ **Objetivos específicos:**

- Compreender os passos necessários para um trabalho em grupo;
- Desenvolver capacidades de comunicação;
- Trabalhar a inovação, proatividade e empreendedorismo;
- Desenvolver uma imagem de "empresa" através de um "brainstorming" e "design thinking".

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

O diferencial de cada negócio é o seu nome e a sua marca. Por isso, nestas atividades, vamos seguir um conjunto de etapas relacionadas com a criação da marca da empresa. Para completar este nível do jogo, os grupos têm que pensar num nome, logotipo e numa maneira de apresentar a "empresa".

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- **Definição de atividades**:

4 etapas divididas em **3 sessões:**

- 1. **NOME DA MINHA EMPRESA**: esta atividade pretende que os grupos trabalhem como um todo para discutir ideias e chegar a um consenso sobre qual o nome da sua empresa/organização. Assim, cada grupo tem uma folha ("nuvens de palavras") onde deve colocar as palavras que fazem sentido para um negócio, considerando o produto, os clientes-alvo e a inovação.
- 2. **A EQUIPA:** o grupo tem que projetar um organograma dos membros da equipa, onde cada membro será representado com um avatar (seja ele mesmo ou de uma personagem inventada). Atualmente, as crianças estão já muito familiarizadas com as novas tecnologias, incluindo as crianças com necessidades educativas especiais. Neste sentido, e considerando esta realidade, assim como o tipo de jogos que existem hoje, é possível criar um avatar online. Cada criança cria a sua própria personagem, identificando as suas responsabilidades no grupo. Esta atividade é feita em *sites* específicos para o efeito. Se o grupo não possui competências tecnológicas ou disponibilidade de recursos tecnológicos, a atividade pode ser realizada offline através de desenhos, recortes de revistas, etc.

Exemplos de sites para criar um Avatar online:

https://mangatar.framiq.com/pt/construir/

https://www.kartunix.com/simpleac

https://avatarmaker.com/

- 3: **O MEU LOGOTIPO**: A imagem da empresa é muito importante porque é o que vai contribuir para a primeira impressão do cliente sobre a marca. Nesta atividade, os

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

grupos terão que fazer um pequeno estudo do que consideram ser um logotipo e slogan atraentes para captar clientes e criar a sua "marca" na escola. É importante estar ciente de que os alunos podem estar em diferentes estágios de desenvolvimento, pelo que esta atividade pode ser implementada, utilizando ferramentas online e pesquisas em *sites* ou pode ser feita através de revistas, televisão, entrevistas com empresas, etc.
No final, cada grupo deve ter um logotipo e um slogan que possam ser apresentados em formato digital ou em papel. Estes devem ser reproduzidos com o apoio do professor de artes, numa placa de madeira que será colocada no espaço de cultivo de cada grupo.

Exemplos de sites para criar logotipos:

https://aggie.io/
https://www.canva.com/design/play?category=tACZCvjl6mE
https://jspaint.app/#local:cebe2dda1746b

4. **O MEU *SITE:*** Cada grupo deve preparar um *site* para o seu produto. Para dar "vida" ao *site* do projeto e torná-lo mais dinâmico, é possível que este seja, por exemplo, uma página no próprio *site* do projeto Yard4All. É importante perceber se os alunos têm competências digitais e, se não for o caso, é importante envolver os professores de TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) ou as suas famílias. Pode ser feita uma planificação baseada em palavras, onde os alunos colocam as informações e imagens que desejam ver no seu *site*. Devem então ser apoiados para inserir este conteúdo no *site* do projeto.
Existem poucos criadores de websites facilmente acessíveis para as crianças:

- Wix: Uma enorme variedade de modelos coloridos fazem deste criador uma escolha atraente para crianças.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- SITE123: O criador mais fácil de usar para crianças de todas as idades, especialmente iniciantes.
- Weebly : Oferece um espaço seguro para as crianças aprenderem e criarem online.
- WordPress: Um criador de *sites* muito conhecido.
- Simplesite: A opção mais básica para iniciantes.

Caso o grupo não tenha competências tecnológicas ou disponibilidade de recursos tecnológicos, a atividade pode ser realizada offline. Neste caso, cada grupo recebe um cartão grande que simula a página inicial da web e fornece o conteúdo através de desenhos, recortes de revistas, etc. A ideia para poder divulgar o projeto é colocar esse cartão num local visível na escola e acrescentar-lhe conteúdo durante a implementação do projeto.

4. Duração de cada atividade

As atividades são desenvolvidas para serem realizadas durante os 50 minutos de aula, em duas semanas intercaladas. O tempo despendido pode ser aumentado dependendo da perspetiva do professor.

5. Encadeamento das atividades

Conforme identificado na fase 1, esta etapa foi alterada da etapa 1 para a etapa 2 para que a criação da imagem da empresa/organização/grupo possa ser sustentada na análise feita anteriormente.

6. Recursos necessários para cada atividade

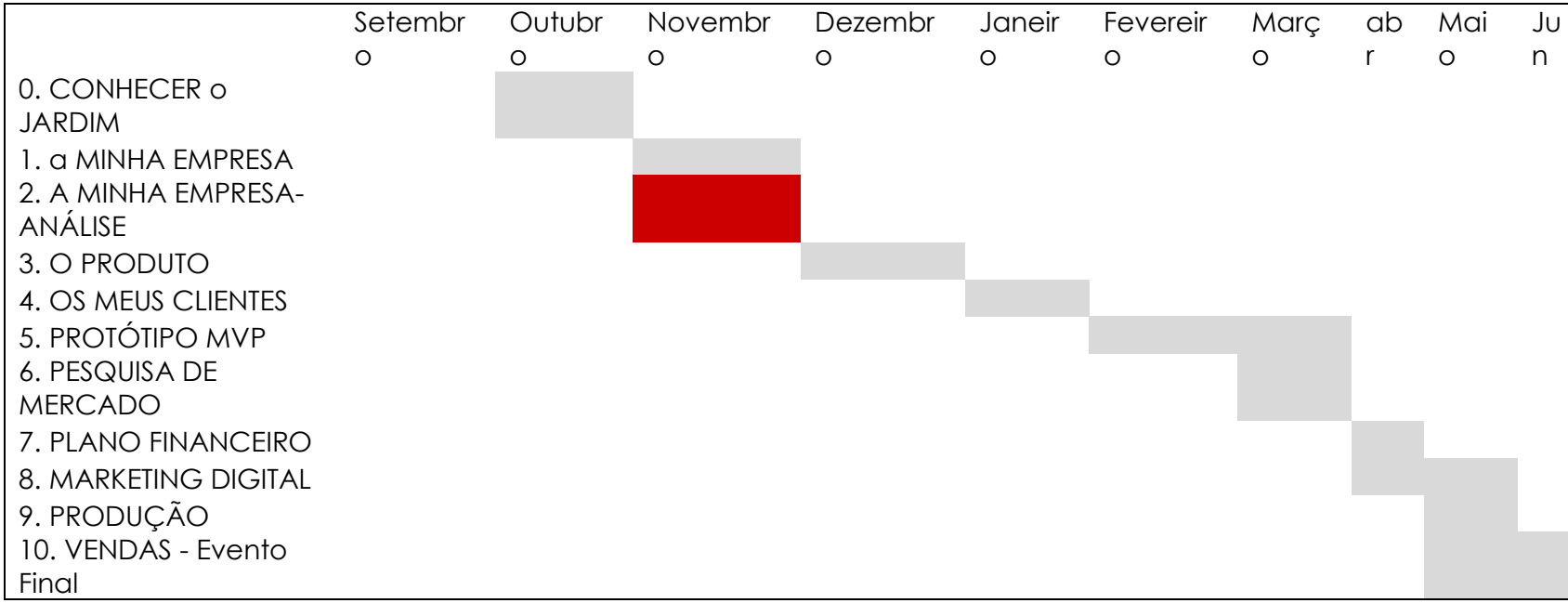
atividade	**Recursos**

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

NOME DA MINHA EMPRESA	Cópias da planificação Nuvem de palavras
A EQUIPA	Computador Materiais escola
O MEU LOGOTIPO	Computador Revistas Folhas Canetas Lápis Cola Madeira Professor de artes
O MEU SITE	Computador Construtor web para Crianças (Wix, Site123, simples) Ou Planificação (documento com os conteúdos do site)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto :



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver anexo 3

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 3: O Produto

1. Introdução

Para formar a base de uma empresa, é importante saber qual será o nosso principal produto, conhecer todas as suas particularidades e como vamos vendê-lo para que seja interessante para os clientes.

Um produto é algo tangível ou intangível pelo qual, na maioria dos casos, um consumidor está disposto a pagar uma quantia em dinheiro. O produto é a força vital de qualquer empresa, que nos traz rendimentos e satisfaz a necessidade ou o desejo de um consumidor.

Para que um produto seja bem sucedido, é necessário realizar pesquisas sobre esse mesmo produto para se conhecer tudo o que existe de semelhante no mercado e investigar a melhor maneira de o desenvolver e maximizar os seus benefícios.

Nesta fase, vamos apurar tudo sobre o produto, permitindo que cada grupo realize uma pesquisa sobre o que pretende cultivar. Os grupos devem fazer uma pesquisa sobre como produzir, quais os custos, e que quantidade podem vender, para quem e como. Devem também pesquisar como fazem os outros produtores, que estratégias têm e como o seu produto ou clientes são diferenciados.

Esta etapa é mais focada numa discussão e análise entre os grupos para melhorar o seu conhecimento sobre a permacultura e o produto específico que vão desenvolver.

O processo tem um passo:

1. História do meu produto.

2. Objetivos da Aprendizagem

✓ **Objetivo Geral:**

- Conhecer o produto e como vendê-lo;

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

✓ **Objetivos específicos:**

- Aumentar o conhecimento sobre o produto;
- Pesquisar sobre as formas de criar e vender o produto;
- Melhor compreensão sobre a competição e como competir;
- Melhor compreensão sobre o que os clientes querem.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

Nesta fase vamos apurar tudo sobre o produto permitindo que cada grupo realize uma pesquisa sobre o que pretende cultivar. Os grupos devem fazer uma pesquisa sobre como produzir, quais custos, que quantidade podem vender, para quem e como. Devem, também, pesquisar como o fazem outros produtores, que estratégias têm e como o seu produto ou clientes são diferenciados.

Esta etapa é mais focada numa discussão e análise entre os grupos para melhorar o conhecimento sobre a permacultura e o produto específico que eles vão desenvolver.

O processo tem uma etapa:

Etapa 1. História do meu produto

- **Definição de atividades**:
  - ✓ **JOGO DA GLÓRIA PARA CONHECER O MEU PRODUTO**: Esta atividade implica que cada grupo tem um jogo da glória em que cada passo é comporto por "casas" que dão informações úteis sobre os produtos, concorrentes e permacultura. O jogo é jogado em grupos com o apoio de um dado e peões. O jogo tem tarefas destinadas a aprender mais em grupos com o apoio de um dado e peões. O jogo tem tarefas destinadas a apredner mais sobre o produto. As "casas" devem ser baseadas em informações do manual IO5 e formação interna da equipa do projeto sobre permacultura que serão desenvolvidas pelos parceiros do projeto.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Sugerimos 3 possibilidades:

- Jogo Yard4All
- Yard4All Glory Game
- Yard4All Learning Game

4. Duração de cada atividade

As atividades estão programadas para serem realizadas durante 100 minutos em sala de aula, em duas semanas intercaladas. O tempo gasto pode ser aumentado dependendo da visão do professor. O jogo pode ser aplicado durante mais dias ou menos dias dependendo das informações recolhidas pelos alunos durante o jogo: quanto mais jogam, mais aprendem.

Sessão 1 e 2 (50 min3ª Semana de Fevereiro e 50 min 1ª Semana de Março):

- ***JOGO DA GLÓRIA PARA CONHECER O MEU PRODUTO – (100 min)***

5. Encadeamento das atividades

Nesta etapa é importante acompanhar a sequência descrita no guia.

6. Recursos necessários para cada atividade

atividade	**Recursos**
5. ***JOGO DA GLÓRIA PARA CONHECER O MEU PRODUTO***	- Cópias da planificação do jogo da glória

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto :

	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	abr	Maio	Jun
0. CONHECER A HORTA										
1. A MINHA EMPRESA										
2. A MINHA EMPRESA-ANÁLISE										
3. O PRODUTO										
4. OS MEUS CLIENTES										
5. PROTÓTIPO MVP										
6. A PESQUISA DE MERCADO										
7. PLANO FINANCEIRO										
8. MARKETING DIGITAL										
9. A PRODUÇÃO										
10. VENDAS - Evento Final										

*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver anexo 4

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 4: O Meu Cliente

1. **Introdução**

   Esta etapa do projeto Yard4All é baseada no famoso jogo de tabuleiro "Cluedo". Enquanto no Cluedo, os jogadores devem descobrir quem foi o assassino do Dr. Black, na nossa versão de Cluedo, as crianças terão que descobrir quem era o/a comprador/a da Sra. Alface, por que é que ele/a a comprou, onde e em que circunstâncias.

