

Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Administração

Curso de Graduação em Administração à distância

WALDENICE MARTINS PIERRE FERNANDES

**EFETIVIDADE DO PROJETO EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA
SEDUC/RO DO PONTO DE VISTA DOS ALUNOS ATENDIDOS**

Brasília – DF

2011

WALDENICE MARTINS PIERRE FERNANDES

**EFETIVIDADE DO PROJETO EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA
SEDUC/RO DO PONTO DE VISTA DOS ALUNOS ATENDIDOS**

Monografia apresentada a Universidade de Brasília (UnB) como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Professor Orientador: Msc Gemael Chaebo

Brasília – DF

2011

Fernandes, Waldenice Martins Pierre

Análise do Projeto “Empreendedorismo na Educação Básica – SEDUC –RO” – Waldenice Martins Pierre Fernandes. – Ouro Preto do Oeste, 2011.

46 fl: il

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Administração - EaD, 2008.

Orientador: Prof. Msc. Carlos André de Melo Alves, Departamento de Administração.

1. Empreendedorismo. 2. Educação. 3. Desenvolvimento. I. Título.

WALDENICE MARTINS PIERRE FERNANDES

EFETIVIDADE DO PROJETO EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA

SEDUC/RO DO PONTO DE VISTA DOS ALUNOS ATENDIDOS

A Comissão Examinadora, abaixo identificada, aprova o Trabalho de Conclusão do Curso de Administração da Universidade de Brasília da aluna

Waldenice Martins Pierre Fernandes

MSc. Gemael Chaebo
Professor-Orientador

Esp. Wolney Resende
Professor-Examinador

Brasília, 26 de novembro de 2011.

A
Thalles e Thayná
Meus filhos,
Minha razão de viver.

“O impossível só vira realidade se você estiver bem preparado quando a chance aparecer.”

Oscar Schimidt

RESUMO

O governo do Estado de Rondônia criou em 2004 o Projeto Empreendedorismo na Educação Básica, por intermédio da Secretaria de Estado da Educação – SEDUC/RO. Com o objetivo de beneficiar estudantes das escolas públicas estaduais, proporcionando a estes a oportunidade de aprender a empreender na área de atuação que escolherem, com o objetivo proporcionar a professores e alunos da educação básica, conhecimentos teóricos e práticos em empreendedorismo a fim de atender ao triplo papel da educação quanto às dimensões: econômica, científica e cultural. O projeto se desenvolve através de atividades como: Workshops, Palestras, Oficinas, Consultoria e assessoria técnico-pedagógica e Feira de empreendedorismo. Com o objetivo avaliar a efetividade do programa e Identificar a percepção dos alunos de Ensino Médio da Educação Básica – SEDUC/RO – Escolas da Rede Publica Estadual de Ouro Preto do Oeste - em relação ao Projeto Empreendedorismo na Educação Básica. A pesquisa será desenvolvida nas seis escolas públicas do município de Ouro Preto do Oeste – RO. Ao total são 260 alunos do terceiro ano do Ensino Médio. Foram utilizados entrevistas semi estruturadas. Os dados foram analisados qualitativamente e as respostas obtidas foram tabuladas e organizadas em gráficos e tabelas de cognição comparada. Em resumo efetivar a implantação de uma proposta pedagógica com a disseminação do empreendedorismo na educação conduz à utilização de procedimentos didáticos capazes de despertar e desenvolver atitudes, competências e habilidades para que se empreenda com autonomia, iniciativa, participação, diálogo, ética, criatividade, visão de futuro, ousadia, liderança, busca de informação, estabelecimento de rede de relações, boa gestão de recursos, inovação e protagonismo, a partir do desenvolvimento de projetos pedagógicos coletivos e interdisciplinares. No que tange às características comportamentais empreendedoras dos jovens da terceira série do ensino médio entrevistados, concluiu-se que estes possuem perfil empreendedor, porém num nível ainda baixo, uma vez que as conclusões gerais conduzem ao entendimento de que existe cultura empreendedora na região, porém é fundamental destacar que esta ainda é muito fragilizada, pois, apesar de existirem ações de empreendedorismo coletivo bastante relevantes no estado perfil empreendedor dos proprietários-dirigentes dos empreendimentos ainda precisa aumentar, razão pela qual fica Intensificada a necessidade de formação de novos empreendedores.

Palavras-chave: 1. Empreendedorismo. 2. Educação. 3. Desenvolvimento.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEEJA – Centro Educacional de Jovens e Adultos

EEEFM – Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio

GEM – Global *Entrepreneurship Monitor*

PEEM – Projeto Empreendedorismo no Ensino Médio: Aprender a Empreender.

REN – Representação de Ensino

SEDUC/ RO – Secretaria de Estado da Educação de Rondônia.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	Contextualização.....	11
1.2	Formulação do problema	12
1.3	Objetivo Geral	12
1.4	Objetivos Específicos.....	12
1.5	Justificativa	13
2	REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1	Empreendedorismo.....	15
2.2	Projeto de Empreendedorismo no Ensino Médio: uma experiência construída em Rondônia.....	19
2.3	Empreendedorismo e Cultura Empreendedora.....	22
2.4	O Empreendedor e Suas Interfaces.....	23
2.4.1	A Motivação e o Empreendedor	24
2.5	A Postura Competitiva das Empresas.....	25
3	MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA	26
3.1	Tipo e descrição geral da pesquisa.....	26
3.2	Caracterização da organização, setor ou área	26
3.3	População e amostra ou participantes do estudo	27
3.4	Caracterização dos instrumentos de pesquisa	27
3.5	Procedimentos de coleta e de análise de dados.....	28
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
5	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	37
	REFERÊNCIAS	41
	APÊNDICES	44
	Apêndice A – Questionário	44

1 INTRODUÇÃO

Conhecimento, inovação, criatividade, liderança, visão, planejamento, transformação, sonhos, felicidade, segredo. Será que essas palavras têm algo a ver com empreendedorismo?

O termo empreendedor surgiu na França, como *Entrepreneur*, que quer dizer aquele que assume riscos e começa algo novo. O tema empreendedorismo tem representado atualmente realização de atividades de pessoas que se dedicam a geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização, entre outros.

Para Dolabela (1999), empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação e seu perfil.

Conforme afirma Dolabela (1999), o empreendedorismo em seu sentido amplo, considera uma forma de ser, e não de fazer. Assim, estão incluídos nesse conceito, por exemplo, o empregado-empreendedor, (ou intra-empreendedor) o pesquisador-empreendedor, o empreendedor comunitário, o funcionário público empreendedor, entre outros. O que importa é a maneira de se abordar o mundo, qualquer que seja a atividade abraçada. Para isso deve-se disseminar o ensino de empreendedorismo, em todos os níveis, o ensino deve ser de fácil disseminação, barato, não centralizado e utilizar recursos humanos já disponíveis nas estruturas formais do ensino brasileiro.

Nesse sentido, o governo do Estado de Rondônia criou em “tal ano” o Projeto Empreendedorismo na Educação Básica, por intermédio da Secretaria de Estado da Educação – SEDUC/RO. Com o objetivo de beneficiar estudantes das escolas públicas estaduais, proporcionando a estes a oportunidade de aprender a empreender na área de atuação que escolherem.

Segundo documento elaborado no I Seminário de Empreendedorismo na Educação Básica, em novembro de 2008, o projeto em análise tem como objetivo

proporcionar a professores e alunos da educação básica, conhecimentos teóricos e práticos em empreendedorismo a fim de atender ao triplo papel da educação quanto às dimensões: econômica, científica e cultural. A proposta do PEEM – “Projeto Empreendedorismo no Ensino Médio: Aprender a Empreender” foi construída por uma equipe de professores e consultores em educação, com conhecimento na área em foco e experiências profissionais acumuladas no desenvolvimento de programas e projetos educativo-sociais em Rondônia.

Nessa perspectiva é que se valorizou, dentro do processo de capacitação, a participação de gestores e Técnicos da Secretaria, Professores, Coordenadores Pedagógicos, Estudantes e demais representantes das comunidades escolar e local.

