

## Empreendedorismo na escola pública: uma experiência no Ensino Fundamental II

ENTREPRENEURSHIP AT PUBLIC SCHOOLS: AN EXPERIENCE REPORT WITH HIGH SCHOOL STUDENTS IN BRAZIL

ALBERTO PASCHOAL TREZ

Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, câmpus São Roque. E-mail: [albertotrez@terra.com.br](mailto:albertotrez@terra.com.br)

Recebido em 20 out. 2015; aceito em 10 jun. 2016, publicado em 06 ago 2016.

**RESUMO.** O conceito de empreendedorismo tem sido relacionado pelos pesquisadores a inovação, desenvolvimento econômico e prosperidade. No entanto, a nova realidade surgida nas últimas décadas tem apresentado uma dicotomia crônica entre desenvolvimento tecnológico e social, ampliando o alcance do conceito para os limites do indivíduo, do cidadão, do trabalhador. Mas, a sociedade e o modelo educacional formal predominante, não parecem priorizar o tema, embora diversas experiências tenham surgido em Instituições ligadas ao empresariado e a algumas Universidades e Institutos. Este artigo apresenta uma destas experiências relatando a metodologia e os resultados obtidos na aplicação de um projeto de Extensão que tem levado algumas práticas de empreendedorismo até os estudantes dos dois últimos anos do Ensino Fundamental II de uma escola pública municipal localizada no município de São Roque, São Paulo. O objetivo principal do projeto desenvolvido em 2014 foi identificar e desenvolver o comportamento empreendedor nos jovens estudantes e simular a criação e o funcionamento de empresas. Foram inscritos 25 estudantes da EMEF Carmen Lúcia que se apresentaram voluntariamente para participar do Projeto, com autorização dos responsáveis. Destes, 15 finalizaram o projeto. Foram aplicadas oficinas semanais, com a utilização de metodologia vivencial que incluiu atividades lúdicas como jogos, dinâmicas em grupo, simulação de realidades, com o objetivo de envolver os participantes e estimular o desenvolvimento de características, conhecimentos e habilidades, próprios de uma pessoa empreendedora, tais como iniciativa, autonomia, criatividade, disposição para enfrentar desafios, identificação de resultados, relacionamento interpessoal, trabalho em equipe, planejamento, implementação e acompanhamento das ações. Os conteúdos e a metodologia das oficinas foram suportadas por pesquisa bibliográfica e experiências do autor. Alguns resultados ficaram evidentes, como a crescente participação dos estudantes, que iniciaram com muita timidez e desconfiança, evoluindo para uma considerável interatividade entre si, discutindo seriamente o empreendimento criado por cada grupo, seus aspectos e seus resultados. Foi constatado, pela avaliação das participações e das decisões tomadas, que diversos conhecimentos relacionados com a gestão do empreendimento foram compreendidos e que aspectos do comportamento empreendedor foram assimilados. No final, foi realizada uma cerimônia de encerramento para a entrega dos certificados de participação. **Palavras-chave:** Empreendedorismo; pedagogia empreendedora; planejamento; gestão.

**ABSTRACT.** The concept of entrepreneurship has been linked by researchers to innovation, economic development and prosperity. However, the new reality emerged in recent decades has shown a chronic dichotomy between technological and social development, expanding the concept of reach for the individual limits, citizen, worker. But society and the predominant formal educational model do not seem to prioritize the issue, although many experiences have emerged in institutions linked to the business community and some universities and institutes. This article presents one of these experiences reporting methodology and the results obtained in the application of an extension project that has led some entrepreneurial practices to the students of the last two years of elementary school II of a public school in the municipality of San Roque, Sao Paulo. The main objective of the project developed in 2014 to identify and develop entrepreneurial behavior in young students and simulate the creation and operation of companies. They were enrolled 25 students EMEF Carmen Lucia that have volunteered to participate in the project, with parental consent. Of these, 15 completed the project. weekly workshops were implemented with the use of experiential methodology that included recreational activities like games, group dynamics, simulation of reality, in order to engage participants and encourage the development of characteristics, knowledge and skills, a person's own entrepreneurship, such as initiative, independence, creativity, willingness to face challenges, identification results, interpersonal relationship, teamwork, planning, implementation and monitoring of actions. The contents and methodology workshops were supported by literature and experiences of the author. Some results of- were evident, as the increasing participation of students, who started with a lot of shyness and diffidence, evolving to a considerable interaction between them, seri-

ously discussing the project created by each group, its aspects and results. It was found, for the evaluation of investments and decisions that diverse knowledge related to project management are understood and that aspects of behavior with-entrepreneur were assimilated. In the end, a closing ceremony was held for the delivery of participation certificates. **Keywords:** Entrepreneurship; entrepreneurial pedagogy; planning; management.

## Introdução

Parece tornar-se cada vez mais difundido e, também relevante, o estudo do empreendedorismo na formação dos estudantes, tanto no Ensino Básico quanto no Superior, como pode ser observado em diversos Projetos Pedagógicos de Cursos aprovados, principalmente, neste início de século. Este fato sugere que tem aumentado a sensibilidade da sociedade e dos que pensam a educação a respeito do tema e de sua importância para o desenvolvimento do cidadão e sua preparação para a vida, inclusive a profissional.

Já há algum tempo, as pesquisas sobre gestão de pessoas e comportamento organizacional têm revelado o maior interesse na contratação de profissionais alinhados com a visão de futuro e com a missão de empresas e instituições, mas, também, com algumas características comportamentais valorizadas pelo mercado de trabalho, como iniciativa, criatividade, comprometimento com os resultados, perseverança, preocupação com a qualidade, liderança, habilidades para atuação em equipes, e diversas outras características, todas próprias de uma pessoa empreendedora.

Mesmo a clássica discussão sobre o empreendedor nato versus a possibilidade de desenvolvimento do comportamento empreendedor, parece já não ter a mesma força, diante dos resultados que se tem alcançado nas escolas e nas organizações com o esforço e investimento na educação empreendedora. No entanto, a realidade parece revelar que, no que tange à formação do estudante nas Escolas, os esforços ainda são pouco significativos, já que os jovens que chegam ao mercado de trabalho, em sua maioria, procuram mais a segurança do emprego formal do que a possibilidade de encontrar trabalho para desenvolver suas competências profissionais.