2. **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

✓ **Objetivo Geral:**

- Aprender a definir o perfil de um cliente em relação aos produtos da horta escolar.

✓ **Objetivos específicos**:

1. Identificar o perfil dos diferentes clientes através de seus gostos, dados demográficos, compras e hábitos de vida.
2. Conhecer estratégias sobre como setorizar os potenciais clientes.
3. Conhecer as características dos potenciais grupos de clientes.
4. Aprender a definir perfis específicos de cliente.

3. **IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA**

- **Definição de atividades**:

  O jogo consiste em definir o perfil dos diferentes potenciais clientes com base nas premissas do jogo "Cluedo".

  O Sr. Tomate está desaparecido, e ninguém sabe onde ele está!!! Todos os outros vegetais estão preocupados à procura por todo o lado, à volta da horta, e concluíram que ele definitivamente seguiu o destino de todos os vegetais da horta: O Sr. Tomate foi vendido. Mas, onde? Eles pediram ajuda a uma equipa

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

de detetives para encontrar o paradeiro do membro desaparecido do jardim/horta. Cada equipa de detetives tem que descobrir quem o comprou, onde e em que circunstâncias. É um mistério a ser descoberto!!! Para isso, as equipas têm que elaborar hipóteses sobre os potenciais compradores, tendo em conta 3 questões:

1. Quem comprou o Sr. Tomate?
2. Quais são os hábitos culinários dessa pessoa?
3. Onde é que ele/ela comprou o Sr. Tomate?

Cada uma das possibilidades é refletida num cartão.

No início do jogo, uma carta de cada item é guardada num envelope sem que ninguém veja. As equipas têm que elaborar hipóteses combinando diferentes itens e mantendo as suas teorias com razões fundamentadas, a fim de definir o cliente que poderia ter comprado o tomate.

Quando cada equipa tiver exposto a sua intervenção, apresentando as razões adequadas para o seu "comprador suspeito", o professor verifica se alguém encontrou a solução. Caso contrário, haverá uma segunda ronda, até que o comprador, o local e os seus hábitos alimentares sejam descobertos.

Pessoa	**Habitos alimentares**	**Tipo de loja**
Tony: Um jovem de 30 anos	Adora cozinhar	Aplicações móveis
Petúnia: Mulher de 80 anos com muitos netos	Odeia cozinhar	Mercado Tradicional
Alfred: Homem de 50 anos, ex-cozinheiro	Vegan	Supermercado
Martha: Mulher de 25 anos, estudante	Adora fast food	Loja 24 horas

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Tina: Mulher de 40 anos	Assiste às aulas de culinária	Grupo de consumo

4. **Duração de cada** atividade:

A duração estimada do jogo é de 1 sessão de 50 minutos.

5. **Encadeamento das atividades**: O jogo está intimamente relacionado com a definição do perfil do potencial cliente. Pelo jogo, os participantes terão uma visão geral dos aspetos que precisam de ser considerados na construção da "pessoa compradora", ou perfil do cliente a quem se destina determinado produto. Assim, desenvolvem atitudes como empatia, tomada de decisão, estratégia, análise psicológica, etc, que levam ao jogo principal do Projeto Yard4All: adquirir competências empreendedoras através da horta e do jogo.

6. Recursos necessários para cada atividade:

Quadro do Cluedo representando 5 lojas para fazer as compras

5 cartas com personagens

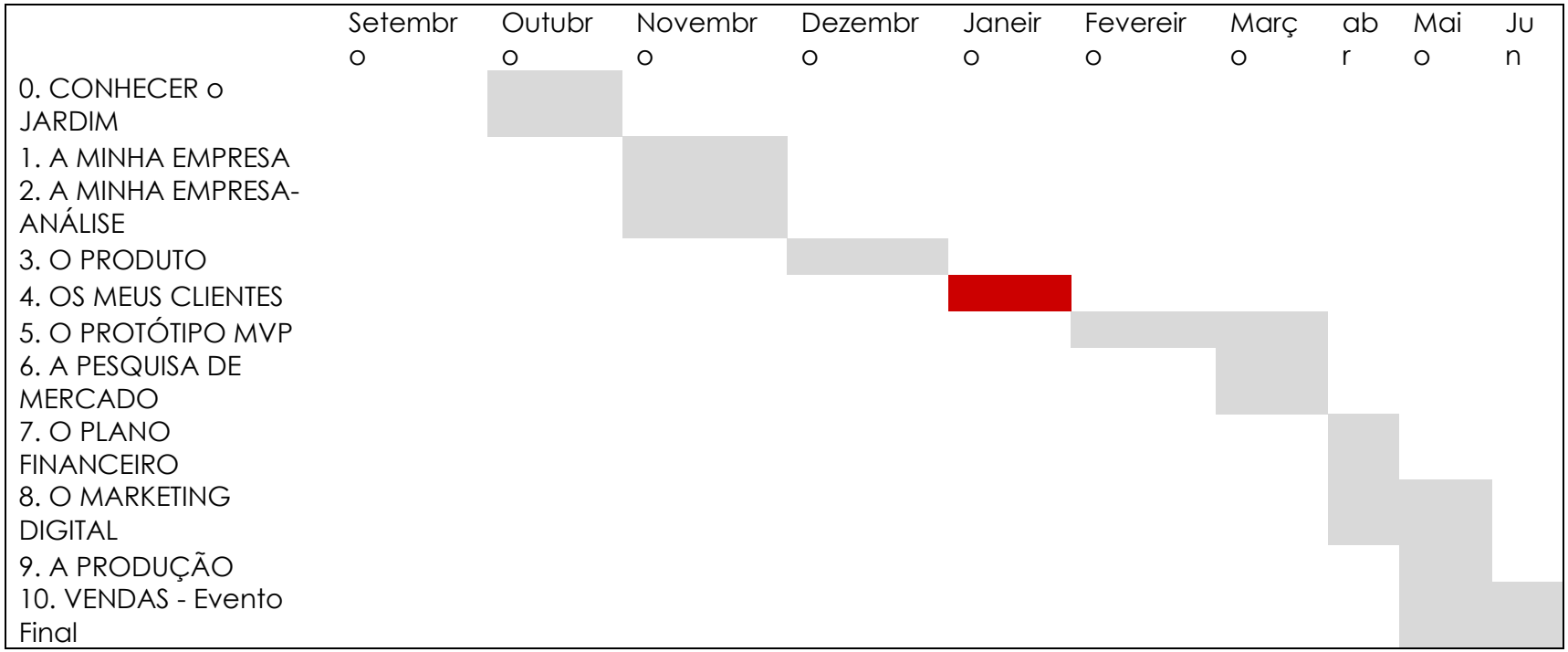
5 cartões com hábitos alimentares/de cozinhar

1 envelope para colocar a personagem que eles têm que adivinhar

**O quadro pode ser uma imagem digital a ser projetada numa parede branca.*

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. **Cronograma do projeto** : Esta etapa do Projeto Yard4All será executada nos meses de abril a maio, numa ou duas sessões, dependendo da disponibilidade das aulas, dos professores e dos currículos.



*O cronograma do projeto é uma sugestão podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 5: O Protótipo: MVP

1. Introdução

Esta etapa permite que os alunos compreendam se o produto é de facto viável ou se devem fazer alguma coisa para o tornar mais atrativo ou repensar as ferramentas que vão utilizar para o promover e vender. A atividade definida para esta etapa permite que cada grupo analise o caminho percorrido até ao momento e que reflita sobre como podem chegar ao mercado e ainda resolver potenciais problemas que possam surgir. Nesse sentido, o guião (storyboard) deverá ser utilizado dado que é uma ferramenta útil para prever o desenvolvimento de um projeto (neste caso, de um produto).

O processo tem um passo:

Passo 1. Guião (storyboard)

2. OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

✓ **Objetivo Geral:**

- Definir como alcançar o mercado.

✓ **Objetivos específicos:**

- Compreender melhor o processo que envolve a produção e a venda de um produto;
- Antecipar a resposta do mercado;
- Desenvolver estratégias para substituir o produto, se necessário.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

A estrutura é dividida numa única **1 sessão:**

- **Definição de atividades**:

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- ***Guião (STORYBOARD) DO MERCADO*:** esta ferramenta tem vários benefícios, como apoiar a planificação, informar o que deve ser adquirido para a implementação do projeto, informação visual das etapas do projeto, e maior controlo e aumento da probabilidade de sucesso. Além disso, é uma ferramenta fácil de aplicar em contextos diferentes e é muito visual. Desta forma, possibilita aos alunos uma atividade divertida na qual aprendem e trabalham nos seus negócios. A planificação é organizada em praças que devem ser repletas de desenhos sobre as etapas do projeto. Isso significa que cada grupo desenhará o caminho (escolha do produto, definição da empresa/organização; etc.) e avançará com as etapas relacionados com a produção e venda do produto, tendo em consideração diferentes cenários: um que tenha resultados positivos e outro onde seja necessário resolver problemas relacionados com a resposta do mercado e a substituição do produto.

4. Duração de cada atividade

As atividades estão programadas para serem realizadas durante uma hora de aula, numa semana. O tempo gasto pode ser aumentado dependendo da opinião do professor.

Sessão 1 (1:00h 4nd Semana de Novembro):

- ***STORYBOARD- (60 min)***

5. Encadeamento das atividades

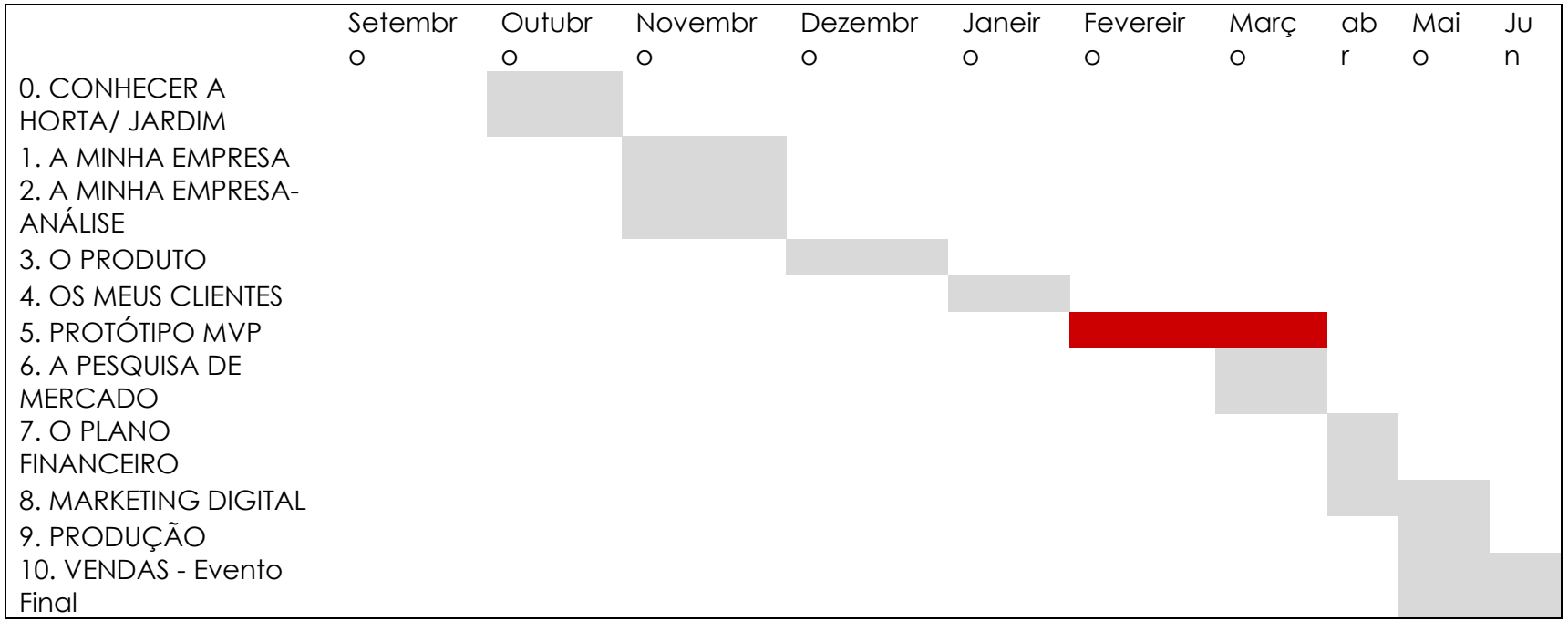
Nesta etapa é importante acompanhar a sequência descrita no guia.