Nas atividades de capacitação de cada segmento representativo da comunidade escolar, pelo menos, dois instrumentos formais foram elaborados, contendo aspectos a serem avaliados relativos ao conteúdo, metodologia, abordagens, estrutura organizacional, a participação das instituições e organizações proponentes e executoras do projeto, a participação de cada um e do coletivo representativo das escolas, a proposta e os resultados esperados, considerando a singularidade de cada escola, quanto aos seus projetos, medidas e planos, bem como, finalidades e intenções.

A proposta pedagógica do PEEM previu em sua estrutura metodológica, procedimentos didáticos que propiciassem aos Gestores, Professores e Coordenadores Pedagógicos, principalmente momentos de leitura e reflexões em torno da mesma.

Isto possibilitou a realização na própria capacitação momentos para as pessoas se auto avaliarem e avaliarem suas ações educativas, identificando as dimensões teóricas, metodológicas e praticas que a embasam e ao mesmo tempo compreenderem em que momento e circunstâncias estas interferem e contribuem com mais ou menos ênfase, na melhoria de seus projetos pessoais e profissionais.

O PEEM nasceu a partir da idéia de como encontrar dentro do projeto político pedagógico numa espécie de quebra de paradigmas, dando ao mesmo uma conotação de ação criativa e de oportunidade para viabilização de sonhos e o resultado de uma longa trajetória de discussão em torno dessa temática, com vista a

uma possível implantação desse projeto no contexto do Ensino Médio, na rede pública estadual de ensino.

A equipe idealizadora dessa proposta, fundamentando-se na idéia do empreendedorismo como prática possível e uma ação viável, que vinha tendo repercussões somente nos meios empresariais e acadêmicos, inspiraram-se nessa idéia e vislumbrou essa possibilidade nesse campo do Ensino Médio também como forma de torná-lo mais atrativo e interessante, acreditando nas potencialidades desses jovens como empreendedores e na perspectiva da criação de uma nova cultura educativa e social nessa faixa de escolaridade que por muito tempo ficou à margem das prioridades do processo educacional, especialmente após a instituição da nova Lei de Diretrizes e Bases da educação Nacional que, de certa forma priorizou o Ensino Fundamental como obrigação do Estado.

O programa utilizou a metodologia dos “cinco pilares do Empreendedorismo” com o intuito de contribuir para uma mudança de cultura em relação à organização curricular na escola, à visão interdisciplinar a melhoria nas relações e atuação profissional, possibilitando a melhoria da escola no sentido de se ter uma visão mais ampliada dos seus papéis político e pedagógico, bem como vislumbrar suas potencialidades internas e o estabelecimento de relações externas. A metodologia é baseada nos seguintes pontos: Teoria Empreendedora dos Sonhos; Criatividade; Oportunidade; Visão; Plano de Empreendimento.

1.1 Contextualização

A secretaria do Estado da Educação de Rondônia através da parceria e participação de instituições e de consultores em educação locais, implantou e desenvolveu o Projeto Empreendedorismo no Ensino Médio: Aprender a Empreender que, objetiva possibilitar a criação de uma cultura empreendedora e de construção do Projeto Pedagógico voltada a praticas de ensino inovadoras que possibilitam a vivencia do apreendido, tornando o aluno apto a enfrentar o mundo do trabalho no campo que escolher de forma satisfatória. Este trabalho busca investigar a Efetividade do projeto empreendedorismo na educação básica SEDUC/RO do ponto de vista dos alunos atendidos, utilizando entrevistas e análise comparativa entre as indagações dos alunos e a literatura sobre o tema.

1.2 Formulação do problema

O projeto empreendedorismo na educação básica é uma iniciativa do Governo do Estado por intermédio da Secretaria do Estado da Educação – SEDUC/RO. Projeto de alcance educativo-social, que atende estudantes das escolas públicas estaduais, visando proporcionar a oportunidade de aprender e empreender na área de atuação escolhida seja no serviço público, no terceiro setor, nas organizações privadas ou no próprio negócio.

Tendo em vista a dimensão deste projeto e seus amplos objetivos, considerando que as atividades propostas por ele exigem do órgão responsável grandes investimentos financeiros; dos professores tempo e dedicação e dos alunos muito esforço e trabalho na busca de conhecimento e incentivo financeiro. Propomos esta pesquisa o seguinte questionamento:

Qual é a efetividade do Projeto Empreendedorismo na Educação Básica SEDUC/RO do ponto de vista dos alunos atendidos?

Esta pesquisa busca ainda responder aos seguintes questionamentos: A educação básica, o pensar, o sentir e o agir da mesma, incentiva a construção do perfil do empreendedor? Tornar-se empreendedor é consequência de conhecimentos acadêmicos? Os professores estão preparados para essa realidade? Quais as perspectivas futuras para o projeto?

1.3 Objetivo Geral

Avaliar a efetividade do programa e Identificar a percepção dos alunos de Ensino Médio da Educação Básica – SEDUC/RO – Escolas da Rede Pública Estadual de Ouro Preto do Oeste - em relação ao Projeto Empreendedorismo na Educação Básica.

1.4 Objetivos Específicos

- Levantar os objetivos propostos pelo projeto;

- Identificar se o ensino do empreendedorismo incentiva na criação de um perfil empreendedor nos alunos;
- Avaliar a efetividade e conseqüente viabilidade de continuidade do projeto.

1.5 Justificativa

Segundo SALIM (2001), é um equívoco acreditar que empreendedorismo não se ensina. Para o autor, é o mesmo que dizer que pintar é uma questão de jeito, alguns têm mais inclinação, é claro, mas outros podem ter êxito se trabalharem arduamente. As boas escolas trabalham para fornecer esse entendimento aos seus alunos. Em consonância com esta realidade o governo do Estado de RO criou o projeto “Empreendedorismo na Educação Básica” que teve início em 2004, com o objetivo de formar professores para que levem às suas escolas o empreendedorismo na prática junto aos alunos.

Segundo Dornelas (2008, p.23) até alguns anos atrás acreditava-se que o empreendedorismo era inato, que o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender.

Consta na edição 2010 da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor, a GEM 2010, “O Brasil é o país que possui a maior taxa de empreendedores em estágio inicial entre os 17 países que participaram da pesquisa 2010”. Desde 2003 os empreendedores por oportunidade são maioria no Brasil, sendo que a relação oportunidade X necessidade¹, tem sido superior a 1,4 desde 2007. No entanto, apesar das condições macroeconômicas estarem favorecendo o empreendedorismo no Brasil, ainda é preciso evoluir significamente nas condições ligadas às políticas de apoio ao empreendedor. Entre os 17 países membros do G20² que participaram da pesquisa em 2010, o Brasil é o que possui a maior taxa de Empreendedores em

¹ Empreendedor por necessidade é aquele que se aventura na jornada empreendedora por falta de opção, por estar desempregado e não ter alternativas de trabalho (Dornelas 2008, p. 23).

² O G20 (Grupo dos 20) é um grupo constituído por ministros da economia e presidentes de bancos centrais dos 19 países de economias mais desenvolvidas do mundo, mais a União Européia. Criado em 1999, na esteira de várias crises econômicas da década de 1990, o G20 é uma espécie de fórum de cooperação e consulta sobre assuntos financeiros internacionais. (Revista VEJA / Edição 2087 / 19 de novembro de 2008).

estágio inicial (TEA), 17,5 %, seguido pela China, com 14,4% e a Argentina com 14,2%. Essa é a maior TEA desde que a pesquisa GEM é realizada no país, demonstrando a tendência de crescimento da atividade empreendedora. A Índia não participou da pesquisa nos últimos dois anos. Sendo que, em 2008, a TEA da Índia foi 11,5%. O que se observa no Brasil em 2010 é que o crescimento da TEA é o resultado do maior número de empreendedores de negócios novos. Os empreendedores nascentes no Brasil mantiveram-se na mesma proporção em 2009, permanecendo acima da média do período em que a pesquisa foi realizada. O empreendedorismo no Brasil, mesmo quando identificado entre os primeiros do mundo, é de subsistência, de sobrevivência. São pequenas empresas com estruturas normalmente precárias.