Em 1980 a FGV (Fundação Getúlio Vargas) de São Paulo, introduziu o curso de empreendedorismo (DEGEN, 2009). A USP, Universidade de São Paulo, iniciou em 1984 o Ensino do Empreendedorismo, com a disciplina Criação de Empresas no curso de Administração da FEA (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade), enquanto que iniciava na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, uma disciplina de criação de empresas no curso de Ciência da Computação. No ano seguinte, o Programa de Pós-Graduação em Administração da FEA incluiu a disciplina Criação de Empresas e Empreendimentos de Base Tecnológica. Em 1992, a FIA (Fundação Instituto de Administração), ofertou o Programa de Formação de

Empreendedores, enquanto a Universidade Federal de Santa Catarina criou a Escola de Novos Empreendedores (ENE). Em 1990, a Universidade Federal de Minas Gerais em parceria com o SEBRAE MINAS, criou o Grupo de Estudos da Pequena Empresa (DOLABELA, 1999).

O SEBRAE MINAS, Instituição de apoio às pequenas empresas de Minas Gerais, adaptou um Projeto da Áustria para desenvolver as competências gerenciais em jovens. Em 1994, três turmas com 30 estudantes cada, iniciaram na Escola Técnica de Formação Gerencial do Sebrae-MG que reuniu o Ensino Médio com o Ensino Técnico em Administração. Este projeto foi expandido para mais três escolas no ano seguinte, nas cidades de Contagem, Itabira e Patos de Minas, dando início a um projeto maior denominado Sistema de Formação Gerencial (SEBRAE, 2015). Em 2014, o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, no Campus de São Roque, São Paulo, iniciou dois projetos com o tema Empreendedorismo: o Projeto de Ensino Grupo de Estudos em Empreendedorismo e o Projeto de Extensão Empreendedorismo no Ensino Fundamental II, sendo este o foco deste artigo.

O objetivo geral deste artigo é apresentar a experiência desenvolvida junto aos alunos do Ensino Fundamental com práticas de ensino-aprendizagem sobre empreendedorismo baseadas em atividades lúdicas para simular situações que permitiram a revelação de características do comportamento empreendedor dos participantes e a criação de empreendimentos como método para oportunizar a compreensão e a assimilação de elementos como: planejamento, comercialização, finanças, trabalho em equipe e avaliação de resultados. Os objetivos específicos são: apresentar o Projeto de Extensão e a metodologia empregada; avaliar o desenvolvimento de características empreendedoras dos participantes e habilidades de gestão; e verificar os resultados.

Nossa hipótese é que a educação empreendedora, com base em uma metodologia cooperativa e vivencial, pode aumentar o interesse dos estudantes pela aprendizagem, além de conduzir a uma nova disposição diante da vida, melhorando sua percepção da realidade e expectativas para o futuro.

O Projeto foi desenvolvido pelo Instituto Federal de Educação de São Paulo, Campus de São Roque, em parceria com o Departamento de Educação de São Roque, São Paulo, e a Escola Municipal de Ensino Fundamental Professora Carmem Lúcia Blanco Carvalho de Brito localizada no bairro de Vila Amaral. Os estudantes que participaram

do projeto foram convidados e apresentaram-se voluntariamente para frequentar as oficinas em período oposto ao das aulas normais da escola.

As bases para desenvolvimento das oficinas tanto do ponto de vista teórico quanto metodológico, são baseados em estudos de diversos pesquisadores, como, por

exemplo, Dolabela (1999) que considera o uso da tecnologia, da capacidade de produção, do controle de custos e a qualidade, como variáveis que já não são diferenciais nas empresas, mas condições necessárias, porém não suficientes, para que consigam competir e permanecer no mercado.

O profissional que busca oportunidades de trabalho nas empresas e que é formado desde a infância para ser um empregado nos padrões tradicionais, pode não atender mais as demandas das organizações. Outro profissional, desenvolvido segundo os princípios do empreendedorismo tem outras características adicionais que são bem pontuadas nos processos de seleção, como a autonomia, a capacidade de fazer uma leitura crítica de diferentes situações, a percepção dos impactos do ambiente externo em suas atividades, a pró-atividade, a preparação para aprender a aprender, a criação de redes de relacionamento, a criatividade, a visão de futuro, o prazer em realizar, as noções sobre as funções da administração de tarefas, e outros aspectos de caráter comportamental.

Degen (2009), por outro lado, ao referir-se a outro tipo de desafio como o desejo de desenvolver um negócio próprio, identifica quatro papéis que os protagonistas devem estar dispostos a desenvolver, de acordo com o tipo de empreendimento: empreendedor e empresário, que são importantes diante de negócios de alto risco; executivo e empregado, importantes em negócios de baixo risco. Mas, pelas estatísticas sobre o desaparecimento prematuro da maioria dos negócios, não parece haver consciência nem conhecimento sobre o que sejam estes papéis.

Novos negócios surgem do ímpeto de empreendedores, porém a ousadia criativa não é suficiente para a sustentabilidade do empreendimento. Um planejamento é necessário, e com base em quatro atividades básicas: diagnóstico empresarial, definição de objetivos, definição de políticas e estratégias, definição do orçamento. Portanto, o comportamento empreendedor não pode ser descolado da gestão do empreendimento (SAUAIA; SYLOS, 2008).

Diante destas perspectivas teóricas, o Projeto Empreendedorismo no Ensino Fundamental II, foi desenvolvido com dois eixos principais: o primeiro tratando do comportamento empreendedor, com conteúdos desenvolvidos a partir da realidade dos

participantes e de suas características pessoais e sociais; e o segundo com os conceitos e práticas da Administração: marketing, operações, gestão de pessoas e finanças. O Projeto utilizou uma metodologia cooperativa e procurou respeitar a idade dos participantes (em média 14 anos), as suas condições socioeconômicas, os conhecimen-

tos obtidos no Ensino Fundamental e os seus interesses pessoais.