6. Recursos necessários para cada atividade

atividade	**Recursos**
6. ***Storyboard***	- Cópias da planificações - Canetas

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. **Cronograma do** projeto :



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver anexo 5

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 6: Pesquisa de Marketing

1. Introdução

A **Pesquisa de Marketing** consiste na recolha, análise e interpretação sistemática dos dados relativos às condições de comercialização. A pesquisa de marketing é uma ferramenta útil e necessária para ajudar os profissionais de marketing e a liderança executiva de uma organização a tomar decisões .

O motivo básico para a realização da pesquisa de marketing é descobrir a mudança no comportamento do consumidor devido à alteração nos elementos de marketing (produto, preço, local, promoção).

Os profissionais de marketing têm de conhecer as tendências de mudança do mercado. Mudanças nos gostos e preferências do cliente, os novos produtos lançados no mercado, os preços do produto da concorrência, os substitutos próximos do produto, etc.

O processo divide-se em seis etapas:

Etapa 1. Definir o objetivo e o "problema"

Etapa 2. Determinar o "Desenho de Pesquisa"

Etapa 3. Desenhar e preparar o "instrumento de pesquisa"

Passo 4. Recolher os dados

Passo 5. Analisar os dados

Passo 6. Visualizar os dados e comunicar os resultados

2. Objectivos de aprendizagem

✓ **Objetivo Geral:**

- Aprender a fazer uma pesquisa de marketing de uma forma lúdica.

✓ **Objetivos específicos:**

1. Aprender através de um jogo e os passos/teoria para uma pesquisa de marketing:

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

2. Fazer com que os participantes identifiquem a "situação do mercado";
3. Fazer com que os participantes recolham os dados relevantes;
4. Fazer com que os participantes analisem os resultados.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

Como já escolhemos o nosso produto (passo 5) e o nosso público-alvo (passo 4), vamos mostrar a nossa ideia aos futuros clientes. Eles dir-nos-ão se gostam do produto ou se devemos melhorá-lo. Uma vez definido o nosso protótipo do produto (passo 5), devemos focar a nossa pesquisa sobre se o protótipo é apreciado pelos futuros clientes ou não.

A estrutura é dividida em 2 sessões:

- **Definição de atividades**:

Inquéritos ou grupos-focais: é o momento de chegar até ao público-alvo e perguntar-lhes diretamente o que pensam sobre o produto. Precisamos de apurar se este é apelativo e se eles o comprariam. É necessário saber se o que estamos a pensar e a desenvolver pode ser vendável. Investigamos coisas como: se o produto é apelativo, que tipo de embalagens usar e as medidas das embalagens... Quanto mais inquéritos se puderem realizar ou pontos de convergência houver, muito mais dados teremos para analisar e saber se nosso produto foi bem aceite ou não.

Para realizar esta atividade podemos escolher dois tipos de entrevistas:

- Grupo-focal: são reuniões com o público-alvo, seguindo um guião, no sentido de obter perceções, sentimentos e pensamentos dos consumidores sobre um determinado tema ou área de interesse e são lideradas por facilitadores (crianças).
- Inquéritos: são um método de pesquisa usado para recolher dados de um grupo predefinido de entrevistados para obter informações e contributos sobre vários tópicos de interesse. O processo envolve pedir informações às pessoas por meio de um questionário, que pode ser online ou offline.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Neste caso, propomos que os guiões destinados a conhecer os hábitos dos clientes(para os grupos-focais e para os inquéritos), sejam realizados como uma troca entre turmas paralelas. Assim, os alunos de uma turma podem colocar questões aos pais dos alunos de outra turma. E vice-versa.

Ver o modelo para realizar as entrevistas no Anexo

ANÁLISE DOS RESULTADOS: Nesta sessão, a nossa missão será analisar os resultados dos inquéritos e dos grupos-focais para ver se o nosso produto será bem sucedido no mercado ou não. Se os resultados forem positivos, significa que o nosso produto será vendido facilmente, mas se os resultados forem negativos, devem ser criadas alternativas ao nosso produto e a pesquisa de mercado deve recomeçar tendo em consideração este novo produto.

4. Duração de cada atividade

As atividades são desenvolvidas para serem realizadas durante uma hora de aula.

O tempo gasto pode ser aumentado dependendo da visão do professor.

5. Encadeamento das atividades

Nesta etapa é importante acompanhar a sequência descrita no guia, uma vez que as etapas são baseadas na criação, desenvolvimento e medição de dados.

6. Recursos necessários para cada atividade

✓ ***questionário***

FERRAMENTAS: use o modelo em anexo

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Os professores podem criar um formulário no Google com as mesmas perguntas que serão aplicadas presencialmente, para que seja também possível realizar as entrevistas online. Desta forma, todos os dados serão recolhidos num documento excel online. É possível criar tantos links quanto grupos de trabalho existirem na turma.

- ***ANALISAR OS RESULTADOS***

FERRAMENTAS: para analisar os resultados, podemos fazê-lo de várias formas:

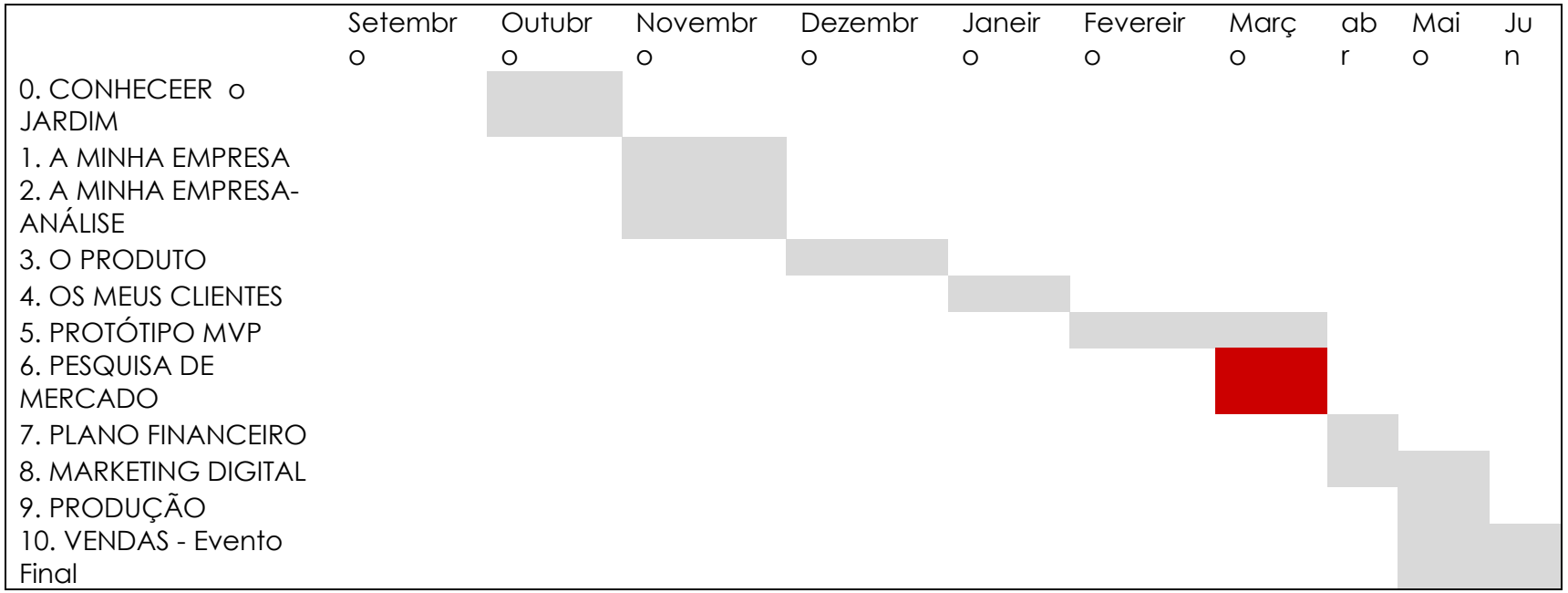
1. Google Forms: se o questionário for criado nos formulários do Google, conseguimos obter imediatamente os resultados da pesquisa com dados para analisar.
2. Excel: A recolha dos dados dos inquéritos e do grupo-focal num único documento excel facilita a análise dos resultados.

RECURSOS PARA TODAS AS ATIVIDADES:

- Computadores / tablets com acesso à internet;
- Material de escritório (canetas, papel, autocolantes, cartão/cartolina tamanho grande, rolo de papel de arte...);
- Voz / gravador de vídeo (ou telemóvel).

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto :



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver Anexo 6

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 7: Plano Financeiro

1. Introdução

A seção financeira de um plano de negócios é uma das componentes essenciais para iniciar um negócio. O dinheiro não é ilimitado e temos que ter muito cuidado com as despesas e receitas que o nosso negócio gera. Para ter sucesso no negócio, o plano financeiro permite que se estabeleça um "orçamento" que deve ter em conta todas as despesas.

Gostaríamos de ter dinheiro suficiente para não nos preocuparmos com o orçamento, mas de facto é sempre uma questão que merece preocupação!

Se o fizermos desde o início, o nosso negócio pode ser produtivo e um dia poderemos viver da venda dos nossos vegetais em todo o mundo!

2. Objetivos de aprendizagem

✓ **Objetivo Geral:**

- Aprender a fazer um Plano Financeiro.

✓ **Objetivos específicos**:

5. Saber como calcular recursos;
6. Conhecer os principais passos para fazer um Plano Financeiro;
7. Identificar onde encontrar apoio (comunidades, recursos, financeiro...);
8. Fazer com que os participantes colaborem entre si (apoio entre pares) e entender a necessidade de colaboração e as limitações/fatores condicionantes da burocracia.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Para implementar esta etapa, vamos dividir a sessão em duas partes:

- Na primeira trabalhar-se-á os conceitos fiscais através de um jogo de Desempenho de Papéis (role playing)
- Na segunda, vai-se elaborar um plano financeiro para o projeto horta/jardim.

- **Definição de atividades**:

- ***Atividade 1: ROLE PLAY GAME (Representação de papéis)***

Nesta atividade os participantes aprendem algumas noções sobre finanças enquanto fazem um desafio de construção de equipas.

Atividade 1: Construir um aqueduto + Troca de papel

A turma é dividida em grupos. Todos os grupos recebem um plano financeiro.

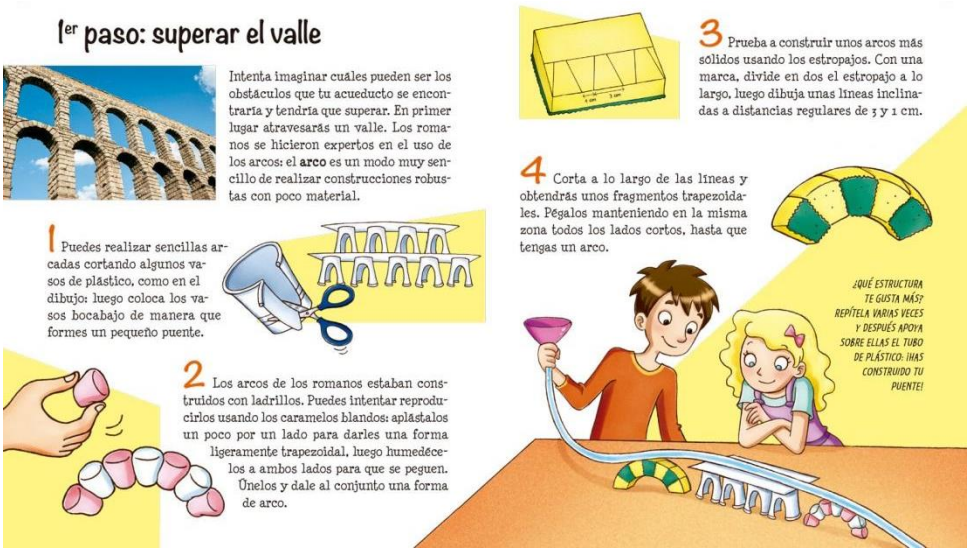
O objetivo do jogo é que alguns grupos construam um Aqueduto (antigo sistema de rega). Dependendo do grupo, podemos usar diferentes exemplos como estrutura de construção. Indicamos abaixo alguns que podem ser usados como referência (materiais necessários podem diferir ou ter que ser adaptados dependendo dos recursos humanos e materiais disponíveis):

- Aqueduto grande: com madeira e bengalas, ou seja, podemos fazer isto com canudos, pauzinhos e copos de plástico/ bengala/ cascas https://www.plusarts.es/actividad-de-agua-caminos-de-agua-p-326-es;

- Pequeno aqueduto: proposta de como construir um aqueduto romano pequeno[3]com labirinto: https://edicioneslaberinto.es/producto/construir-un-acueducto-romano/

[3]dsgsd

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.