Sendo assim, percebe-se que a idéia inicial de pôr em prática o projeto é de grande importância para a comunidade escolar do Estado de Rondônia, portanto pretende-se investigar se projeto tem alcançados os seus objetivos.

“As características do empreendedor, suas atitudes e comportamento são os fatores que o conduzem ao sucesso” (DOLABELA, 1999, p. 24). Nem todo empresário é empreendedor e nem todo empreendedor é empresário. Entretanto, encontramos muitos empresários que também são empreendedores e que fazem de suas organizações exemplos de inovação, criatividade e competência. O empreendedor é alguém capaz de criar riquezas para si e para a coletividade.

Refletindo o pensamento de Dolabela surgem alguns questionamentos: Os jovens atendidos pelo projeto estão aperfeiçoando o espírito empreendedor nas escolas? O fato de o projeto contar pontos nas notas para aprovação interfere na qualidade das ações empreendedora desenvolvidas pelos alunos?

O tema justifica-se ainda pela sua abrangência social, pois pode oportunizar a percepção de:

- Como as oportunidades para criar novos produtos ou serviços são desenvolvidas por pessoas específicas é de suma importância para a área administrativa;
- Quais as contribuições, que a educação básica pode oferecer para a futura educação profissional de qualidade;

- Como a criação um perfil empreendedor entre os estudantes pode auxiliar na formação de cidadãos críticos e capacitados, instrumentalizando-os para intervir na realidade econômica, e social em âmbito local e regional.

Neste ano de 2011 as atividades do PEEM e de todos os projetos de largo alcance da SEDUC foram suspensos para avaliação da coordenação do governo atual, sendo assim os resultados desta pesquisa pode vir a colaborar com a decisão da equipe educacional em vigência.

Nesta fase de expansão comercial pela qual passa o Estado de Rondônia, como em todos os estados em crescimento faz-se necessário criar um perfil empreendedor entre os moradores, pois existem poucas empresas e muitas oportunidades de negócios. Esse fato poderá agregar valor ao projeto desenvolvido pela SEDUC. Posto que é de suma importância para a comunidade educacional perceber os impactos dessa nova forma de ensino nos indivíduos e assim poder definir os novos rumos da educação nos próximos anos. Além da possibilidade de oferta de maior numero de serviços a população em geral.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Na literatura sobre empreendedorismo, existe um nível notável de diferentes definições, dentre as quais destacam as correntes dos economistas que associam os empreendedores a inovação e ao seu papel fundamental que está ligado diretamente ao desenvolvimento econômico; há, ainda, a corrente comportamentalista, que define empreendedorismo como um conjunto de competências humanas tais como: iniciativa, criatividade, ética persistência, ousadia, determinação, responsabilidade, comprometimento, cooperação e outros. De acordo com Filion (1999), a corrente economista que associa o empreendedor a inovação pode ser representada por Cantillon, Say e Schumpeter e a corrente

comportamentalista que se concentra em aspectos criativos e intuitivos é defendida por McClelland e Filion.

Surgido no século XII, o empreendedorismo teve seu desenvolvimento nas ciências administrativas, como campo de estudo, na década de 80. Sua conceituação tornou-se mais abrangente quando da associação à inovação (VALLE; SANTOS, 2008).

De acordo com Say (1983 *apud* Silva, Gomes e Correia, 2009) a atividade empreendedora e sua importância econômica foi percebida no século XVIII quando o empreendedorismo foi relacionado ao empresário, a quem cabia assumir os riscos, alocar recursos da maneira mais produtiva e, desta forma, promover o desenvolvimento econômico. Estes autores *ibidem* citando Schumpeter apontam o empreendedor como o agente capaz de introduzir a inovação, como o principal motivador do crescimento econômico. Schumpeter (1964 *apud* Silva, Gomes e Correia 2009) afirma que “para empreender não basta abrir um novo negócio, é fundamental que esse negócio crie algo também novo em termos de mercado, produto, ou similar, para que seja então considerada uma ação empreendedora”.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) (2004, p. 7) define que:

Empreendedor é o indivíduo que possui uma atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo. Essa postura, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, favorece a interferência criativa e realizadora, no meio, resultando em ganhos econômicos e sociais.

Para Dalpian, Fragozo e Rozados (2007)

O empreendedorismo envolve o estudo das fontes de oportunidades, o processo de descoberta, de construir rede de relações, de concentrar energia na realização de um projeto. Aprende-se através da indução à prática através da introjeção de valores, comportamento e formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades de risco.

Dolabela (1999, p.48) afirma: “O empreendedor tenta antecipar situações, preparar-se para elas. É alguém com capacidade de observação e de planejamento”. Para o empreendedor o estudo das oportunidades é uma urgência, ele vê nas pessoas uma das suas fontes mais importantes de aprendizado, apreende os requisitos do *know-how*, a capacidade de identificar oportunidade e gerar conhecimentos.

Empreendedorismo pode ser definido como a geração de riquezas em diferentes níveis, inovando e transformando conhecimento em produtos ou serviços em diferentes áreas, catalizando, dando ênfase e aplicação a algo que já existe:

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar mais riquezas. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infudido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (HISRICH; PETERS, 2004 P.29 *apud* KNÖRICH *et al*, 2008).

A literatura demonstra que empreender é um processo apoiado em quatro fases distintas.

- A) Identificar e avaliar a oportunidade;
- B) Desenvolver o plano de negócios;
- C) Determinar recursos necessários;
- D) Administrar a empresas resultante.

A percepção das oportunidades que estão no mercado, as novas idéias para superar obstáculos são características básicas do empreendedor que, propiciam a auto-realização do empreendedor e o crescimento das empresas. Através das inovações surgem novas tendências de mercado que incluem habilidades administrativas, recursos financeiros e capacidade de marketing.

Diante das diferentes formas de conceituar empreendedorismo podemos encontrar uma característica comum entre elas que é a preocupação de estudar alguém que cria uma empresa ou gera ideias e materializa riquezas por meio de sonhos. Vejamos mais algumas definições:

Schumpeter (1954) – Relançou as idéias a respeito do empreendedor e seu papel no desenvolvimento econômico. Associou o empreendedor ao desenvolvimento econômico, a inovação e ao aproveitamento de oportunidades em negócios. Empreendedor é a pessoa que destrói a ordem econômica existente graças à introdução no mercado de novos produtos/serviços, pela criação de novas formas de gestão ou pela exploração de novos recursos, materiais e tecnologias. Para ele, o empreendedor é aquele que realiza coisas novas e não necessariamente aquele que inventa.

Peter Drucker (2000) – O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou opera um negócio para realizar uma idéia ou projeto pessoal, assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente. Empreendedorismo não é nem ciência nem arte; é uma prática, cuja ferramenta principal é a inovação que transforma idéias em ações lucrativas.

Fillion (1991) – Empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões. Visão é uma imagem projetada no futuro.

Timmons (1994) – O empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar oportunidades, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso.

Dolabela (2003, p. 27) – Procurou ampliar a perspectiva apresentada pela teoria visionária de Fillion e assim definiu empreendedorismo: “Empreendedor em qualquer área, é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.”

Marins (2005) – Empreendedor é aquele que transforma sonhos em ações, em resultado.

Eugênio Mussak (2003) – Empreender é gerar riquezas, patrocinar progresso, criar vida. O empreendedor não é apenas útil e necessário, ou melhor: é imprescindível.

Os empreendedores demonstram forte predisposição para o sucesso pessoal, profissional e financeiro. Há várias décadas, os empreendedores vêm sendo descritos como indivíduos motivados internamente para atuar da maneira significativa na sociedade, de maneira empreendedora sendo mais ousados autoconfiantes persistentes, criativos, inovadores e com forte desejo de independência e autonomia. (Dolabela, 2003)

Podemos observar que os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular apaixonadas pelo que fazem; não se contentam em ser mais um na multidão; são pessoas que descobrindo seus talentos, competências, seu propósito de vida, desenvolvem esforços e realizam sua própria visão sendo protagonistas de sua própria vida, sendo capazes de produzir mudanças em si mesmo e no meio ambiente. Podemos ainda conceituar empreendedor como uma

pessoa motivada para a realização que transforma o sonho em realidade. (Dolabela, 2003)

Nesta pesquisa elege-se como foco a definição relacionada à inovação, da linha comportamentalista de Fillion, que diz que o empreendedor é quem imagina, desenvolve e realiza visões.