O artigo apresenta sequencialmente o método utilizado e as estratégias de conteúdos; o referencial teórico tratando de aspectos da educação empreendedora e do comportamento empreendedor, e de elementos de um plano de negócio; finalizando com uma reflexão sobre as práticas e os resultados obtidos no Projeto em 2014.

## Método

Diversos desafios foram considerados no desenvolvimento do Projeto tendo em vista o tema e o perfil dos estudantes. Um deles foi com relação ao método a ser utilizado nas oficinas para transmitir os conteúdos, diante de sua complexidade, e a necessidade de serem associados a práticas, evitando que a percepção do participante captasse apenas aspectos teóricos, distanciando-o dos objetivos do Projeto e da motivação necessária para utilizar sua criatividade, desenvolver atividades coletivas e buscar resultados. Além disso, foi necessário considerar a idade dos jovens estudantes, suas expectativas precoces com relação ao mundo do trabalho e às formas de inserção para atender às demandas da sociedade e da economia. Finalmente, houve a preocupação em envolver os familiares ou responsáveis, pelos estudantes, e eventuais professores da Escola Municipal, interessados pelo projeto.

A proposta metodológica foi a de prestigiar a aprendizagem, ou seja, assegurar a perspectiva de quem está aprendendo e não a de quem está ensinando, isto é, colocando o estudante como protagonista. Portanto, a aprendizagem deveria ocorrer de forma cooperativa (CARVALHO, 2015), com a efetiva participação dos estudantes, levando-se em conta as cinco dimensões da aprendizagem: atitudes e percepções positivas sobre a aprendizagem; aquisição e integração do conhecimento; extensão e aperfeiçoamento do conhecimento; uso significativo do conhecimento e hábitos produtivos do uso da mente.

O esforço foi para adaptar os conteúdos a situações que simulassem eventos semelhantes à realidade, forçando os participantes a envolverem-se nas discussões e a terem que tomar decisões e assumir ações que conduzissem à aprendizagem. Ou seja, trata-se do aprender fazendo, com base na vivência (KOLB *apud* SAUAIA, 2013) e de acordo com um ciclo de aprendizagem que considera quatro etapas: a vivência concreta de uma situação-problema proposta a pequenos grupos criados entre os participantes e que deveriam planejar e realizar algumas ações definidas por eles; a observação reflexiva com base em resultados obtidos por cada grupo; a discussão destes resultados com base nas teorias e a experimentação ativa que seria a revisão do planejamento inicial. Logo, o ciclo permitiu fazer e refletir, numa dinâmica que conduziu à aprendizagem.

Este Projeto exigiu forte investimento no planejam-

to de oficinas que fossem criativas, mas comprometidas com os objetivos dos conteúdos previstos. Para a definição das oficinas foram estabelecidos alguns princípios que deveriam ser respeitados para todas elas: mínimo de exposição de conteúdos; criatividade para surpreender os participantes; exploração e respeito aos pensamentos, interesses e experiências dos estudantes; e coerência com os conteúdos teóricos.

Para tornar o projeto factível, foi inserido um bolsista extensionista, de acordo como programa do IFSP para incluir estudantes nos projetos para estimular o seu desenvolvimento. A seleção obedeceu a um Edital da área de Extensão, sendo selecionado um estudante do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas. Mais tarde, mas ainda nas semanas iniciais do Projeto, apresentou-se uma estudante do curso de Tecnologia em Gestão Ambiental, que pediu para participar do projeto como voluntária. Foi aceita e contribuiu muito com o sucesso do projeto.

Os estudantes do oitavo e do nono ano do Ensino Fundamental da EMEF Carmem Lúcia, foram convidados para participar do Projeto. Portanto, a inscrição foi voluntária bem como a frequência nas oficinas. Estes elementos, voluntariedade e interesse em frequentar, mantém coerência com os princípios do empreendedorismo. Não há sentido em obrigar alguém a ser empreendedor, a ser criativo, a estar motivado.

No entanto, todos os convidados sabiam que para receber os certificados, haveria a necessidade e uma participação mínima nas oficinas.

As oficinas foram estruturadas segundo um modelo que previa as seguintes fases: recepção dos participantes (saudação individual de boas vindas, criação de um crachá pelo próprio participante em etiqueta adesiva, assinatura da lista de presença); compartilhamento dos objetivos da oficina; dinâmicas temáticas; reflexão ao final de cada aplicação sobre o que foi aprendido. Como evidências das aplicações foram providenciadas fotos das aplicações, incluindo fotos dos participantes (estudantes, coordenador, bolsistas) e do ambiente (salas utilizadas, laboratórios e lousas).

## Escola pública

Como o Projeto foi desenvolvido em uma Escola Pública, cabe aqui uma reflexão sobre este ambiente de ensino-aprendizagem, algumas vezes apenas de ensino. Paro (1996) revela a frustração da Diretora de uma Escola Pública ao perceber que mesmo com um modelo centralizado de direção, com o sonho de melhorar a Escola e suas práticas educadoras, encontrou no sistema educacional vigente o descaso diante da precariedade da escola. A educação escolar tem um componente informativo, que retrata a aprendizagem dos conteúdos dos componentes curriculares, e um componente formativo, que se refere ao comportamento e à convivência social. Considerando que ambos os componentes são importantes, todos na escola

são agentes deste processo e, portanto, todos devem ser considerados educadores. Segundo a pesquisa realizada pelo autor, a escola deve transmitir o conhecimento e passar uma visão de mundo, mas destaca que alguns pais apontaram para o caráter domesticador da escola, ou seja, o estudante deve ser, pensar e agir do modo que a escola determina.

Para a atuação em uma escola pública, é importante refletir sobre a sua realidade e suas práticas, e, neste caso cabe fazer a distinção entre escola tradicional e escola arcaica quando se compara a escola pública atual e a de algumas décadas atrás. No primeiro caso, segundo Cortela (1997), trata-se de características positivas que devem ser preservadas, enquanto que o arcaico é algo a ser modificado e melhorado, ou abandonado, por não ter aplicabilidade nas novas circunstâncias. Como exemplos de aspectos tradicionais: a preocupação com a formação do professor e o reforço do papel

do professor no processo ensino-aprendizagem. Já sobre os aspectos arcaicos: desconsideração da realidade do estudante fora dos muros da escola e a subestimação da capacidade do aluno.