Haverá 3 funções principais: 1) empresas de jardinagem, 2) um grupo será o de bancários e 3) um outro grupo será de Consultores de Empreendedorismo. Para as crianças mais pequenas, os principais papéis podem ser: jardineiros, lojistas de materiais de construção e amigos e as quantidades de dinheiro da loja/banco mais pequenas ou seja, nota 1 -10 euros, nota 2-20.

- Papel 1: Empresa de Jardinagem. A tarefa para os grupos com este papel é construir um pequeno aqueduto para que eles possam trazer água para mais perto do jardim. Eles receberão alguns materiais (papelão,copos de plástico, fita adesiva, tesouras...), mas não todos. Devem comprar o que precisam. *Use o modelo 1 para distribuir o material pelos grupos.*

- Função 2: *Bancários.* A missão deste grupo é desempenhar o papel de "bancários" e eles têm que enviar algumas mensagens do Banco para as empresas de jardim .
    - Nota 1: Sr. Aspersor ganhou 100€ na conta com as vendas de tomate.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Nota 2: Menina Enxada recebemos a conta do aluguer que deve pagar hoje 120€.
- Nota 3: Sra. Tesoura, recebemos a conta da compra do equipamento que deve pagar hoje: 30€.
- Nota 4: Sr. Rake, recebemos a conta da água que deve pagar hoje: 50€.
- Nota 5: Multa de 200€ por construir uma sala de ferramentas sem permissão.
- Nota 6: Menina Carrinho de Mão, recebeu uma doação de 300€.

- Função 3: *Consultores de empreendedorismo*. Este grupo ajudará na etapa 1 o grupo de empresas da horta dando-lhes ideias, apoiando-os, criando um plano financeiro (com um modelo de plano) para que eles possam pedir algum financiamento ou um empréstimo bancário se precisarem. Este grupo deve ter um facilitador adulto que apoie, em segundo plano. Para crianças mais novas, este grupo pode ser constituido por ser amigos/ajudantes que trazem material e ajudam com a construção...

- ***Atividade 2: Discussão baseada na Atividade 1.***

A atividade consiste num debate sobre como se sentiram na atividade anterior.

Durante esta atividade os participantes são convidados a partilhar:

- A opinião sobre a atividade,
- Os pensamentos e reflexões sobre a relevância de ter um plano final e sobre a importância do uso e gestão corretos do dinheiro.
- Como se sentiram no seu papel e no papel dos outros.
- As limitações e facilidades que eles sentiram (dificuldades e pontos fortes que encontraram na sua equipa)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Qual a importância da colaboração para se ajudarem uns aos outros e a vinculação ao modelo de apoio entre pares, desenvolvendo e apoiando a cooperação entre crianças com NEE e sem NEE.

Dica: se houver tempo suficiente, a atividade pode ser feita em duas sessões diferentes,na segunda sessão deve existir uma mudança de papéis (exemplo: banqueiros passam a ser os empreendedores).

4. **Duração de cada atividade:**

Esta etapa será realizada em 2 sessões de 50 minutos cada.

As atividades são pensadas para serem realizadas durante uma hora de aula, uma vez por semana.

O tempo de execução poderá ser superior, caso o professoro considere necessário.

5. **Encadeamento das atividades**:

Nesta etapa, é importante acompanhar a sequência descrita no guia. A representação de papéis contribui para que os alunos experienciem as dificuldades económicas (ou não) nos negócios e, posteriormente, tenham uma visão clara da importância de ter um plano financeiro definido para poder desenvolvê-lo com sucesso.

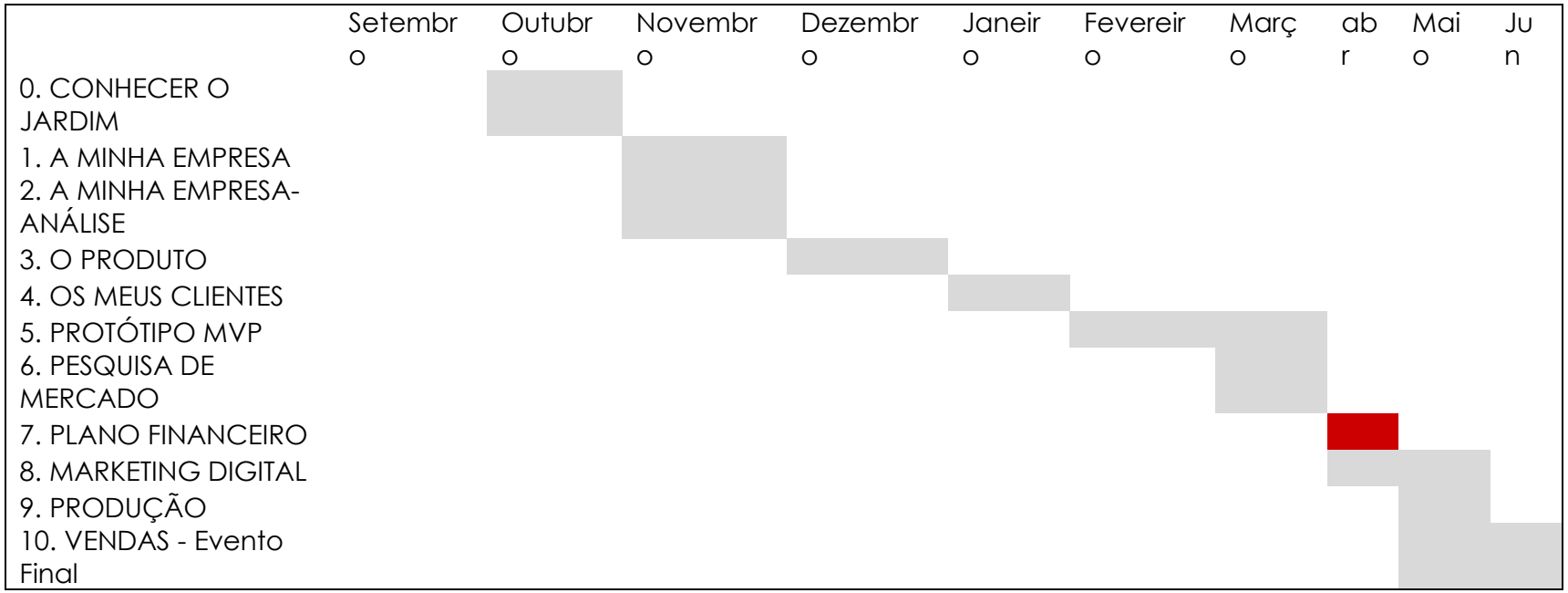
6. **Recursos necessários para cada atividade:**

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Atividade 1: Veja o modelo em anexo
    - Imprimir o quadro financeiro para dar aos *consultores de Empreendedorismo*
    - Fornecer o material indicado no anexo a cada grupo.
- Atividade 2: não são necessários recursos.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. **Cronograma do** projeto :



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 8: Marketing Digital:
Publicidade e Encomenda

1. Introdução

O marketing digital é o ato de promover e vender produtos e serviços, aproveitando táticas de marketing online, como marketing de comunicação social e redes sociais e marketing digital (email).

O Marketing da Comunicação Social consiste na combinação de ações e objetivos do marketing digital com a capacidade de divulgação nas redes sociais, como parte da estratégia global de comunicação de uma empresa. Devido aos milhões de utilizadores que atualmente interagem todos os dias nas redes sociais, planear ações de marketing nesses canais é a maneira mais rápida e eficaz de levar a mensagem aos consumidores.

✓ **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**:

- Adquirir conceitos de marketing e marketing digital.

✓ **Objetivos específicos:**

1. Introduzir as redes sociais;
2. Aprender as etapas de uma campanha de marketing;
3. Desenvolver um plano de marketing através do Goose Game;
4. Divulgar a visualização do projeto.

2. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

O objetivo desta sessão é dar aos alunos conhecimento dos termos relacionados com as redes sociais e, assim, poder divulgar a sua empresa e os produtos. E ainda que os futuros clientes possam fazer uma reserva, prévia, da nossa produção nessas plataformas.

A turma será dividida em grupos de jardinagem. Todos os desafios serão desenvolvidos em grupo, promovendo o trabalho em equipa.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- **Definição de atividades**:

O Jogo do Ganso

Esta etapa do jogo é baseada no tradicional "Goose Game"(jogo do ganso). Este jogo tem sido tradicionalmente jogado por jogadores individuais. Todos os jogadores começam na casa da "partida" do tabuleiro. O objetivo do jogo é ser o primeiro a chegar à " meta", superando todas as dificuldades que estão distribuídas pelo tabuleiro. Os jogadores movimentam-se no tabuleiro jogando um dado. Este é um jogo muito básico que pode ser adaptado a muitos contextos, como fizemos nesta situação, transferindo-o para o "Passo 8 – Marketing Digital".

Neste contexto, o jogo do ganso é baseado no tema do marketing. Isto significa que cada casa terá um desafio específico relacionado com o tema. Neste âmbito, os jogadores, em vez de jogarem individualmente, terão que jogar em grupo e superar juntos todos os desafios que são apresentados no tabuleiro tentando ser os primeiros a chegar à meta e, consequentemente, obter a pontuação mais alta – que será medida com *Likes*.

Como é que as equipas se movimentam no tabuleiro? Desta vez, não haverá um dado habitual, mas todas as equipas progredirão ao mesmo tempo na tabela garantindo que todos completam os desafios. Após as voltas, eles terão que passar de uma casa à outra fazendo a tarefa que lhes é solicitada em cada uma das casas.

Gostos (Likes)

Todas as tarefas estão então relacionadas com o marketing digital. Assim, a maneira de medir o sucesso de cada desafio é por gostos (likes). Portanto, haverá um júri formado por três participantes neutros, o que significa que esses três jogadores não farão parte

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

de nenhuma das equipas, mas serão responsáveis por marcar as tarefas do outro. Eles terão que discutir e concordar com o placard para as equipas.

Quem ganha?

Cada casa do tabuleiro terá um desafio diferente relacionado com o marketing digital, que as crianças devem realizar. Para cada tarefa concluída, o grupo receberá uma certa quantidade de *likes,* que serão dadas por um júri(1-10). O grupo que terminar a tabela com mais likes será o vencedor.

Casas:

- Casa 1 (10'): Escolha um nome original para a sua marca/a sua empresa
- Casa 2(15'): Desenhe o seu logotipo
- Casa 3 (15-20'): Torne-se viral (popular)!

As crianças são incentivadas a preparar um post/memo/clipe que se torne viral. Pode ser engraçado, interessante, exclusivo... mas o mais importante é que reúna as condições para ser conteúdo popular, sempre respeitando o público e os outros participantes.

  - Exemplo: hoje, há muitas maneiras de se tornar viral: um clipe curto, um memo, um vídeo tik-tok... pense num pequeno número que se possa tornar viral. O juiz votará no sentido de se perceber se o desempenho da equipa foi ou não bem sucedido!
- Casa 4: Do tweet ao retweet.

  Haverá duas casas com esta designação: se a equipa calhar na casa "tweet", saltará diretamente para a casa de "retweet" e lança os dados novamente.

- Casa 5 (15'-20'): Filme um anúncio para o Youtube

  O anúncio deve ter entre 1 a 2 min de duração, e conter informações-chave sobre o produto.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Casa 6 (15'-20'): Diferencie a sua marca

Através de uma foto, um *tweet*, uma *performance*, uma infografia... cada equipa deve fazer algo para salientar as características que diferenciam o seu produto do dos outros.

- Casa 7 (10'): Meça as suas estatísticas (2ª sessão)

Verifique as visitas aos seus perfis, o seu número de gostos (likes) e sugira estratégias para melhorar os seus resultados.

- Casa 8: Desvalorização do seu posicionamento - CEO
  Oh, não! A sua posição de CEO caiu!
- Casa 9: Um tweet infeliz do gestor da sua comunidade atingiu o seu alvo! Volte para a casa de partida
- Casa 10: Contagem de pontos: A equipa com mais pontos será a vencedora: A sua equipa está na primeira posição nas pesquisas do Google! Parabéns!