2.2 Projeto de Empreendedorismo no Ensino Médio: uma experiência construída em Rondônia

O projeto Empreendedorismo no Ensino Médio: Aprender a Empreender é um projeto de largo alcance educativo-social que beneficia estudantes da educação básica, proporcionando oportunidades de aprender a empreender no seu próprio negócio ou em uma arena de atuação que escolher aprendendo como se organizar agregar valor e redirecionar a força de trabalho para autogestão com criatividade liderança e visão de futuro. Segundo Batista (2007), o projeto Aprender a Empreender tem como objetivos:

- Proporcionar a professores e alunos do Ensino Médio, conhecimentos teóricos e práticos em Empreendedorismo, no sentido de atender o triplo papel da educação quanto às dimensões econômica, científica e sócio-cultural;
- Divulgar e potencializar a cultura empreendedora na escola, como ação sócio-educativa possibilitando sua inclusão como projeto pedagógico;
- Capacitar professores sensibilizados e dispostos a desenvolver, juntamente com os alunos, projetos empreendedores, com conteúdos que proporcionem estudos e práticas empreendedoras;
- Despertar nos educando o interesse pela realização de seus projetos de vida, desenvolvendo competências para analisar e intervir na realidade econômica e social da qual faz parte;

- Contribuir para a adesão de professores de todas as disciplinas, quanto à criação de um projeto de trabalho interdisciplinar com base no empreendedorismo;
- Criar mecanismos teóricos e práticos para a construção do projeto Pedagógico de Empreendedorismo na escola de forma coletiva e interdisciplinar;
- Promover a sensibilização de gestores escolares e demais profissionais da educação a respeito da importância do desenvolvimento de práticas empreendedoras nas escolas;
- Proporcionar conhecimentos e experiências sempre empreendedoras aplicáveis ao mundo do trabalho;
- Fomentar a participação das comunidades escolar e externa às ações empreendedoras desenvolvidas pela escola.

No primeiro momento, foram visitadas 32 Representações de Ensino e 170 escolas para a apresentação da proposta de Integração do Projeto Pedagógico de Empreendedorismo no Ensino Médio: Aprender a Empreender (PEEM). O projeto obteve a adesão de todas as representações de ensino visitadas e 105 escolas, beneficiando mais de 8.000 alunos de 3ª série do Ensino Médio; a expansão de atendimento as outras escolas aconteceu de forma gradativa, obedecendo ao critério da adesão por parte da equipe gestora.

Num segundo momento, o PEEM foi implantado em mais de 98 escolas, ampliando o atendimento para todas as séries do ensino Médio. De acordo com os resultados alcançados nas escolas no primeiro ano (2004), a implementação do PEEM foi assumida por mais de 60% das escolas. Os dados referentes aos indicadores de resultados do PEEM foram construídos a partir da avaliação sistemática e processual efetivada em todas as etapas de execução.

Até 2006, o projeto beneficiou 203 escolas de 63 localidades (52 municípios e 11 distritos), abrangendo todo o Estado. Foram capacitados 1.010 profissionais da educação entre professores, gestores, coordenadores pedagógicos técnicos da SEDUC e Representações de Ensino (BATISTA 2007, p. 183).

Nessa perspectiva, o projeto prevê, dentro de uma estrutura didática e pedagógica, o desenvolvimento de ações voltadas para a capacitação dos profissionais da educação a respeito do empreendedorismo como forma de agir, a partir das seguintes atividades formativas:

- a) Workshop de Formação empreendedora para gestores escolares (Diretores) e técnicos das Representações de Ensino (REN) / SEDUC – Esta etapa se caracteriza como o início do processo de sensibilização e motivação ao desenvolvimento das atividades empreendedoras na escola, além da apresentação e de esclarecimentos respeito do projeto e a metodologia dos “5 Pilares do Empreendedorismo”.
- b) Workshop de Formação Empreendedora para professores, coordenadores pedagógicos e técnicos da REN/SEDUC – São momentos integradores destinados a capacitar professores de ensino médio, técnicos das escolas, supervisores e técnicos das representações de ensino, de forma presencial, teoria com a de finalidade prepará-los para desenvolver o projeto em suas escolas.
- c) Palestras de empreendedorismo – As palestras são realizadas objetivando sensibilizar os alunos, professores, pais, comunidade, empresários, gestores de entidade públicas municipais e estaduais com atuação local quanto à importância do empreendedorismo para a educação, formação profissional, desenvolvimento e sustentabilidade econômica para o Estado.
- d) Oficinas empreendedoras para os alunos do ensino médio regular e EJA - As oficinas empreendedoras são ações realizadas objetivando contribuir com a formação dos jovens por meio de princípios, metodologias e técnicas capazes de desenvolver nos estudantes um conjunto de habilidades e competências empreendedoras, favorecendo-lhes facilidade para melhor identificar, compreender e enfrentar as exigências e transformações do Mercado.
- e) Consultoria e assessoria técnico-pedagógica – Durante a realização do projeto, a equipe de profissionais de capacitação e consultoria realiza visitas e contatos diretos *in loco* nas escolas, objetivando orientar técnica e pedagogicamente, os gestores, coordenadores pedagógicos, professores e alunos no processo de implantação e implementação do projeto de empreendedorismo.

- f) Feira de empreendedorismo do ensino médio – Como culminância de todas as ações empreendedoras desenvolvidas no projeto, realiza-se uma grande Feira de empreendedorismo com os alunos do Ensino Médio.

As próprias escolas são responsáveis por selecionar duas mini-empresas por escola, para ser apresentadas na Feira Estadual de Alunos Empreendedores do Ensino Médio. Participam da Feira empresas em áreas diversas, tais como: serviços de artesanato, confecções em geral, alimentícias, entre outras.

2.3 Empreendedorismo e Cultura Empreendedora

Para Roese, Binotto e Büllau (2005 p. 10) o problema do empreendedorismo pode estar no desenvolvimento da cultura empreendedora. As características do empreendedor se desenvolvem na profissionalização, “Assim, o empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural”.

Os traços culturais das diferentes sociedades são inúmeros e atingem dimensões imensuráveis. Sendo assim os diferentes estilos culturais podem influenciar ou direcionar o comportamento dos indivíduos que dela fazem parte.

Hofsted *apud* Silva, Gomes e Correia (2009) classifica cinco dimensões culturais: dimensão do poder, individualismo ou coletivismo, masculino ou feminino, aversão à incerteza e orientação no longo prazo ou orientação no curto prazo. Para Hofsted a elevada dimensão do poder favorece a centralização e inibe o empreendedorismo, e o maior nível do empreendedorismo está relacionado com a baixa distância do poder. A dimensão da aversão à incerteza inibe o empreendedorismo.

“Características culturais do tipo masculino favorecem a competitividade e a luta pela sobrevivência e, portanto, estão positivamente associadas à maior nível de empreendedorismo do que em culturas predominantemente femininas.” (SILVA; GOMES; CORREIA, 2009)

Segundo Busenitz e Lau (1996 *apud* Silva, Gomes e Correia, 2009) o desenvolvimento de pesquisas focadas em análises do tipo transcultural buscam entender por que algumas culturas produzem individualmente maior propensão a atividade empreendedora do que outras.

Para Silva *et al.* (2008) afirmam que dada dimensão cultural, social e econômica atribuída ao empreendedorismo, diversos estudos sugeriram que o contexto cultural de uma nação afeta o comportamento dos empreendedores de forma significativa. Tan (2002), George e Zahra (2002 *apud* Silva *et al.*, 2008) afirmam que pesquisas neste sentido despertam interesse há cerca de três décadas, visando sobretudo entender a relação entre as variáveis culturais e o comportamento empreendedor, e em geral indicam que o nível de empreendedorismo é favorecido por culturas onde predominam baixa distância do poder, baixa aversão a incerteza, e elevado individualismo e elevada cultura masculina.