Desde que o processo de democratização do ensino público foi iniciado no final dos anos 1950, a realidade da escola pública mudou, assim como os estudantes. Mas, a preparação dos professores continua com base em uma realidade e um aluno, ideais. No entanto, embora a formação pareça continuar sendo insuficiente, ela precisa ser contextualizada segundo os valores que identifiquem as necessidades e interesses da comunidade. Portanto, neste caso, a participação da comunidade ganha importância. Esta participação pode ser determinada pelas seguintes variáveis: condicionantes socioeconômicas da vida da população que determinam as disponibilidades de tempo e disposição pessoal para participar; condicionantes culturais e a visão das pessoas que lhes proporcione a vontade de participar; condicionantes institucionais que seriam os caminhos para a participação (PARO, 1996).

Cortela (1997) relata ainda o caso de alguns índios da Amazônia que foram trazidos a São Paulo para uma visita, e durante um passeio pelo Mercado Municipal, viram uma criança recolhendo alimentos do chão. Ao indagarem sobre as razões da criança recolher os alimentos estragados ao invés daqueles de boa qualidade sobre as bancas, foram informados que isto acontecia por falta de dinheiro da criança e de seus pais. Por não terem sido civilizados nas escolas, os índios não conseguiram compreender aquela realidade. Conclui o autor: o grande desafio dos educadores é a junção entre a epistemologia e a política com o esforço para explicar a realidade e a crença de que há um fatalismo que não pode ser superado. Cabe à educação, praticar uma ética contra uma realidade dada, valorizando a possibilidade de dizer não e a possibilidade de buscar novos caminhos.

## Empreendedorismo e plano de negócio

Este tópico pretende delimitar, segundo alguns autores, o campo do empreendedorismo e sua ferramenta típica denominado de plano de negócio. Para Dolabela (2006) o empreendedorismo é mais do que um instrumento de crescimento econômico, pois serve para o desenvolvimento social e ao ser disseminado por meio da educação pode promover uma mudança cultural. O termo empreendedorismo tem origem na palavra inglesa *entrepreneur* que, por sua vez, deriva do termo em francês *entreprendre*. Empreender seria a realização dos sonhos, o fazer acontecer. *Entrepreneurship* contém as ideias de inovação e iniciativa e pode conduzir à realização pessoal (DOLABELA, 1999).

O protagonista é o empreendedor. Degen (2009), por exemplo, cita o conceito de empreendedor oferecido por Joseph Schumpeter: um agente do processo de destruição criativa que utiliza pequenas empresas inovadoras e agressivas como instrumento. Mas, para Dornelas (2014), o empreendedor brasileiro é o que menos inova, pois as ideias criativas não podem ser consideradas inovação, por não transformar-se em solução na forma de produtos ou serviços. Se o empreendedor não tiver o hábito de pesquisar e se não dominar um determinado conhecimento, não vai conseguir inovar. Para o autor, existe a prática do empreendedorismo a partir de dois momentos indutores: por necessidade ou por oportunidade. No caso do exercício do empreendedorismo por necessidade, temos as seguintes situações: falta de oportunidade de trabalho formal como empregado; necessidade de recursos financeiros mínimos para arcar com as demandas de sobrevivência; carência de conhecimento explícito; demissão e desemprego. No caso de empreendedorismo por oportunidade, temos: decisão planejada; ideia, descoberta ou inovação; convite; busca sistemática para ganhar dinheiro ou se realizar financeiramente; desejo de autonomia; projeto pós-aposentadoria; missão de vida.

O empreendedor bem sucedido seria aquele que inconformado com os produtos e serviços existentes, está disposto a melhorá-los, ou que procura superar o que existe no mercado criando novos produtos e serviços, segundo o conceito de destruição criativa (DEGEN, 2009). Mas, o autor ainda faz uma reflexão sobre as razões que levam muitas pessoas a não fazer a opção de ser empreendedor: não ter a necessidade de desenvolver um negócio próprio; não estar motivado para ganhar muito dinheiro; não estar disposto aos sacrifícios de ter um empreendimento próprio. Um aspecto interessante ressaltado pelo autor é o caso de empreendedores sem capital para estabelecer seus sonhos, e que precisam começar com atividades mais simples, quase

sempre de natureza informal, mas que sentem certa inibição diante dos familiares e dos amigos. Trata-se da barreira criada pela imagem social.

Há vários tipos de empreendedores: empreendedor in-

formal; empreendedor cooperado; empreendedor individual; franquia; empreendedor social; empreendedor corporativo; empreendedor público; empreendedor do conhecimento; negócio próprio (DORNELAS, 2014). Para o autor, as características empreendedoras são: motivação; iniciativa; paixão; visão; networking; liderança; trabalho em equipe; fazer a diferença; conhecimento; criatividade; dinamismo; assumir risco; planejamento; organização; explorar oportunidades; tomar decisões; dedicação; autonomia; persuasão; valor para a sociedade. Muitas destas características foram confirmadas pelo estudo da Ernst & Young onde foram entrevistados 685 líderes empreendedores, de 30 países, atuando em 25 setores da economia. Nesta pesquisa, foi revelado que o maior desafio para um negócio inicial é o investimento inicial (33%) e o segundo maior desafio: a equipe e o conhecimento (19%). As principais qualidades dos líderes empreendedores são em ordem decrescente: visão; paixão; foco; integridade; inovação; risco; resiliência; proatividade; dedicação ao cliente; trabalho em equipe; flexibilidade; qualidade; lealdade (DORNELAS, 2014).