4. Duração de cada atividade:

1ª sessão: Jogo do ganso (I) (50'); 2ª sessão: Jogo do ganso (II) (50')

5. Encadeamento das atividades:

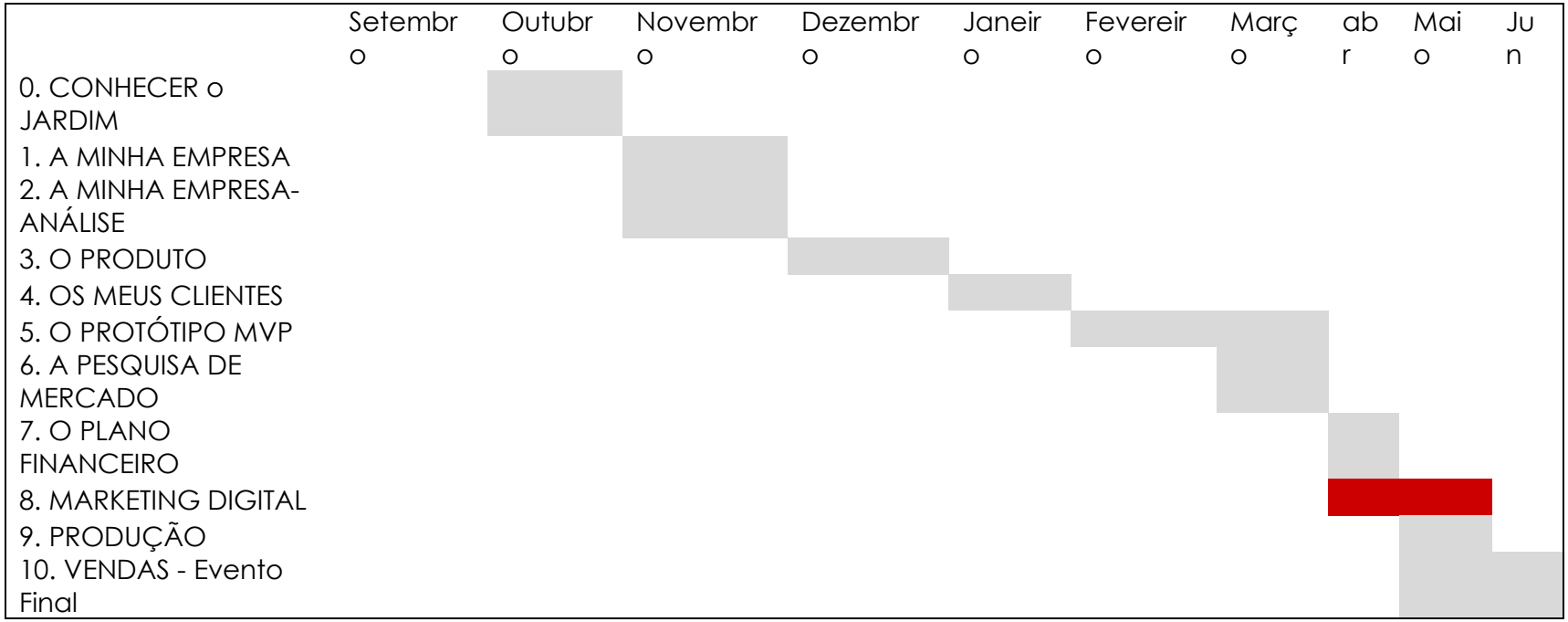
As atividades apresentadas neste jogo estão intimamente relacionadas com o desenvolvimento do plano de marketing digital. Através do jogo, os participantes terão uma visão geral do que significa fazer um plano de comunicação desde o início. Assim, desenvolverão competências como criatividade, tomada de decisão, liderança, análise de dados, etc, que levam ao objetivo principal do Projeto Yard4All: adquirir competências empreendedoras através da horta/jardim e do jogo.

6. Recursos necessários para cada atividade:

Tabuleiro para o Jogo de Marketing (Jogo do Ganso) . Ver modelo no anexo 8.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto : Esta etapa do Projeto Yard4All será executada nos meses de abril a maio, numa ou duas sessões, dependendo da disponibilidade das aulas, dos professores e dos currículos.



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

8. MODELOS / FERRAMENTAS

Ver anexo 8

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 9: Produção

É hora de colher todos os nossos esforços!

Já criamos uma empresa, um plano de marketing, sabemos o quanto temos que vender para evitar perdas e, o mais importante, temos clientes que já solicitaram os nossos produtos!

Agora temos que organizar tudo para apresentar e vender as nossas colheitas na feira.

2. **OBJETIVOS de APRENDIZAGEM**

✓ **Objetivo Geral:**

- Concluir o processo de produção

✓ **Objetivos específicos:**

1. Conhecer os passos das etapas finais de produção, a saber: colheita, transporte, armazenamento e embalagem;
2. Cuidar do produto durante todo o processo;
3. Promover a cooperação e a colaboração trabalhando como parte de uma equipa;
4. Promover a eficácia e eficiência dos participantes, tanto individualmente como enquanto parte da equipa.

3. **IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA -** jogo do projeto Yard4all será dividido em duas etapas:
   1. Grande Prémio / peddypaper
   2. Concurso de embalagens

As duas etapas destinam-se ao conhecer e experimentar a fase de pós-produção dos legumes, informando os participantes que, após o cultivo dos vegetais, ainda há muito trabalho a ser realizado, e de que forma podemos fazê-lo.

- **Definição de atividades**:
  Esta atividade consiste em 2 etapas:

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Fase 1: Gincana/peddy paper
- Fase 2: Concurso da Embalagem

ETAPA 1 (Sessão 1)

Duração: 50'

A primeira etapa será dividida em três fases diferentes:

a) Colher
b) Transportar
c) Armazenar

O desenvolvimento do jogo consiste num peddy paper por equipas.

A horta/ jardim será dividido em setores de acordo com o produto.

Cada equipa colhe um vegetal de cada vez durante um determinado período de tempo (ou seja, 3 min para cada produto). Antes do início da competição, todas as equipas contribuem para definir algumas regras sobre "como colher vegetais de forma correta", utilizando um *flipchart*, para evitar destruir a horta e/ ou os próprios vegetais. O professor reforçará a importância de serem cuidadosos no (colher-trasportar-armazenar) para obterem bons resultados em detrimento de serem rápidos.

O professor controlará o tempo, e indicará com um apito quando os grupos devem alterar o produto que estão a colher.

❖ *Estação 1: Recolher o produto*

Durante o tempo estipulado, os participantes terão que encher as caixas até uma determinada quantidade. Findo o tempo, devem passar a caixa para o próximo parceiro (transporte).

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- *Estação 2: Transporte*

Um segundo parceiro virá recolher a caixa e transportá-la o mais rápido possível, sem deixar cair ou danificar o produto.

- *Estação 3: Armazenamento*

O parceiro de armazenamento receberá o stock e armazená-lo-á corretamente. Eventualmente,terá também de pesar e rotular o stock.

A equipa que conseguir armazenar maior quantidade de vegetais é a vencedora.

ETAPA 2 (Sessão 2)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Duração: 50'

Embalagem. As equipas de trabalho empenham-se na construção de uma embalagem criativa e atraente.

No final, haverá um júri que vota na melhor embalagem, tendo em conta:

- Projeto
- Uso de materiais reciclados
- Rotulagem

**O júri pode ser formado por um membro de cada equipa, que assume um papel neutro.*

4. Duração de cada atividade:

A atividade deve ser realizada durante o mês de maio, quando as culturas estão prontas para a colheita. A atividade será dividida em duas etapas:

- Fase 1: 50'
- Fase 2: 50'

5. Encadeamento das atividades:

O núcleo desta atividade é muito significativo e está intrinsecamente ligado aos restantes passos do jogo. Através desta etapa, todas as atividades anteriores serão materializadas na colheita do valioso produto em que as crianças têm trabalhado nos meses anteriores. Neste caso, os participantes irão interagir ativamente com o produto e uns com os outros, de modo a preparar os vegetais, cuidando deles em todo o processo de colheita, transporte, armazenamento e embalagem, sendo extremamente cuidadosos tendo em conta a última etapa: Vendas e mercado.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Esta atividade pode ser trabalhada noutras disciplinas:

- Edução Física: o desenvolvimento desta atividade no âmbito da Educação Física é muito conveniente porque está relacionado com capacidade de movimento, velocidade e coordenação. Dependendo do circuito desenhado pelo professor, pode ainda incluir exercícios de equilíbrio, saltos, escalada, etc.
- Matemática: Como a atividade envolve o uso do Sistema Métrico, o professor pode direcioná-la para exercícios de Matemática relacionados com o uso dessas unidades, como a conversão de Kg em outras unidades do sistema de medição.
- Artes: A Fase 2 está intrinsecamente relacionada com as artes e o artesanato, uma vez que os alunos devem desenvolver uma embalagem criativa. Podem usar materiais artesanais e toda a sua criatividade para construir as caixas/embalagens que vão conter o produto.

6. Recursos necessários para cada atividade:

Para a Fase 1:

- Caixas para os vegetais: para transporte e armazenamento
- Meio de transporte para transportar a produção (carrinho de mão, patins, um canal de distribuição...)
- Sala de armazenamento
- Balança para pesar os vegetais recolhidos

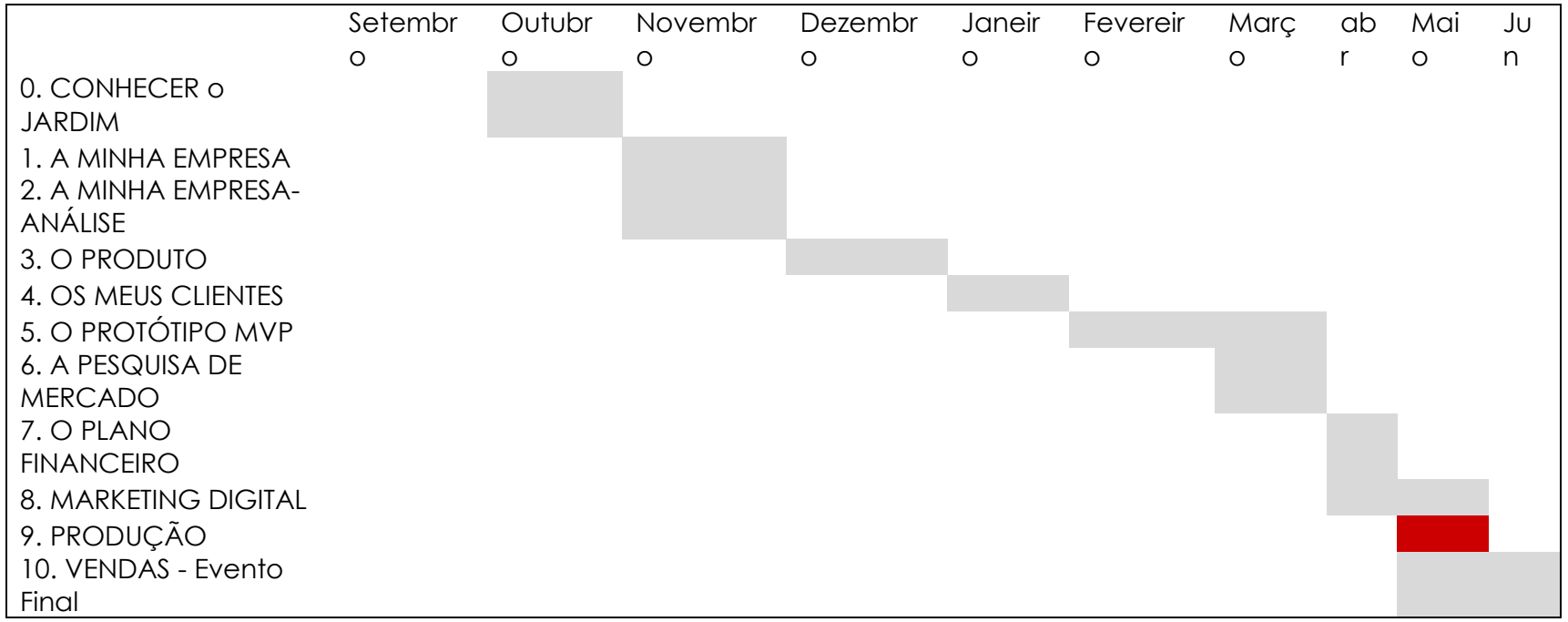
Para a Fase 2:

- Papelão, cartolinas, lápis, marcadores, cola e itens decorativos para criar a embalagem

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. Cronograma do projeto :

Esta atividade deve ser realizada em maio, no mês do projeto.



*O cronograma do projeto é uma sugestão, podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Guia de Marketing empresarial para

PASSO 10: Vendas- Evento Final

1. Introdução

"Festival de Legumes da Nossa Horta" será o último passo do nosso guia de negócios.

Vamos organizar um evento aberto a toda a comunidade onde os participantes podem vender alimentos e artesanato e mostrar o material das etapas anteriores. Podem ainda convidar o público (outros alunos, amigos e familiares) para participar nas atividades. Nesta atividade, os participantes terão a oportunidade de mostrar tudo aquilo em que têm estado a trabalhar.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

✓ **Objetivo Geral:**

- aprender a organizar um mercado de agricultores

✓ **Objetivos específicos:**

1. Fazer com que os participantes pensem no que é necessário para planear um evento;
2. Incentivar o trabalho em equipa e a partilha de tarefas;
3. Melhorar a atividade publicitária ao promover o evento;
4. Fazer parte de um Evento de Vendas desde o planeamento até à finalização do evento.