De acordo com Silva, Gomes e Correia (2009) a orientação empreendedora no Brasil é mais evidente que em Portugal, destacando-se as dimensões de propensão para o risco e para a competitividade agressiva.

Martes e Rodriguez (2004) em pesquisa qualitativa nos EUA sugere que as igrejas protestantes criam um ambiente mais favorável para o empreendedorismo étnico. De acordo com o Sheng (2008) os relacionamentos baseados em *xinion* (confiança) envolvidos por sucessivas trocas de favores. Desta maneira, quanto maior a relação de *guanxi* mais fácil o empreendedor obterá sucesso no ambiente empresarial.

2.4 O Empreendedor e Suas Interfaces

Dolabela (1999) define como características da personalidade empreendedora o estabelecimento de uma visão e objetivo para depois se preocupar com a alocação de recursos, a definição de tarefas e papéis que criam uma estrutura clara de organização, o apoio na autoimagem, na cultura da liderança

e na perseverança, mudanças, trabalho, planejamento dos processos, evolução individual, lida com situações concretas.

Todas as pessoas possuem habilidades com as quais trabalham e realizam seus sonhos. Quem deseja empreender, além dessas habilidades práticas, precisa também muita força de vontade. pois para fazer crescer um negócio é preciso empenho, dedicação e conhecimento. Um conhecimento que vai além das habilidades, o chamado conhecimento técnico, ou capacitação, nada mais é do que experiências vividas por muitos, e que, podem ser buscadas por quem está começando, para que não se comece pelo erro. E, o empreendedor buscará informações através de diferentes meios de comunicação, em contato com outros procurando trocar experiências e vivências. É imprescindível que todo profissional desenvolva competências e características empreendedoras importantes para ser e fazer o diferencial no mercado de trabalho. (Dornelas 2008)

Para Içami Tiba (2005) competência é quando a pessoa desenvolve capacidade de produzir, de resolver problemas e, atingir os objetivos, e tanto maior ela será se menos tempo se gasta e menos recursos se utiliza, e ainda complementa:

Conhecimentos são informações em ação, isto é, precisa ter significado para aplicações práticas, teóricas, comunicacionais, artísticas, espirituais e muitas outras áreas em todos os ramos da vida, que podem modificar o existente, criar o novo, reinventar o inventado, ir além do que foi já descoberto, expandindo os limites em todas as dimensões.

Desta forma, o empreendedorismo surge como uma estratégia e instrumento facilitador do fator “atitude”, que é o diferencial competitivo do profissional.

2.4.1 A Motivação e o Empreendedor

A palavra motivação deriva do latim *motiver*, *movere*, que significa mover. Em seu sentido original, a palavra indica o processo pelo qual o comportamento humano é incentivado, estimulado ou energizado por algum tipo de motivo ou razão. Motivo, motor e emergência são outras palavras que têm a mesma raiz. O

comportamento humano é sempre motivado. Sempre há um motor funcionando, que movimenta o comportamento humano. (MAXIMIANO, 2006 p. 180).

Para Silva, Gomes e Correia (2009), há diversos fatores que fazem com que o indivíduo se motive. O desemprego que atinge boa parte da população mundial faz com que novos empreendedores surjam montando o seu próprio negócio, quer seja autônomo ou empresário. Podem ser também motivos para empreender a realização pessoal, a formação profissional, a influência familiar, a sociedade e as oportunidades.

2.5 A Postura Competitiva das Empresas

As empresas devem saber conviver com o estágio de globalização e evolução se tornando competitiva. Para Barros e Pereira (2008, p.977) “A contribuição do empreendedor ao desenvolvimento econômico ocorre fundamentalmente pela inovação que introduza e pela concorrência no mercado”. Ainda para estes autores *ibidem* citando Porter (1992) “a inovação de produtos e de processos de produção está no coração da competitividade de um país”.

Ser competitiva significa ter uma boa produtividade, uma ótima qualidade e, principalmente, ficarem atento as inovações. Quem sai na frente se destaca entre os concorrentes e conquista seu mercado. Faz-se necessário o conhecimento das novas tecnologias, que nem sempre são muito divulgadas. Então é preciso buscar esses novos instrumentos e métodos para que o negócio não fique parado no tempo. Barros e Pereira (2008)

O produto ou serviços oferecidos pelo empreendedor pode interessar a algumas empresas, para efetuar tal investigação são necessárias pesquisas e análise dos mercados. Conhecer seu mercado significa descobrir do que ele precisa. Ao perceber se o produto interessa ao mercado, surge à chance de se criar algo novo.

Em pequenas cidades a aproximação de empreendedores do diferentes negócios do local (comercial, industrial ou serviços) pode apontar oportunidade de

unir forças positivas na direção dos resultados. Através de parcerias com associações brasileiras de diferentes setores, entidades empresariais, governo e fóruns de representação, muito se pode fazer pelo pequeno negócio, em diversas regiões do país. Barros e Pereira (2008)

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

3.1 Tipo e descrição geral da pesquisa

A pesquisa foi desenvolvida nas seis escolas públicas do município de Ouro Preto do Oeste – RO. Ao total são 260 alunos do terceiro ano do Ensino Médio.

Foram utilizadas entrevistas semi-estruturadas (260 alunos matriculados na terceira série do Ensino Médio) para identificar qual a percepção dos alunos do Ensino Médio na Educação Básica – SEDUC/RO – em Escolas da Rede Pública Estadual de Ouro Preto do Oeste em relação ao Projeto Empreendedorismo na Educação Básica visando avaliar a efetividade do projeto junto a esse público.

3.2 Caracterização da organização, setor ou área

As seis escolas públicas da rede estadual de ensino do município de Ouro Preto do Oeste fazem parte das centenas de escolas estaduais pertencentes aos 96 municípios do Estado de Rondônia dos quais 63 localidades participam do projeto que é nosso foco de estudo neste trabalho.

Fazem parte do grupo de estudos 260 alunos regularmente matriculados na terceira série do ensino médio das seis escolas citadas a seguir:

- Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio 28 de Novembro
- Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Joaquim de Lima Avelino
- Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Aurélio Buarque de Holanda
- Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Monteiro Lobato
- Escola Estadual de Ensino Fundamental e Médio Horácio Carelli Mendes

- Centro Estadual de Ensino de Jovens e Adultos Professor Antonio de Almeida

3.3 População e amostra ou participantes do estudo

Os participantes desta pesquisa foram os alunos da terceira série do Ensino Médio das seis escolas públicas estaduais de Ouro Preto do Oeste.

De acordo com Vergara (2007), os tipos de pesquisa podem ser definidos por dois critérios básicos: quanto aos fins e quanto aos meios. Quanto aos fins, esta pesquisa é descritiva, pois expõe características claras e bem delineadas de determinada população ou fenômeno, para isso envolve técnicas padronizadas e bem estruturadas de coletas de dados. Quanto aos meios de investigação, esta pesquisa é de campo, pois se baseia na experiência que se está sendo aplicada na investigação e é realizada exatamente no local onde são observados os fenômenos estudados. O estudo também se utiliza meio investigativo bibliográfico, porque é realizado com base em material publicado em livros, jornais, revistas, sites da *internet* disponibilizados ao público em geral.

Segundo Costa (2008), uma investigação científica pode ser realizada de acordo com vários modelos investigativos, contudo, toda a investigação científica será desenvolvida segundo um destes três paradigmas: quantitativa, qualitativa ou mista. Esta pesquisa se classifica como mista, pois ainda segundo a autora, a investigação mista não é mais do que uma mistura da investigação quantitativa e da qualitativa.

As investigações deste tipo apresentam os seus resultados sob a forma de um relatório do tipo narrativo com descrições contextuais e citações dos participantes, que apresentam seu ponto de vista.

3.4 Caracterização dos instrumentos de pesquisa

Esta pesquisa de caráter qualitativo será construída por meio de um roteiro de perguntas abertas e fechadas. A entrevista aberta é utilizada quando o pesquisador deseja obter o maior número possível de informações a respeito de determinado tema, segundo a visão do entrevistado, e também para obter um maior detalhamento do assunto em questão. Ela é utilizada geralmente na descrição de

casos individuais, na compreensão de especificidades culturais para determinados grupos e para comparabilidade de diversos casos (MINAYO, 1993).