Para Degen (2009) o Plano de Negócio é um documento que descreve a oportunidade de um negócio de interesse do empreendedor, com o detalhamento necessário para a tomada segura de decisão. Para Baron e Shane (2007) o Plano de Negócio é muito mais do que um documento que possa, por exemplo, convencer investidores ou financiadores para oferecer recursos ao empreendimento, mas é um guia para converter as ideias do empreendedor em um negócio real e factível. Um plano de negócio deve explicar o que deseja realizar e como isto vai acontecer. As etapas de um Plano de Negócio são: análise da oportunidade para saber se é viável economicamente; análise do mercado comprador, dos fornecedores e dos concorrentes; o modelo de negócio: produto, público-alvo, como vender, preço, plano de marketing; investimentos iniciais, recursos humanos, custos, despesas, infraestrutura; demonstrativos financeiros, viabilidade, rentabilidade; projeções, cenários (DORNELAS, 2014).

## Educação e pedagogia empreendedora

Para compreender os aspectos teóricos que sustentam esta experiência são abordados a seguir os conceitos desenvolvidos por pesquisadores sobre o empreendedorismo, o comportamento empreendedor, as práticas em escolas públicas e os aspectos pedagógicos relacionados com a educação empreendedora.

Segundo Drucker (2008), os economistas aceitam que os empreendedores são agentes que provocam impacto sobre a economia, mas não oferecem explicações sobre como isto ocorre, possivelmente pelo fato de que o empreendedorismo não é um evento econômico, mas que está relacionado com mudanças de valores, percepções e comportamentos. A economia empreendedora seria, portanto,

um evento com as variáveis cultural, psicológica, econômica e tecnológica, e o meio viabilizador do empreendedorismo seria a Administração, considerada como uma tecnologia social, e aplicada de forma ampliada desde o final do século XX.

Desde meados dos anos 1950, a Administração tem evoluído e hoje, diferentemente do que se pensava até a década de 1970, é considerada imprescindível para organizações de qualquer porte, pequenas ou grandes, e com qualquer idade, emergentes ou existentes. Normalmente, os empreendimentos existentes e estruturados, dominam conceitos e ferramentas da administração, isto é, sabem como administrar, mas precisam aprender a empreender e a inovar; já os empreendimentos novos também precisam aprender a empreender e a inovar, mas precisam aprender também como administrar. Podemos inferir que empreender sem administrar pode ampliar os riscos do negócio e levá-los, inclusive, à descontinuidade.

Na década de 1960, surgiu a Teoria Geral de Sistemas, com um caráter interdisciplinar e com conceitos como: totalidade, crescimento, diferenciação, controle, integração, informação, *feedback* e outros. Trata a organização como um sistema aberto em constante troca com o ambiente externo, do qual importa energia, transforma esta energia de acordo com suas características e exporta de volta para o ambiente externo. Esta teoria influenciou sobre um novo conceito do Homem que vai além do conceito tradicional de um conjunto de sensações, tendências, impulsos e reações. Passou a incluir uma visão de totalidade, a ênfase na criatividade e a concepção de se lidar com um organismo ativo (LODI, 2003).

Drucker em seu livro Sociedade Pós-capitalista (1993), faz menção sobre a educação que as pessoas deveriam receber para que obtenham maiores possibilidades para atuar no mercado de trabalho: deve-se associar a formação *techné* (conhecimento especializado) à formação do conhecimento mais amplo voltado para a cultura, as pessoas e o trabalho. Desta forma, o pesquisador necessita do gerente de pesquisa, ou seja, trata-se de duas culturas, uma de especialização (advogado, engenheiro, geólogo, contador...) e outra gerencial. Se ambas não forem contrabalancadas, e o foco for apenas o conhecimento especializado, todos trabalharão muito, mas, possivelmente, sem obter resultados satisfatórios.

A economia empreendedora deve estimular a inovação e o empreendedorismo em todos os setores, mesmo nos de baixa tecnologia, e que devem ter a visão e o comportamento empreendedor, pois investir apenas em alta tecnologia redundará em resultados isolados, sem que o restante da sociedade acompanhe, uma vez que atividades que não tem esta natureza são necessárias para suporte, como, por exemplo, as de contabilidade, vendas e gestão (DRUCKER, 2008). Estas considerações são relevantes para justificar a importância da educação empreendedora desde os primeiros anos na escola e, mesmo, nos lares das

famílias.

As razões para disseminar a cultura empreendedora são: favorecer a autorrealização; estimular o desenvolvimento; incidir o desenvolvimento local; apoiar a pequena empresa; ampliar a base tecnológica; responder ao desemprego (DOLABELA, 1999). O autor sugere as seguintes providências para propagar o empreendedorismo: propagar o ensino do empreendedorismo para todos os níveis educacionais; estimular a pesquisa de empreendedorismo; sensibilizar os sistemas de suporte e as forças sociais, políticas, e econômicas para a necessidade de apoio às empresas emergentes; implantar políticas públicas e legislação de apoio; estimular o empreendedor científico; estimular a criação de incubadoras e parques tecnológicos e científicos; preparar as empresas existentes para a formulação estruturada de suas demandas aos centros de alta tecnologia; preparar a inserção da pequena empresa no mercado mundial; formação de um sistema brasileiro de capital de risco.

Existem alguns mitos sobre o empreendedorismo. Segundo Dornelas (2008), temos: empreendedores são natos e nascem para o sucesso; empreendedores são jogadores que assumem riscos altíssimos; os empreendedores são lobos solitários e não conseguem trabalhar em equipe. O empreendedorismo pode ser ensinado, gerando melhores empresários e melhores empresas. Os cursos de empreendedorismo devem focar: identificação das habilidades do empreendedor; identificação e análise de oportunidades; como ocorre a inovação e o processo empreendedor; importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico; como preparar um plano de negócio; como identificar fontes de financiamento; como gerenciar a organização (DORNELAS, 2014).

A função de planejamento, muitas vezes tem um sentido apenas burocrático e é esquecida durante o processo de aprendizagem, como lembra Carvalho (2015) ao tratar da aprendizagem cooperativa, propondo um planejamento em duas etapas apenas: a preparação do clima para o sucesso das oficinas e como trabalhar o conteúdo. O Quadro 1 exemplifica o que pensa o autor sobre a preparação do clima do ambiente a ser utilizado.

Quadro 1. O clima no local de ensino de aprendizagem (Fonte: Carvalho, 2015).