3. IMPLEMENTAÇÃO EM SALA DE AULA

Esta atividade será realizada por toda a turma para que projetem e planeiem em conjunto uma atividade, que é de todos.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- **Definição de atividades**:

  Atividade 1: Planeamento e Organização do Festival.

  Nesta fase, os participantes organizam-se em pequenos grupos para:

  - Criar uma lista de tarefas; em cada uma devem ficar pelo menos 2 pessoas. Ou seja, decidir quais os produtos que estarão disponíveis e as decorações a utilizar.
  - Fazer uma lista de material e de recursos humanos necessários para cada tarefa.
  - Sinalizar o produto.

  Atividade 2: Promover o Festival. Os participantes terão que produzir 1 tipo de publicidade em formato offline/online. Exemplos abaixo:

  - Offline: F2F, Criação de posters/insígnias/placas ou rótulos para colocar nas mesas e/ou nos produtos.

  - Digital: criação de um pequeno vídeo, publicação nas redes sociais/blog ou site da escola, por exemplo.

  Atividade 3: " Festival de Legumes da Nossa Horta". Neste evento de entrada livre os participantes terão a oportunidade de vender vegetais/alimentos e artesanato. Poderão ainda mostrar os materiais que criaram a partir das etapas anteriores e até convidar o público (outros alunos, amigos e familiares) a participar em alguns dos jogos que têm vindo a realizar durante todo o processo.

4. **Duração de cada atividade**: As atividades de preparação (1 e 2) estão planeadas para 2 sessões de 1h cada.

   O " Festival de Legumes da Nossa Horta" (atividade 3) acontecerá num único dia, num evento de entrada livre.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

5. **Encadeamento das atividades**: Através do planeamento, organização e publicidade, os participantes devem ter tudo pronto para o Festival de Legumes da Nossa Horta".
6. **Recursos necessários para cada atividade:**

Atividade 1: Planeamento e Organização do Festival.

- *Flipchart*, caneta e papel.

Atividade 2: Promover o Festival:

-cartolinas, cartão, fita adesiva, cola, corda, pauzinhos, lápis de cores, marcadores...

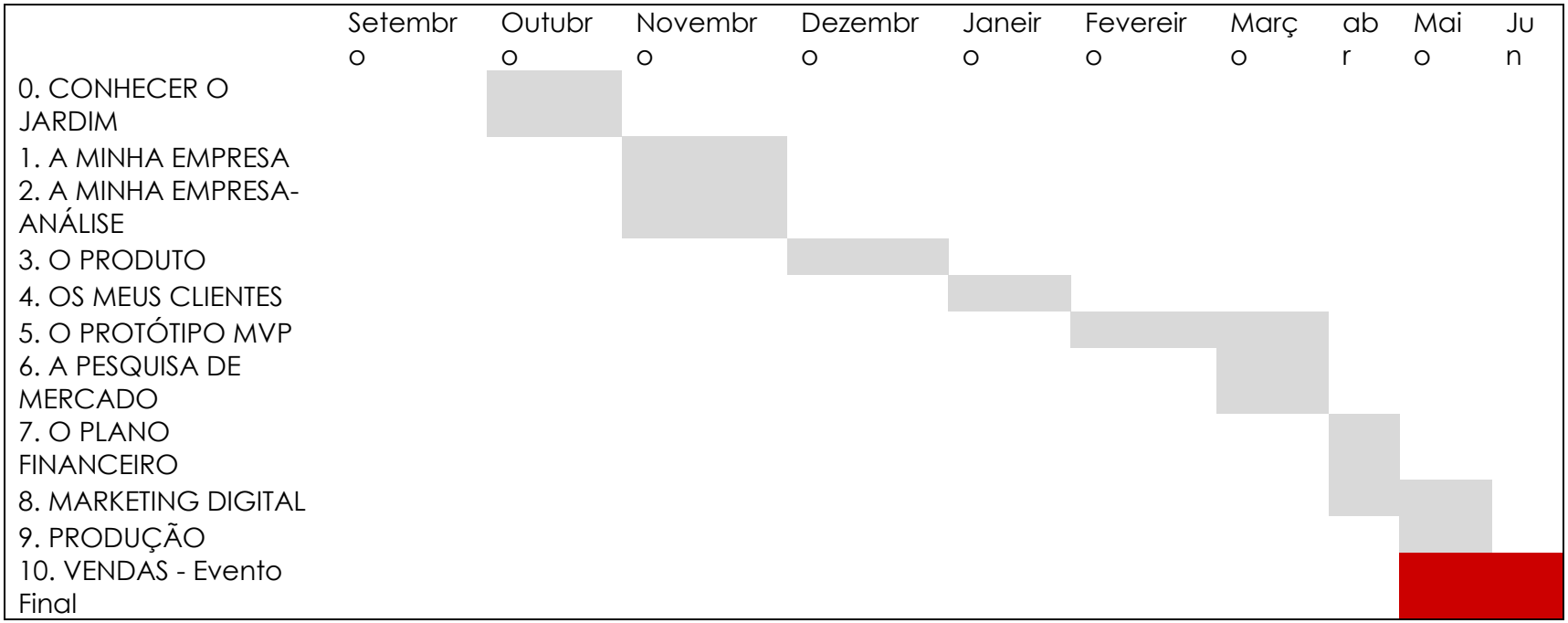
- Online: Uma câmera, PC e internet

Atividade 3: " Festival de Legumes da Nossa Horta"

- Mesas, cadeiras, placas, cartazes, decoração...

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

7. **Cronograma do projeto** : Esta etapa do Projeto Yard4All será executada nos meses de maio a junho, em 4 sessões, dependendo da disponibilidade das aulas, dos professores e dos currículos.



* O cronograma do projeto é uma sugestão podendo ser adaptado em função das necessidades escolares e da realidade de cada país

8. **MODELOS / FERRAMENTAS**

Não é necessário nenhum modelo. Os alunos podem expressar toda a sua criatividade neste evento.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Referências

- Programas de empreendedorismo para crianças, disponíveis em https://eseedling.com/blog/
- FAO; 2007; A horta escolar impulsionando o currículo escolar – Caderno 1; Disponível em: https://biowit.files.wordpress.com/2010/11/caderno_horta.pdf Acesso em 27/07/2020
- Happycode, disponível em: https://www.happycode.pt/?campaignid=1076803610&adgroupid=51646043454&adid=268465690053&gclid=EAIaIQobChMI2bvwsPqV6wIVU_hRCh3t7wqBEAMYASAAEgIvIPD_BwE
- Blog de Cultivo Caseiro. Hortas escolares: 12 atividades para explorar; Disponível em : https://cultivosdacaseiro.pt/cultivar-com-criancas/hortas-escolares-10-atividades-para-explorar/ Acesso em: 27 /07/2020
- Como criar um Avatar Online, disponível em: https://www.topfreewares.com.br/top-5-sites-para-criar-avatar/ - Neste caso é importante contar com o apoio de parceiros para identificar páginas semelhantes no seu próprio idioma que podem ser usadas no projeto.
- Mestrado em 1º e 2º ciclos do ensino básico; Instituto Piaget.
- Neves, Manuela Ricardo; 2014; Organização do Espaço Educacional: "Quebrar" a rotina
- Permacultura disponível em: https://br.pinterest.com/surahalpleiades/hortas-permacultura/
- Público-Alvo: O Que É e Como Definir em 6 Passos (2020) available in: https://neilpatel.com/br/blog/publico-alvo/
- Storyboard disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Storyboard
- Análise SWOT para melhorar o ambiente infantil disponível em http://ikecoalition.org/wp-content/uploads/2015/10/SWOT-analysis-template.pdf
- Wood, Julie; 2018; 5 Coisas para empreendedores teac kids com sucesso: como criar um modelo de negócio viável (parte 3) disponível em: https://eseedling.com/5-things-to-successfully-teach-kids-entrepreneurship-part-3/

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexos
Anexo 1

Tipos de plantas: couve coração, repolho sabóia, alho-francês, beterraba, brócolos, couve-flor, alface, tomate, cebola, malagueta, acelga, courgette, batata, pepino, rabanete, cenoura, salsa, ervilhas, beringela, alho, abóbora, morango.

Ervas aromáticas: hortelã, tomilho, manjericão, hortelã pimenta, oregãos

Escolha 10 para fazer a pesquisa e preencher a tabela

Vegetais	Em que mês do ano é plantada?	De que irrigação precisa?	Espaço necessário na plantação	Colheita	Alternativas de cultivo

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexo 2

Planificação 1.1: MODELO SWOT

	Pontos fortes	Pontos fracos
interno	• Qual é a nossa maior virtude? • Quais as atividades de que mais gostamos? • O que fazemos melhor do que os outros? • No que somos realmente bons? • Que qualidades positivas as outras pessoas vêem em nós? • O que sabemos fazer melhor do que as outras pessoas? • Do que nos orgulhamos?	• Temos experiência suficiente? • O que devemos melhorar? • Quais as características que mais nos afastam dos objetivos do negócio? • Que dificuldades estamos a esforçar-nos por ultrapassar? • O que fazemos unicamente para assegurar que cumprimos com o nosso trabalho? • Há alguns aspetos da nossa personalidade que não gostamos? • Onde falta experiência, recursos ou conexões?
	Oportunidades	Ameaças
externo	• Quais os aspetos externos que nos podem ajudar a	• Quais os aspetos externos que não permitem alcançar os nossos objetivos?

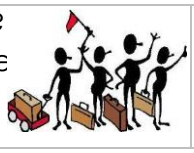
O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

	alcançar os objetivos? • Podemos oferecer algo positivo no setor? • Que recursos temos que nos aproximam de alcançar o nosso objetivo? • Como podemos capitalizar as nossas forças? • Que oportunidades são apresentadas às pessoas que fazem bem as coisas? • Das coisas em que é bom, o que adoraria fazer? • Como podemos minimizar os pontos fracos? • O que gostaria de estudar ou trabalhar no futuro?	• Quais os problemas externos que no meu setor dificultam o alcançar dos meus objetivos? • Há muita concorrência no setor? • Há algumas ameaças que temos de equacionar? • Que problemas poderá a equipa enfrentar?

Planificaç 1.2: Modelo de canvas -

O que temos? (problema)	O que devemos fazer? (solução)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

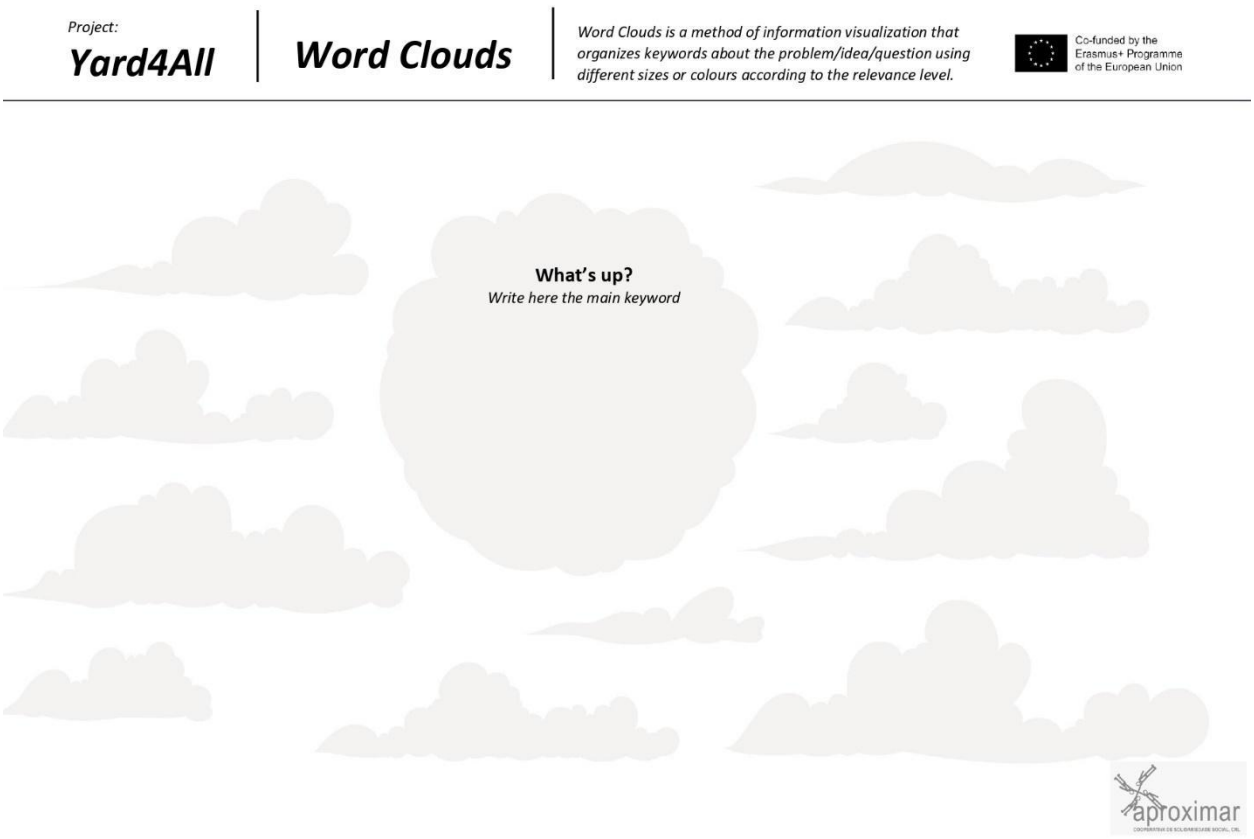
<table>
<tr><td colspan="2">O que o torna especial?
(proposta de valor única) </td></tr>
<tr><td>A quem se destina?
(segmentos de cliente  </td><td>Como contamos às pessoas sobre isso?
(canais) </td></tr>
<tr><td colspan="2">
Por quanto vamos vendê-lo?
(estrutura de custos)</td></tr>
</table>