Conforme Boni e Quaresma (2005) as entrevistas semi-estruturadas combinam perguntas abertas e fechadas, que o informante tem a possibilidade de discorrer a respeito do tema proposto. O pesquisador deve seguir um conjunto de questões previamente definidas, mas ele o faz em um contexto muito semelhante ao de uma conversa informal.

3.5 Procedimentos de coleta e de análise de dados

Os dados foram coletados junto a alunos da terceira série do Ensino Médio das seis escolas selecionadas em horário de aula em momentos previamente estabelecidos e agendados com a coordenação pedagógica da instituição.

A pesquisa realizou-se na primeira quinzena do mês de julho de 2011. Durante esse período a pesquisadora esteve atenta à aplicação e ao recebimento dos argumentos dos participantes, que foi aplicado pela orientadora escolar.

Na análise do conteúdo os dados foram analisados qualitativamente e as respostas obtidas foram tabuladas e organizadas em gráficos e tabelas de cognição comparada. Segundo Marques (2001), esta análise cognitiva é realizada “[...] comparando-se fragmentos do corpus das entrevistas com fragmentos da literatura pertinente”. Nesse sentido, as observações dos alunos sobre o PEEM, que foram adquiridos no decorrer dos trabalhos através da observação e que estão à margem do saber formal, foram imprescindíveis na construção das tabelas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram distribuídos 260 questionários dos quais 12 foram devolvidos sem respostas, conforme a seguinte distribuição:

Distribuição e Recolhimento de questionários

Escola	Questionários	Respondidos	Devolvidos sem resposta
EEEFM 28 de Novembro	80	72	8
EEEFM Joaquim de Lima Avelino	50	46	4
EEEFM Aurélio Buarque de Holanda	40	40	0
EEEFM Monteiro Lobato	30	30	0
EEEFM Horácio Carelli Mendes	20	20	0
CEEJA Professor Antonio de Almeida	40	40	0
TOTAL	260	248	12

Tabela 1 – Distribuição e Recolhimento de questionários

Fonte: Dados da pesquisa

Da amostragem de 248 alunos que responderam o questionário o número de alunos que já participaram do projeto esta representado no Gráfico 1.

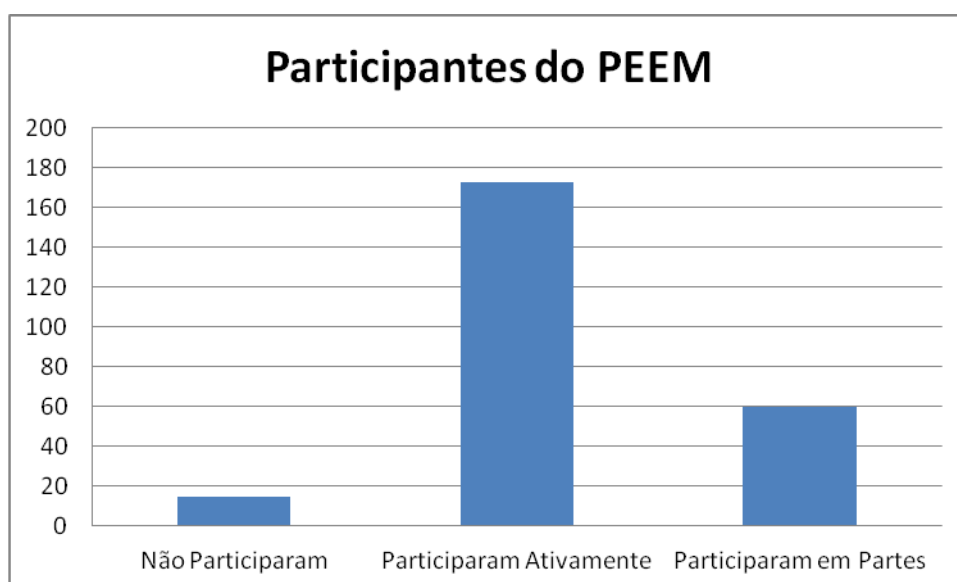


GRÁFICO 1- Participantes do PEEM

Fonte: Dados da Pesquisa

Sendo que 70% dos alunos participaram ativamente do projeto, 24% participaram em partes, ou seja, sem muita dedicação e 6% nunca participaram do projeto, os alunos alegaram ser novatos na escola.

Os alunos da amostragem tiveram oportunidade de participaram do PEEM durante todo o decorrer do Ensino Médio, podendo ter participado do projeto em até três anos consecutivos, descrevemos estas participações através do Gráfico 2.

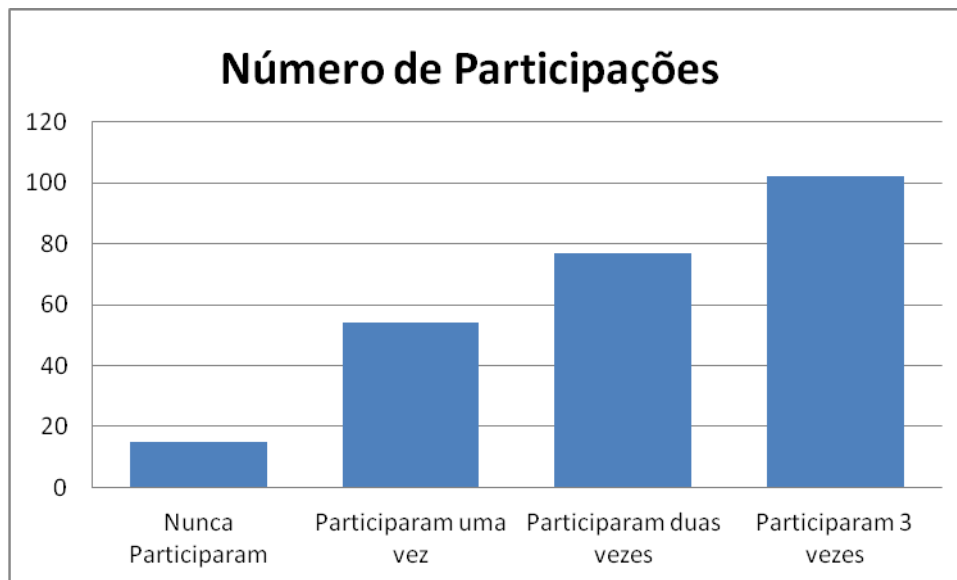


GRÁFICO 2 – Numero de Participações
Fonte: Dados da Pesquisa

Neste gráfico ainda considerando a amostragem de 248 alunos 6% nunca participaram do projeto, 22% participaram uma vez, 31% participaram 2 vezes e 41% participaram 3 vezes.

Dos 248 alunos da amostragem 16 nunca participaram do PEEM, portanto foram excluídos dos levantamentos de dados que seguem, sendo considerado como amostragem válida o quantitativo de 232 alunos.

De acordo com Pacievitch (2011), o setor industrial de Rondônia está em desenvolvimento. O ramo alimentício e frigorífico são os principais segmentos da indústria em Rondônia. Considerando esta posição do estado e combinando- os com as influências que o meio cultural exerce sobre o indivíduo, podemos explicar as respostas dos alunos quanto ao questionamento feito sobre o ramo de investimento que decidiram seguir, tornou-se clara a preferência pelo ramo alimentício, o que apresentamos no Gráfico 3. Para Drucker (1986, p.45), "os empreendedores inovam, criam valores novos e diferentes, e satisfações novas e diferentes, convertendo um material em um recurso, ou combinando recursos existentes em uma nova e mais produtiva configuração".