CLIMA DA SALA (Ambiente)	TAREFAS
Como ajudar os estudantes a se sentirem aceitos pelo professor e pelos colegas e a perceberem o espaço como um lugar confortável e de ordem.	Como fazer para os estudantes perceberem as tarefas como atividade de valor, a acreditarem que podem realizar as tarefas, a entenderem e estarem conscientes das tarefas.
Cumprimentar a todos os estudantes	Explicação aos estudantes do valor das atividades
Chamar a cada um pelo nome	
Atividade de descontração	Realizar uma parte das atividades em conjunto com os estudantes mostrando como poderiam fazer
Estudantes entrevistando-se entre si	
Conversando sobre interesses comuns	Mostrar a correlação de cada tarefa com os resultados almejados

Já para a segunda dimensão, o como fazer, Carvalho (2015) recomenda definir os tópicos que serão trabalhados, informar as fontes onde os assuntos podem ser pesquisados, elaborar a estratégia a ser utilizada para a construção do conhecimento e do significado, como ajudar o estudante a organizar as informações e a interiorizá-las, e quais habilidades se pretende desenvolver.

“Um sistema educacional que gera valores para os participantes e aponta para o alcance sucessivo de patamares mais altos de conhecimentos pressupõe que o resultado do aprendizado seja superior ao conteúdo que se pretende ensinar” (DOLABELA, 2003). Para o autor, na pedagogia empreendedora o estudante supera as expectativas e produz novos conhecimentos com base em seus sonhos e nos processos necessários para alcançá-los. O processo de aprendizagem assume aspectos próprios em função do vínculo com o universo cultural dos atores envolvidos, ou seja, estudantes, professor, comunidade, instituição de ensino, etc. Este aspecto relacional produz “autonomia intelectual e moral, capacidade de autoria e de responsabilidade” (DOLABELA, 2003, p. 106).

Para Sant’ Anna (1995), é indispensável verificar a dimensão das capacidades aprendidas, confirmando a aprendizagem do estudante a partir do entendimento de que existem as diferenças individuais que interferem no processo de ensino-aprendizagem. Carvalho (2015) reforça a consideração sobre as diferenças, ao informar que os estudos sobre Inteligências Múltiplas, incluindo diversos estudos da psicologia e da pedagogia, deixam claro que as pessoas têm habilidades diferentes e reagem de formas diferentes a estímulos a que são submetidas. Destaca que a avaliação é um dos aspectos mais desafiadores do processo educativo e que, normalmente, são criados mecanismos de acordo com seis diferentes níveis, progressivos, de aquisição e manifestação do conhecimento: o próprio conhecimento, como nível básico de aprendizagem; compreensão; aplicação; análise; síntese e a avaliação como nível mais elevado e que permite julgar o valor do conhecimento. Sugere ainda alguns instrumentos e procedimentos para avaliar grupos que trabalham em cooperação, como: a apresentação individual de resultados pelos alunos; a observação da participação individual enquanto o grupo está desenvolvendo alguma atividade; a utilização de resumos, resenhas; pequenos testes; tarefas de casa; avaliações orais; autoavaliação do aluno; observação de aspectos comportamentais como pontualidade, responsabilidade, participação, frequência; e outras.

Sauaiá (2013) defende a aprendizagem vivencial como metodologia eficaz em que o participante do processo de ensino-aprendizagem é exposto a variáveis em ambiente de incerteza e deve tomar decisões sobre problemas não estruturados. Trata-se de um arcabouço de regras e variáveis que influenciam as decisões em um ambiente de negócio, e que constituem o que o autor denomina de simulador organizacional. Os participantes são estimulados a

tomar decisões gerando valores quantitativos para uma organização fictícia, que são registrados em uma plataforma (software). Como são diversas organizações deste tipo, competindo em um mesmo mercado, com um mesmo tipo de produto, cria-se um clima de jogo, denominado de Jogo de Empresas. Os resultados são discutidos ao comparar-se planejamento e resultados obtidos, em comparação com modelos conceituais. Feito isto, novo ciclo é iniciado e isto ocorre por diversas vezes. O autor reforça que o participante ao fazer e repetir aproxima a prática da teoria. A fase final desta metodologia vivencial é a realização de pesquisa teórico-empírica que resulta em artigo, monografia ou tese.

## O projeto: descrição e análise

O Projeto contemplou diversas oficinas que foram planejadas e representadas em planilhas que facilitaram as aplicações, a análise do que foi efetivamente trabalhado e dos resultados obtidos. O Quadro 2 exemplifica o planejamento de uma das oficinas.

Quadro 2. Planejamento da oficina (Fonte: o autor).

Projeto de Extensão: Empreendedorismo no E. Fundamental II					OFICINA 04
PLANO DA OFICINA					
Coordenador do Projeto: Prof. Alberto P. Trez					DATA: 09/09/2014
Público: estudantes do 6º e 9º anos do Ensino Fundamental II					
Aplicador: Prof. Alberto					
Carga horária: 2 horas					
HORÁRIO	OBJETIVO	CONTEÚDO	ATIVIDADES	EQUIPOS/MATERIAIS	
10:00 às 10:15 h	Receber, identificar e envolver os participantes nos objetivos da oficina	Objetivos da oficina	Exposição verbal	Folheta autoavaliativa lista de presença	
10:15 às 11:00 h	Conhecer as competências empreendedoras Conhecer exemplos de empreendedores	Competências empreendedoras Resultados da pesquisa no bairro	conversa em semicírculo: amb. est. PPT: exemplos de empreendedores proposta de a/iv: entrevistar um empreendedor	lousa; gr; projeter multimídia PPT	
11:00 às 11:50 h	levantar as competências presentes na turma Planejar a confraternização de 25/Jan	Conhecimentos Habilidades Atitudes Planejamento	fazer uma autoavaliação debate sobre competências das pessoas Grupos: planej. da confratern.	instrumento de autoavaliação lousa egiz papel sulfite	
11:50 às 12:00 h	Finalizar as atividades da manhã	Reflexão final sobre as competências das pessoas	caixa de sugestões/percepções		

As oficinas foram planejadas para acompanhar uma estratégia crescente de conteúdos e práticas que permitissem que técnicas e comportamento dialogassem entre si. Desta forma, as primeiras oficinas trataram da compreensão do que é o mundo do trabalho, seu contexto histórico mais recente no Brasil e em outros países; cidadania, valores e crenças; as características do comportamento empreendedor e sua relação com o mundo do trabalho; a identificação de pessoas empreendedoras e suas realizações; o potencial gerado pelo comportamento empreendedor para o desenvolvimento profissional, a geração de renda, o desempenho em trabalhos dentro de organizações ou na própria organização. Após este bloco de oficinas, os participantes foram convidados para uma autoavaliação buscando identificar em si mesmo características e empreendedoras e em pessoas conhecidas por eles.