(Estas imagens são exemplos para os modelos de jogo – os modelos terão todos o mesmo "design", as informações do projeto e o logotipo dos parceiros)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexo 3

1. **NOME** – Planificação - Palavras na nuvem 2.1



(Este modelo é apenas um exemplo, que será feito no modelo do projeto com todos os parceiros envolvidos)

9. **SITE** – Planificação da Palavra 2.2

APRESENTAÇÃO DA PÁGINA:	*Qual a plataforma, ferramenta que será usada para criar a página web.*

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

	(os alunos podem usar sites do Google ou outros, os professores têm que entender se os alunos já têm uma conta no Google ou se os pais permitem que eles a tenham).			
TIPO DE SITE:	*Localização na rede de internet*	*Loja online*	*blogue*	*Página de*
tema:	*negócio*	*Serviços*	*Desenvolvimento comunitário*	*Atividades escolares*
Guias:	*(por exemplo) Casa*	*Catálogo*	*Contacto*	
	Sobre o produto/empresa	*Produtos sasonais*		
	Objetivos			
	Fotos			
ENDEREÇO DA PÁGINA:				

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexo 4

2. **JOGO DA GLÓRIA:** Planificação 3.1

- *O jogo tem casas de tarefas (por exemplo, procura de informações, resposta a uma pergunta, etc.), casas com informações (cartas sobre vegetais, frutas, materiais agrícolas e permacultura), casas de sorte e acaso. Este jogo pode ser jogado em formato de papel (tabuleiro) ou online (gamestructore; gamemaker; etc).*

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Vegetais (6)

alface	A alface é o vegetal ideal para esta atividade. Pode plantar-se em pequenas áreas, cresce facilmente e adora o tempo frio. Muitas variedades atingem a maturidade em 30 dias, e algumas podem até ser colhidas muito mais cedo. Se se plantar alface em plantios sucessivos, com 10 a 14 dias de intervalo, podemos ter uma colheita intensiva. Não é preciso muito trabalho para cultivar alface a partir de sementes. São muitas vezes muito pequenas e exigem apenas uma pequena profundidade para serem plantadas. Cultivar alface em fileiras dá ao jardim/horta um visual tradicional. Pode cultivar-se as mudas de Alface e colocá-las em fileiras de 12 a 18 polegadas de distância com 10 a 12 polegadas entre cada planta. A rega das alfaces deve ser leve, frequente e consistente. (em https://gilmour.com/growing-lettuce)
couve	A couve é da família da "Brassica, como o repolho, os brócolos, a couve-de-bruxelas e outras culturas comuns". Na primavera, a couve pode ser cultivada a partir de sementes e as couve jovens podem começar a surgir muito cedo (3 a 5 semanas antes da última geada). Em muitas regiões, a couve é melhor cultivada no outono, quando as temperaturas são mais frias. A couve tem um sabor melhor quando as folhas amadurecem em tempo frio. Na horta, a couve é versátil, crescendo em camas tradicionais ou camas e recipientes elevados. (em https://www.almanac.com/plant/kale)
Repolho	Os repolhos precisam de um local ensolarado e desolo firme. Sempre que possível, preparar o solo no outono adicionando estrume bem apodrecido ou adubo de jardim e, em seguida, deixar durante o inverno para se consolidar. Antes de plantar repolhos, certifique-se de que o solo está bem firme, planar o terreno com o ancinho. Não devemos cultivar repolhos no mesmo solo onde se cultivaram no ano anterior. Os repolhos são mais adequados para crescer em terreno aberto, mas podemos cultivá-los em recipientes grandes e profundos. Precisam de pouca água, regá-los a cada 10 dias será suficiente. Quando os rebentos começarem a formar-se, crescerão rapidamente com as regas. https://www.rhs.org.uk/advice/grow-your-own/vegetables/cabbages)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

 Cebolas	Podem cultivar-se cebolas a partir de mudas ou sementes. Ao fim de poucos dias - 65 ou menos - começam a formar-se bolbos. As cebolas gostam do tempo frio no início de seu crescimento, por isso devem ser plantadas na primavera — exceto em zonas de inverno ameno, onde as cebolas são cultivadas como se fossem uma cultura de outono ou inverno. Para fazer as mudas use um sacho para fazer orifícios de plantio de 2 polegadas de profundidade e entre 4 a 6 polegadas de distância. Use o espaçamento mais próximo se tenciona colher algumas plantas jovens como o cebolo verde. (em https://www.goodhousekeeping.com/home/gardening/a20705738/how-to-grow-onions/)
 Brócolos	Os brócolos são uma cultura bianual resistente cultivada na época fria. Crescem cerca de 18 a 36 cm e têm folhas largas e grossas e um talo principal grosso. Os brócolos são uma cultura de estação fria. Os brócolos crescem de modo a que a colheita se efetue quando as temperaturas não ultrapassam os 23°C de dia. O melhor é fazer uma plantação no outono ou inverno, no final do verão ou início do outono. Devem plantar-se as mudas de brócolos para o jardim/horta quando tiverem cerca de 4 a 6 semanas, após a última geada da primavera e de endurecer as mudas por 4 dias. (em https://harvesttotable.com/how_to_grow_broccoli/)
 Alho francês	O alho francês é muito resistente e no início do outono está pronto para colher Eles são excecionalmente resistentes, geralmente livres de problemas, e o melhor de tudo fornecem belas hastes longas, desde o outono até a primavera no momento em que outras colheitas estão numa fase inicial. O alho fracês, no início da estação, é menos resistente, mas está pronto no outono, enquanto o alho francês plantado em meados e no final da estação dar-nos-á hastes lisas para o inverno e para a primavera. Cultive o alho francês numa posição solar e aberta em solo bem cavado que tenha muita matéria orgânica adicionada. Semear é muito fácil, comece por peneirar o adubo em vasos em panelas ou bandejas. Tampe suavemente o adubo de vasos para baixo e semeie as sementes muito finamente para que elas caiam cerca de uma polegada (2-3cm) de distância. Deve, também, semear duas sementes por célula em cada bandeja de módulo. Cubra-os com uma fina camada de adubo, e regue-os. Mantenha o composto dos vasos húmido enquanto as sementes germinam e as mudas crescem. As sementes precoces devem ser colocadas num parapeito com boa exposição solar ou numa estufa onde o calor incentivará um crescimento mais rápido. À medida que as mudas crescem, você pode

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

	se querer separá-las e colocá-las em potes individuais. (em https://www.growveg.co.uk/guides/growing-leeks-from-sowing-to-harvest/)

Frutas (5)

maçã	Cultivar frutas requer um compromisso de longo prazo, sendo necessário, por exemplo, podar macieiras. As maçãs têm o nome botânico de Malus doméstico, e precisam de muita exposição solar. O solo tem que ser argiloso e com um PH neutro. A época de floração é o verão e o outono com flores cor-de-rosa. (em https://www.almanac.com/plant/apples)
melancia	As melancias não são particularmente difíceis de cultivar, mas são tão exigentes, que não se consideram uma planta adequada para pessoas com pouco espaço, água ou solos médios. As melancias precisam de solos profundos e ricos. Para cultivar melancias, ajuda a elevação do solo (fazer montes ou cumes). Depois de algumas semanas podemos ver quais as plantas de melancia que crescem mais fortes, e as mais fracas. (https://www.tropicalpermaculture.com/growing-watermelons.html)
Peras	As peras - "pyrus" - precisam de exposição solar completa e um tipo de solo argiloso e arenoso, o tempo de floração é o verão e o outono. Cultivar peras é mais fácil do que outras frutas, porque têm menos problemas com pragas e doenças. Existem muitos tipos diferentes de peras; alguns são mais adequados para se comer em cru, outros para cozinhar. (https://www.almanac.com/plant/pears)
Amoras	As amoras - "Rubus fruticosus" - precisam de uma exposição solar completa, um solo arenoso e um solo com PH ácido. A floração dá-se no verão e têm flor. Existem três tipos de amoras: espinhosas eretos; ereto espinhos e sem espinhos. Amoras eretas são arbustos que se sustentam, enquanto as outras amoras têm hastes longas que devem ser entrelaçadas para apoio. Todas as amoras são perenes; as raízes sobrevivem ano após ano. No entanto, o topo da planta acima do solo é o que chamamos de bienal. Isto

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

	significa que as hastes crescem vegetativamente durante um ano, dão frutos no ano seguinte, e depois morrem. No entanto, todos os anos nascem novas hastes para substituir as que morreram! Para uma grande colheita de frutas e para evitar uma planta com hastes improdutivas, a poda é importante. (em https://www.almanac.com/plant/blackberries)
 Limão e Laranjas	**As Toranjas** de tamanho padrão e as laranjeiras podem crescer de 18 a 22 pés de altura, enquanto as variedades anãs só crescem de 8 a 12 pés de altura. A maioria das variedades cítricas são auto-férteis, ou seja, para se produzir fruta, basta que haja uma. Em média, a produção de frutas começa quando as árvores têm entre 3 e 6 anos de idade; no entanto, o tempo exato dependerá do tipo de cítrico (limões, laranjas, toranja, etc.), do cultivo, do clima, da saúde da planta e dos cuidados a ter, entre outros fatores. A floração não é sazonal, mas ocorre durante o tempo quente e chuvas regulares. As flores e os frutos podem coincidir. (https://www.almanac.com/plant/lemons-oranges)

Materiais (5)

 compostagem	A compostagem é um processo que visa transformar matéria orgânica em material valioso. Consiste na decomposição de resíduos domésticos pela ação de microrganismos que na presença de oxigénio (processo aeróbico) se transformam numa substância chamada composto. O composto obtido no final do processo será usado como fertilizante, uma vez que melhora em grande parte a estrutura do solo. O composto desenvolve fungicidas naturais e organismos benéficos que ajudarão a eliminar os organismos patogénicos que podem perturbar o solo e as plantas. (em Yard4All – Manual de Manutenção de Jardim Orgânico)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

	Materiais que nunca devem ser usados na pilha de adubo: Peixes, carnes, conchas, laticínios e gorduras; Excrementos de animais (pois podem conter agentes patogénicos que podem sobreviver ao processo de decomposição); Resíduos de jardins tratados com agrotóxicos; Plantas doentes ou infestadas; Cinzas; Sementes com sementes (se o composto for usado no campo); Têxteis, tinta, baterias, vidro, metal, plastico, medicamentos, produtos químicos. Tamanho dos resíduos: deve ser de 3 a 7 cm, dependendo do uso do produto final (em Yard4All – Manual de Manutenção do Jardim Orgânico)
 como	Uma enxada é uma ferramenta de mão antiga e versátil usada para moldar o solo, controlar as identidades, limpar o solo e colher culturas radiculares. A modelagem do solo pode ser feita empilhando o solo ao redor da base das plantas (colinas) ou criando sulcos estreitos (regos) e trincheiras rasas para o plantio de sementes e bolbos. O controlo de ervas pode ser feito com a ajuda de uma enxada cortando as folhagens das raízes e limpando o solo de raízes antigas e resíduos de culturas. Os sachos podem ser usados para escavar e mover o solo usado na colheita de culturas radiculares, como as batatas. (em https://fmexim.com/agricultural-tools.php)
solo	
 PÁ	Uma pá é uma ferramenta para escavar, levantar e mover materiais a granel, como solo, carvão, cascalho, neve, areia ou minério. As pás são usadas extensivamente na agricultura, construção e jardinagem. A maioria das pás são ferramentas manuais que consistem numa lâmina larga fixada num cabo de comprimento médio (em https://fmexim.com/agricultural-tools.php)
 ancinho	Considerando a lista de nomes de ferramentas agrícolas, o ancinho é uma ferramenta muito comum para qualquer tipo de quinta. Existem vários tipos de ancinhos disponíveis. A sua principal função é soltar e nivelar o chão. O ancinho tradicional evoluiu e deixou de ser manual ou puxado por animais para passar a ser feito por tratores. (em https://farmingmethod.com/modern-farm-tools/)