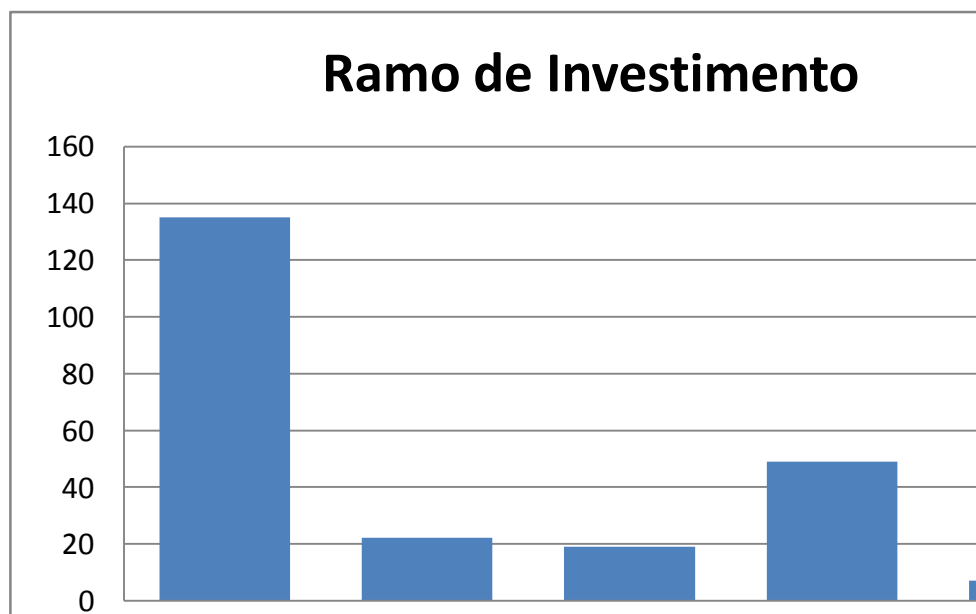


GRÁFICO 3 – Ramo de Investimento
Fonte: Dados da Pesquisa

Observe que a preferência dos alunos é pelo ramo alimentício, representados por 58% do total, 10% informática, 8% prestação de serviço, 21% Artesanato e customização e 3% buscaram outros investimentos.

Em relação a participação dos professores como orientadores do projetos alunos responderam as questões considerando eficiente a atuação deste profissional de acordo com o Grafico 4. Porém percebe-se ainda a necessidade de melhora no item motivação e liderança por parte dos mesmos, pois uma atividade com objetivos voltados ao desenvolvimento humano no que tange a características pessoais de ser e de agir devem ser acompanhadas de forma cativante e alanvacadas por um item motivador que, apenas pessoas com espirito de liderança podem conseguir.

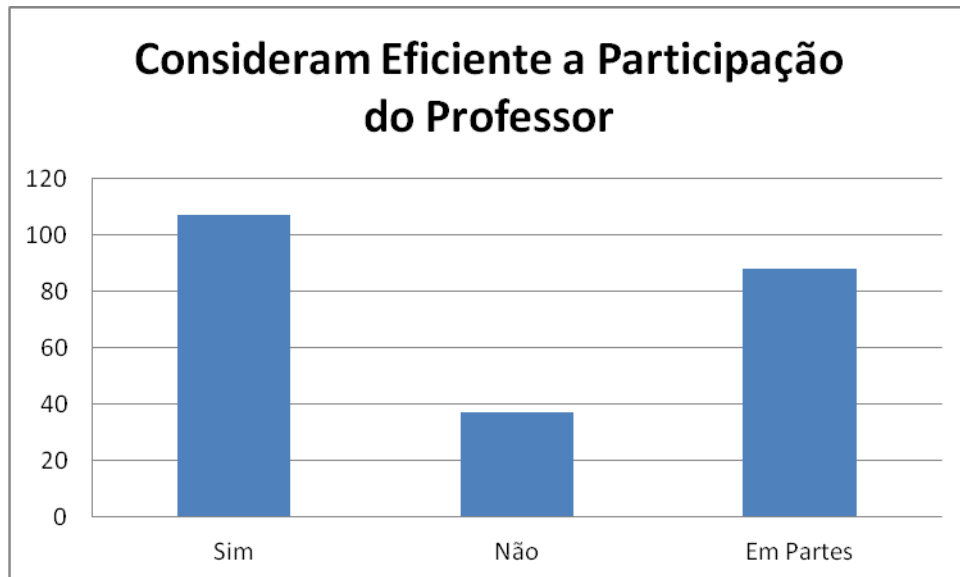


GRÁFICO 4 – Consideram eficiente a participação do Professor
Fonte: Dados da pesquisa

46% dos professores na visão dos alunos foram eficientes e participativos, enquanto 16% não tiveram expressão e 38% participaram em partes, de forma ética, porém pouco motivadora, ou seja, não condizente com o projeto.

Sendo assim de um modo geral a aprovação do PEEM é satisfatória e esta representada no Gráfico 2, onde é possível perceber um quantitativo excelente de aprovação.

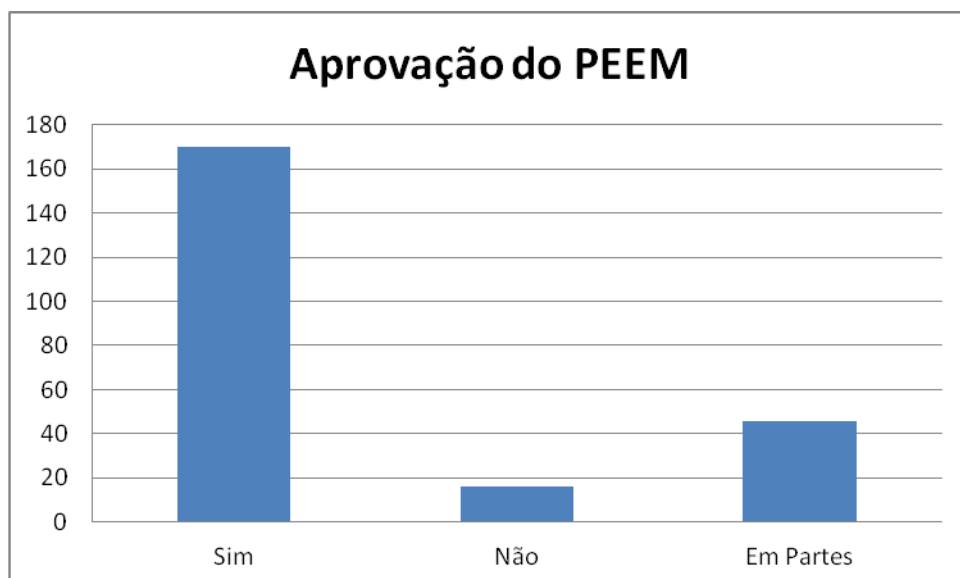


GRÁFICO 5 – Aprovação do PEEM
Fonte: Dados da Pesquisa

Este gráfico mostra uma aprovação de 73%, uma reprovação de 20% e uma aprovação baseada em algumas restrições de 7%

Na opinião de Dolabela (2003) "o espírito empreendedor é um potencial de qualquer ser humano e necessita de algumas condições indispensáveis para se materializar e produzir efeitos", já o senso comum considera que as características empreendedoras do ser humano são inatas. Na opinião dos alunos Empreendedorismo é um estado de espírito, do modo de ser e de agir, uma forma de enfrentar o mundo (Dornelas, 2008). Que veremos retratada nas diferentes formas de definição feitas pelos alunos no questionário e transcritas na Quadro 1.

DEFINIÇÃO DE EMPREENDEDORISMO	
Segundo os Entrevistados	Segundo a Literatura
"Empreendedorismo é o que aprendemos para criar a nossa empresa."	"Empreendedorismo é o conjunto de várias qualidades humanas como competência, iniciativa, ética, criatividade, ousadia, comprometimento e responsabilidade nos seus atos, especificamente mais focalizados no trabalho, mas que servem para qualquer área da vida." (Içami Tiba, 2005)
"Ser empreendedor é ser criativo."	
"Empreender é saber fazer."	
"Empreendedorismo é a ciência da negociação."	
"Empreendedorismo é ganhar dinheiro."	
"Empreendedorismo é o movimento de buscar o sucesso."	

Quadro 1 – Definição de Empreendedorismo

Fonte: Dados da Pesquisa

Percebemos em todas as definições de empreendedorismo que estão contemplados tanto os empreendedores da área de negócios, que são medidos pela capacidade de ganhos financeiros, quanto os empreendedores na área de pesquisa e ensino, que são medidos pela capacidade de agregar valor em novos conhecimentos e tecnologia.