O bloco seguinte de oficinas tratou do desenvolvimento de um empreendimento com base na metodologia de desenvolvimento de um plano de negócio. Neste bloco, as oficinas iniciais cuidaram de temas como a percepção de mundo, a criatividade, a identificação de oportunidades

que estão ao nosso redor, a necessidade de ter iniciativa para aproveitar estas oportunidades, a importância do autodesenvolvimento.

Estes elementos foram importantes para que fosse possível iniciar os conteúdos relacionados aos aspectos mercadológicos de um empreendimento, mais conhecido como marketing, que trata da criação de produtos e serviços, da sua caracterização, da precificação, da escolha do ponto de vendas e da comunicação destes itens com o público-alvo pretendido. Os participantes organizaram-se em grupos e começaram a discutir como identificar necessidades e desejos das pessoas ou empresas para que pudessem desenvolver um ou mais produtos que as satisfizessem. A premissa apresentada aos grupos foi de que deveriam criar produtos desenvolvidos por eles próprios ou seus familiares.

Iniciou-se a simulação com a criação de empresas constituídas por cada grupo. Estes grupos foram constituídos pelos próprios participantes por afinidade. A denominação das empresas partiu da discussão e criatividade dentro de cada pequeno grupo. Cada grupo deveria escolher o responsável por cada função da empresa: marketing, operações (produção), gestão de pessoas e financeiro. Também deveria escolher um presidente que seria o coordenador das funções, o administrador de eventuais conflitos e o responsável pelo cronograma a ser desenvolvido pela “empresa”. A Fig. 1 apresenta o resultado desta dinâmica.

GRUPO	NOME IDOSO	PRESIDENTE (P)	MKT	OPERAÇÃO	FIN	ADM
7	GR SHIMEX	FR	DEATRIZ	CAROLINA	ERICK	MARCO
5	GR ESTIVOTOS	MATHEUS	BRUNO	KATIA	ERICK	MARCO
6	GR AGUÉMOM	ISABELLE	MARINA	JOATHAN	DAVID	LEGO
5	GR HUCKLEBERRY	MATEUS	NICOLE	KELLY	TRAISS	MARCO

ALBERTO  
SONIA MÓNICA  
ROGÉRIO

Figura 1. Dinâmica para denominação e organização das ‘empresas’.

Neste momento do projeto a participação dos bolsistas foi ainda mais importante. O Projeto contou com um bolsista remunerado e uma bolsista voluntária sem remuneração: o Rogério Marcos Peres do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas e a Sonia Mónica do Curso de Tecnologia em Gestão Ambiental. O Programa de Bolsas Discentes para a Extensão do Instituto Federal de São Paulo tem entre outros, o objetivo de proporcionar oportunidades de desenvolvimento de conhecimentos e habili-

dades em projetos de extensão realizados junto à comunidade para estimular a geração de renda e a emancipação do cidadão.

A interferência dos bolsistas nesta fase contribuiu com a criatividade dos participantes para a criação de produtos nas empresas que criaram, seguindo a metodologia vivencial adotada no Projeto. A Fig. 2 ilustra um momento de orientação em sala de aula e a Fig. 3, um dos momentos de orientação no laboratório de ciências da Escola Municipal para as atividades artesanais.



Figura 2. Bolsista Rogério Peres orientando os participantes do Projeto de Extensão.

A utilização de diversos espaços da Escola foi outra estratégia adotada no Projeto, visando surpreender com atividades diferentes, desenvolvidas em diferentes locais, e tirar os participantes de situações de conforto ou anestesia. Assim, foram utilizados: a sala de aula como ponto de encontro para a apresentação dos objetivos da oficina, para as reuniões dos grupos, para os debates e trocas de conhecimentos e experiências; o laboratório de ciências para atividades práticas que envolvessem atividades com materiais, revistas, instrumentos etc.; o laboratório de informática para a projeção de slides e filmes; o pátio para atividades que exigiam deslocamentos, dinâmicas com bola e barbante envolvendo o grupo maior.

Foi sugerida a criação de dois produtos por grupo: um alimentício outro artesanal. Neste momento do Projeto os responsáveis pelos estudantes foram chamados para uma reunião e convidados a ajudar os participantes na preparação de produtos que poderiam trazer certo risco na sua preparação por envolver o uso de equipamentos de cozinha. Metade dos pais compareceu e gostaram da proposta do projeto e da oportunidade de contribuir com os filhos.

Os grupos decidiram por produzir: bolos para serem vendidos em pedaços, filtro dos sonhos, brigadeiro e pulseiras. Os produtos deveriam ser providenciados pelos grupos e vendidos na própria Escola ou em outros espaços de acordo com a disponibilidade dos participantes. Mas, era preciso organizar-se e desenvolver o planejamento, utilizar a estrutura organizacional, distribuir responsabilidades e desenvolver algumas competências como a de

vendas, por exemplo.



Figura 3. A bolsista voluntária Sonia Mônica ensinando artesanato.

Os participantes foram contemplados nas oficinas seguintes com conteúdos e práticas que permitiram operar a empresa: método para a condução de reuniões, técnicas de vendas, pesquisa de mercado, relacionamento interpessoal (Fig. 4). E ainda: a previsão de gastos, o cálculo dos gastos na produção e do custo unitário para produzir cada pedaço de bolo ou cada pulseira, por exemplo, a determinação da quantidade de produtos que deveria ser vendida (ponto de equilíbrio), a determinação da remuneração da equipe (pró-labore), e o controle do dinheiro obtido com as vendas.