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

carrinho de mão	O carrinho de mão tem apenas uma roda, costuma ser empurrado e guiado por uma única pessoa usando duas pegas na parte de trás. Também é conhecido como "carrinho de rodas". O uso de carrinhos de mão é comum nas obras e na quinta/horta. A capacidade padrão é de cerca de 100 litros de material. (em https://farmingmethod.com/modern-farm-tools/)

Tarefa (6)

Perguntas	**Respostas**
Que mistura se pode usar para adicionar nitrogénio e outros nutrientes ao solo?	Para recuperar o solo podemos usar uma mistura de girassol, ervilhaca, trevo e linho, com estrume animal não totalmente fermentado.
Quais os principais tipos de solo que temos?	2 – Solo de areia e argila.
Quais são os micronutrientes para o solo?	Nitrogénio, fósforo e potássio
O que falta nas plantas desta imagem?	azoto
O que acontece quando se usa sementes geneticamente modificadas?	Torna-se estéril em duas ou três gerações.
Que tipo de sementes devemos usar para poder obter melhores resultados?	Sementes orgânicas, não–híbridas, não geneticamente modificadas
O que falta nas plantas desta imagem?	magnésio

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Qual deles NÃO é um vegetal? malaguetas tomate pepino Todas as opções	Todos
O que torna as frutas e os legumes verdes? Um produto químico chamado clorofila Se eles crescerem no subsolo Se eles forem colhidos antes de estarem maduros vitamina A	Um produto químico chamado clorofila
Que percentagem de água tem a batata? 5% 20% 50% 80%	80%

Informações recolhidas no Yard4All – Manual de Manutenção de Hortas Orgânicas e https://www.beano.com/posts/the-ultimate-fruit-vegtable-quiz

Factos Interessantes sobre Permacultura (4)

A permacultura é a arte de criar espaços de convivência e territórios funcionais, de comércios e vidas que são significativas e inspiradas pela natureza. Também envolve cuidar das pessoas, do nosso planeta e partilhar os recursos de forma equitativa. Mas também envolve muitas outras coisas, das quais não temos consciência. (louisbonduelle.org/en/2017/11/21/permaculture-agroecology/https://www.fondation)
A Permacultura é a combinação dos termos "cultura permanente" e "agricultura permanente" (em https://www.onegreenplanet.org/animalsandnature/5-things-you-need-to-know-about-permaculture/)
• Destruição de ambientes naturais • Mudanças nos padrões climáticos e climatéricos • Danos e esgotamentos de terras agrícolas e solos, poluição de rios, lagos, oceanos, terra e ar • Perda de muitas espécies maravilhosas e úteis, de plantas e animais

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Muitas pessoas pobres e famintas, sem quaisquer certezas se vão conseguir ter uma próxima refeição.

(Em https://www.permaculturenorthernbeaches.org.au/get-into-permaculture)

Sorte (3)

Escolha um dos seus adversários e dê -lhe a primeira carta do baralho com tarefas. O participante deve realizar a tarefa e se não responder ao que lhe for solicitado, deve voltar para a casa que lhe for atribuída.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexo 5

3. **STORYBOARD:** Planificação 5.1

Scene:	**Scene:**	**Scene:**
Draw your school garden	Draw your team	Draw the seeds you planted
Scene:	**Scene:**	**Scene:**
Draw the veggies you expect to come out	Draw your client	Draw a dish you can make with the veggies you will harvest

Create your own at Storyboard That

Anexo 6

Introdução para os participantes:

Olá caro futuro comprador!

Obrigado por participar nesta entrevista, que será fundamental para o nosso trabalho e para o desenvolvimento do nosso pequeno negócio.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Precisamos que responda a estas perguntas com total sinceridade, pois isso ajudar-nos-á a encontrar os pontos fortes e fracos da nossa ideia.

Obrigado!

PADRÕES DE USO / COMPRA DE LEGUMES

- Quantas pessoas moram na sua casa?
- Quantas crianças? Adultos?
- Quem em casa come vegetais?
- Com que frequência come vegetais?
    - Todos os dias
    - semanalmente
    - Raramente
- Com que frequência compra vegetais?
    - Todos os dias
    - semanalmente
    - 2 vezes por mês
- O que normalmente compra? Quais os preferidos?
- Compra vegetais que não tenham bom aspeto? Porquê?

Considerações de seleção de Vegetais

- Como decide o que comprar?
- Compra vegetais sazonais? Ou compra o que há na época?
- Faça uma lista dos 5 vegetais que são mais consumidos na sua casa.

Uso de legumes

- Como prepara os vegetais?
- Come vegetais crus?
- Que tipo de pratos cozinha?
- Dê-nos uma ideia para fazer um livro de receitas com vegetais

REAÇÕES AO CONCEITO DE NEGÓCIO

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Estamos a fazer uma pesquisa sobre os produtos que vamos produzir na nossa Horta/ jardim escolar e verificar se o negócio será bem sucedido ou não

- O que acha dessa ideia?
- Estaria interessado em comprar produtos da nossa horta/jardim?
- Por que compraria produtos da nossa horta/jardim?
- Confia na capacidade das crianças para poder cultivar esses produtos?
- Como espera que os vegetais que cultivamos sejam?
    - Forma / aparência? sabor? textura? porquê?
- Já comprou produtos orgânicos?
- Conhece algum lugar onde vendem frutas orgânicas ou vegetais?
- Acha que há necessidade de vegetais orgânicos na sua zona?
- Acha que há diferença nos nossos produtos e os produtos do supermercado?

Embalamento

Estamos a criar a embalagem para os nossos produtos e gostaríamos que nos ajudasse.

- Como gostaria que fosse?
- Que materiais devemos usar?
- Que materiais devemos evitar?
- Usaria uma cor específica?
- Algum formato especial?
- Quantos legumes devem ir em cada embalagem?

Anexo 7

GRUPO 1:

- INICIE A EMPRESA COM UM LUCRO DE € 1000
- materiais:

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- 3 papéis coloridos, 2 lápis ou canetas, 2 cartolinas, 2 páginas de jornais antigos

	custo	benefício
material		
Contas		
escritório		
(utilidades: Eletricidade + água)		
Trabalhadores		
venda		
publicidade		
banco		
outro:		
outro:		
total		
SALDO (benefício – custo)		

GRUPO 2

INICIE A EMPRESA COM UM LUCRO DE € 500

- materiais:
  - 1 tesoura, 3 pacotes de plasticina de 3 cores diferentes, cola

	custo	benefício
material		
Contas		
escritório		
(utilidades: Eletricidade + água)		
Trabalhadores		
venda		
publicidade		
banco		
outro:		

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

outro:		
total		
SALDO (benefício – custo)		

GRUPO 3

- INICIE A EMPRESA COM UM LUCRO DE € 200
- materiais:
    - 1 tesoura, alguns papéis coloridos, 3 pacotes de plasticina, lápis de cor ou canetas coloridas, 2 cartolinas, fita adesiva, 1 jornal antigo

	custar	benefício
material		
Contas		
escritório		
(utilidades: Eletricidade + água)		
Trabalhadores		
venda		
publicidade		
banco		
outro:		
outro:		
total		
SALDO (benefício – custo)		

Bancários. Ter os materiais para vender e as notas que darão aos diferentes grupos.

- Preço dos materiais:
    - Tesoura: 50€
    - Cola: 50 €

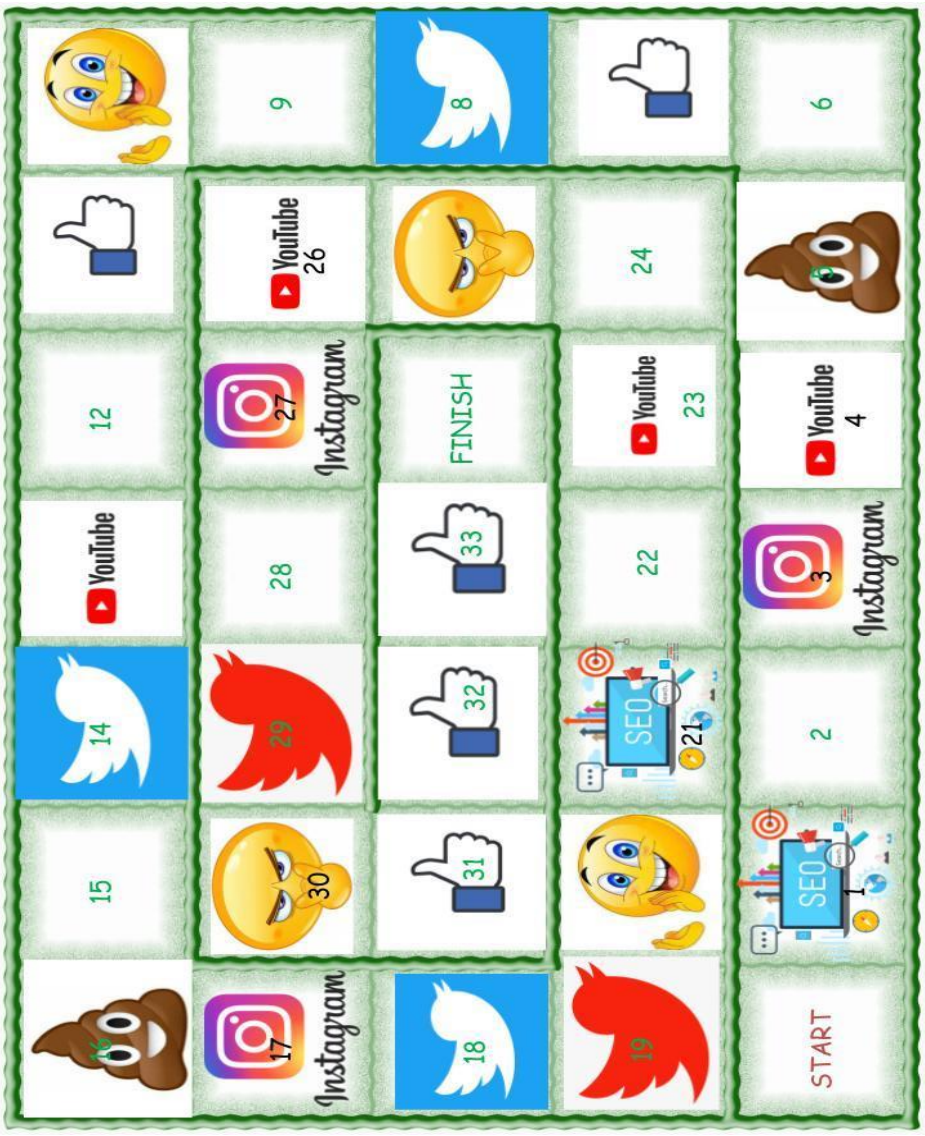
O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

- Fita: 25€
- Plasticina: 10€ por unidade
- Jornal: 0,20 por página
- Papel colorido: 5€ por unidade
- Cartão/cartolina: 10€ por unidade
- Cores: (30€ por pacote/1€ por unidade)
- Notas: entregar pelo menos 2 frases postivias e 2 negativas a cada equipa.

- Nota 1: tem 100€ de renda na conta com as vendas de tomate.
- Nota 2: Desculpe... recebemos a conta do aluguer. Deve pagar hoje 120€.
- Nota 3: Más notícias! Recebemos a conta de compra do equipamento. Deve pagar hoje 30€.
- Nota 4: Muita água! Recebemos a conta da água. Deve pagar hoje 50€
- Nota 5: Multa por construir uma sala de ferramentas sem permissão de 200€.
- Nota 6: Um admirador secreto!!! Teve uma doação de 300€.
- Nota 7: A sua mãe apoia o seu projeto e dá-lhe € 500
- Nota 8: Ganhou o concurso de empreendedores escolares. Parabéns! Adiciona € 200 à sua conta
- Nota 9: Um vizinho denunciou a sua atividade porque lhe tira a vista da janela. Tem que pagar € 100
- Nota 10: O banco cometeu um erro e devolve-lhe 500 € de impostos do ano anterior.

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

Anexo 8



O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.

YARD4ALL

Parceiros de projeto:

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um endosso do conteúdo que reflete apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer uso que possa ser feito das informações nele contidas.