Figura 4. Introdução a atividade prática no laboratório de ciências.

Os grupos tiveram oficinas e tempo para produzir os produtos a serem vendidos e duas semanas para praticar as vendas. Nas oficinas finais, foram debatidas as experiências de cada grupo, pontos positivos e pontos negativos, e levantados os resultados financeiros (Fig. 5). Os resultados financeiros variaram, mas comparar os resultados e a *performance* dos grupos não foi o foco do projeto. O objetivo foi gerar as experiências que permitissem a compreensão dos participantes sobre as possibilidades do empreen-

dedorismo no sentido de oferecer autonomia, empoderamento, capacidade de realização, oportunidade de participação e socialização.



Figura 5. A atividade em sala de aula para análise de resultados com os participantes do Projeto.

O último evento do Projeto foi uma cerimônia organizada pela Escola por iniciativa da Diretora Monica T. Ciarra D. Barros. Foi organizado no pátio e os responsáveis foram convidados para a cerimônia de entrega dos certificados. A Fig. 6 mostra os estudantes que puderam comparecer. Os demais retiraram seus certificados na posteriormente na Secretaria da EMEF Profa. Carmem Lúcia.



Figura 6. Formatura da turma do Projeto em 2014.

No início os participantes demonstraram curiosidade, insegurança e timidez. Nas primeiras atividades, como as de autoapresentação, a imensa maioria não quis participar espontaneamente. No decorrer das oficinas os jovens foram ficando mais à vontade e a interação entre eles, assim como a intensidade de participação nas atividades em grupo, aumentaram significativamente.

O planejamento das oficinas contemplou uma sequência de objetivos que asseguraram a construção prevista desde a integração do grupo, a identificação do comportamento empreendedor e o desenvolvimento de um negócio criado por cada grupo. Os negócios criados pelos grupos envolveram conceitos e ferramentas de marketing, de

operações, de gestão de pessoas e de finanças. Observou-se que os estudantes assimilaram os conceitos propostos em função das discussões dentro dos grupos, das decisões tomadas por cada grupo, e dos debates promovidos em sala. Os valores focalizados no projeto foram: autonomia, autogestão, cidadania, responsabilidade, desempenho, criatividade, trabalho em equipe. Tecnicamente, os conceitos focalizados foram: a criação de produtos, a precificação, a determinação do ponto de equilíbrio, a distribuição e a divulgação dos produtos, as vendas, a remuneração da equipe, os resultados financeiros planejados versus o alcançado.

### Considerações finais

Com relação ao fatalismo de uma situação socioeconômica em que se encontra o estudante participante do projeto, a metodologia empreendedora, busca demonstrar que é possível estabelecer caminhos que permitem a liberação em relação a uma situação dada.

O relato apresentou a experiência desenvolvida em uma escola pública do interior, próximo a São Paulo, para desenvolver a educação empreendedora em jovens de um bairro carente, de acordo com um Projeto de Extensão do Instituto Federal de Educação de São Paulo, Campus de São Roque. Os temas das oficinas foram baseados em base teórica sobre o comportamento empreendedor e os tópicos de um plano de negócio, e em uma pedagogia cooperativa que proporcionou um clima de aprendizagem adequada para os objetivos do Projeto.

No final do Projeto foi possível verificar o aproveitamento dos participantes, o enriquecimento de seus repertórios, a evolução de suas habilidades para relacionamento interpessoal, negociação, vendas pessoais, planejamento, visão de futuro, tomada de decisões. Identificou-se também a satisfação da Escola com o Projeto e o desejo da reaplicação do Projeto no ano seguinte, como de fato ocorreu. Os pais que se manifestaram foram favoráveis à participação dos jovens, caso houvesse continuação do Projeto e relataram diferenças favoráveis nos comportamentos dos estudantes.

Os resultados alcançados permitem sugerir que o ensino do empreendedorismo seja inserido no sistema educacional do município de São Roque, e se for possível sensibilizar outras instâncias, nos demais municípios da região. A base desta conclusão é a realidade que se apresenta no país e em muitos outros países sobre a redução dos postos de trabalho e o novo perfil de profissionais procurados pelas empresas. Está claro que a preparação de egressos das escolas públicas para atuarem como empregados no mercado de trabalho já não atende às necessidades das empresas.

O desafio principal será preparar professores para que possam atender às demandas sociais para formar empreendedores capazes de identificar e aproveitar oportuni-

des de forma segura com base na tecnologia do plano de negócio. Formar estudantes para o emprego não parecer ser suficiente. Mas, fica a pergunta: estariam os professores dispostos a enfrentar esta realidade e buscarem uma formação para o empreendedorismo?

### Referências

- BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- CARVALHO, F. V. **Trabalho em equipe, aprendizagem cooperativa e pedagogia da cooperação**. São Paulo: Scortecci, 2015.
- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- CORTELA, M. S. **A Escola e o Conhecimento: reflexão sobre fundamentos epistemológicos e políticos desta relação**. São Paulo: Editora e Livraria Instituto Paulo Freire, 1997.
- DEGEN, R. J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora da Cultura, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Editora de Cultura, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O Segredo de Luisa**. 30.ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios para um mundo em transformação**. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.
- DRUCKER, P. F. **Sociedade pós-capitalista**. 7.reimpr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Trad. Carlos Malferrari. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- LODI, J. B. **História da administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- PARO, V. H. **Por dentro da escola pública**. 2.ed. São Paulo: Xamã, 1996.
- SANT'ANNA, I. M. **Por que avaliar, como avaliar?: critérios e instrumentos**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1995.
- SAUAIA, A. C. A. **Laboratório de Gestão: simulador organizacional, jogo de empresas e pesquisa aplicada**. 3.ed. Barueri/SP: Manole, 2013.
- SAUAIA, A. C. A.; SYLOS, A. de L. **Plano empresarial em quatro etapas**. 1.ed. São Paulo: Manole, 2008.
- SEBRAE-MG. **Escola de Formação Gerencial**. Disponível em: <<http://tinyurl.com/grg2arh>>. Acesso em: 06 set. 2015.