As observações feitas pelos alunos, demonstram que uma das características que o projeto apresentou foi a valorização do conhecimento prévio, complementado com as experiências de sala de aula, ou seja, houve a possibilidade de expor as emoções e os sentimentos, incorporando-os na ação, tornando o aluno líder de si mesmo.

O CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO NA ESCOLA PODE SER APROVEITADO NO FUTURO?	
Segundo os Entrevistados	Segundo a Literatura
"... aprender não ocupa espaço..."	"[...] acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio,
".... já posso trabalhar em pastelaria..."	
"... não sabia criar jogos e aprendi com os colegas um monte de macete no PC..."	

“... não imaginava que café podia ser tão gostoso...”	do perfil do empreendedor e de como ele administra as diversidades que encontra no dia a dia de seu empreendimento. [...] o ensino do empreendedorismo ajudará na formação de melhores empresários, melhores empresas e na maior geração de riqueza ao país.” (Dornelas, 2008)
“... descobri que levo jeito para customizar...”	
“... acho que vou ser boa vendedora...”	
“... meu, meus colegas não sabem fazer contas, vou ser boa contadora, organizei tudo...”	

Quadro 2 – Aproveitamento do Conhecimento adquirido sobre Empreendedorismo
Fonte: Dados da Pesquisa

Nota-se nas considerações feitas pelos alunos que os conhecimentos agregados através da experiência que tiveram foi de grande proveito para o seu desenvolvimento futuro, seja qual for o seu campo de atuação, tais considerações reforçam a importância pedagógica para o aprimoramento e desenvolvimento das características do espírito empreendedor. Para Dornelas (2001):

Um dos caminhos a ser seguido pela escola para desenvolver o espírito empreendedor pode ser através do enfoque dado na identificação e no entendimento das habilidades do empreendedor, em torno de como ocorre a inovação e o processo empreendedor, na importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico, entre outras.

Filion (1994), desafia que o empreendedorismo pode ser ensinado; o professor precisa adaptar a abordagem pedagógica a lógica de cada disciplina ou campo de estudo, pois não se ensina empreendedorismo como se ensinam outras matérias. E Chiavenato(2009) defende em suas obras ser possível ensinar os princípios da administração para qualquer indivíduo, a arte de empreender deixou de ser considerada um dom e hoje o ensino do empreendedorismo apresenta base teórica, estudos de casos e um alto nível de convergência interdisciplinar.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING NO DESENVOLVIMENTO DO PEEM	
Segundo os Entrevistados	Segundo a Literatura
“... tinha que ter falado mais na rádio...”	“Se você pensa que o Marketing é um assunto apenas para grandes empresas, é melhor mudar de opinião. O Marketing pode e deve ser feito até pelo engraxate!” (João de Simoni <i>in</i> AURÉLIO, 2009, p.89)
“... a SEDUC deveria obrigar as escolas tudo a visitar a feira...”	
“... foi gente pra dana...”	
“... podia ter vindo mais gente...”	
“... eu vendi tudo cara...”	
“... que pena que teve povo que não ficou sabendo...”	
“A propaganda tem o objetivo de fazer com que uma mensagem atinja uma audiência selecionada, com o propósito de informar, convencer e reforçar o conceito do produto junto aos consumidores.” (Dornelas, 2008)	

Quadro 3 – A Importância do Marketing no Desenvolvimento do PEEM
 Fonte: Dados da Pesquisa

As estratégias de marketing são os meios e métodos que as empresas utilizam para alcançar seus objetivos. A projeção de vendas da empresa está diretamente ligada a estratégia de marketing estabelecida, pois depende de como o produto será posicionado no mercado, as promoções, preços e os canais existentes até chegar ao cliente. Os alunos ainda ligam muito o marketing apenas a propaganda e ao volume de visitas aos estandes do empreendimento.

RETORNO FINANCEIRO DO EMPREENDIMENTO	
Segundo os Entrevistados	Segundo a Literatura
“... gastei mais do bolso que tudo...”	“Em um cenário de incerteza, o acompanhamento financeiro sistemático das finanças de uma atividade é o que permite a tomada de decisões acertadas. [...] Com as demonstrações financeiras e o planejamento financeiro, é possível estabelecer e cumprir as respectivas metas ou redefini-las se necessário.” (Dornelas. 1999)
“... não gosto de pedi patrocínio...”	
“... peguei tudo que eu gastei de volta e ainda sobrou...”	
“... ganhei mais do que esperava...”	
“... adorei ganhar dinheiro e nota pra passar...”	
“... minha empresa foi show, regassamo...”	
“... acho que vou virar DJ profissa, dá muito dinheiro...”	

Quadro 4 – Retorno Financeiro do Empreendimento
 Fonte: Dados da Pesquisa

O interesse pelo lucro fácil é uma manifestação do espírito aventureiro do brasileiro, porém as experiências vivenciadas pelos estudantes serviram de base para perceberem que a parte financeira é, para muitos empreendedores, a mais difícil do plano de negócios (Dornelas, 2004). Isso porque ele deve refletir em números tudo o que foi escrito até então nas outras seções do plano, incluindo investimentos, gastos com marketing, despesas com vendas, gastos com pessoal, custos fixos e variáveis. Então se deve adequar os dados financeiros ao plano e nunca ao contrário. Esse tipo de informação eles obtiveram na prática e com os parceiros empreendedores do comércio local, que, segundo a maioria dos entrevistados foram muito receptivos tanto para informar sobre a sua área de atuação, como para patrocínios.

Segundo Dornelas (1999) em cenários de incertezas, o acompanhamento sistemático das finanças de uma atividade é o que permite as decisões acertadas. Então os administradores justificam suas decisões em termos numéricos mostrando

que conseguem valorizar o volume de recursos físicos e financeiros disponíveis de maneira adequada

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esta pesquisa buscou identificar a percepção dos alunos de Ensino Médio da Educação Básica – SEDUC/RO – das Escolas da Rede Pública Estadual de Ouro Preto do Oeste - em relação ao Projeto Empreendedorismo na Educação Básica visando avaliar a efetividade do projeto junto a esse público. Procurando identificar como a educação empreendedora incentiva a construção do perfil empreendedor e se este perfil é consequência de conhecimentos acadêmicos. Nesta análise buscou-se investigar se os professores estão preparados para essa realidade e quais as perspectivas futuras para o projeto.

De acordo com os dados analisados graficamente detectou-se que de uma amostragem de 248 alunos Concluintes do ensino médio:

- 72% participarem do projeto pelo menos uma vez enquanto 6% nunca partiram por motivos de rotação escolar;
- 58% dos alunos investiram no ramo alimentício;
- 16% dos professores tiveram participações consideradas ineficientes contra 84% de participações aceitas;
- 73% aprovam o projeto totalmente e 20% aprovam com restrições.

De acordo com os dados analisados através de tabelas de comparação de fragmentos mêmicos, percebe-se que os alunos entendem o empreendedorismo e fazem ligação de sua definição à área de negócio e/ou pesquisa e que o conhecimento adquirido por eles poderá ser utilizado futuramente. Compreenderam a importância e as dificuldades de se aplicar o marketing e a parte financeira em um plano de negócios.

Concluí-se que de forma geral 80 % dos educando são favoráveis ao projeto e perceberam reflexos dele em uma projeção futura de sucesso. Os resultados mostram que boa parte dos profissionais envolvidos são comprometidos e conseguem motivar (recrutar) os alunos na busca pelo sucesso em seu empreendimento. Porém uma boa parte desses profissionais foram engajados no projeto por motivos alheios ao que foi inicialmente proposto: proporcionar a

professores e alunos da educação básica, conhecimentos teóricos e práticos em empreendedorismo a fim de atender ao triplo papel da educação quanto às dimensões: econômica, científica e cultural.

Ou seja, para motivar é preciso estar motivado, comprometido, pois para levar o aluno a sonhar é necessário sonhar junto com o educando, levá-lo a acreditar em si mesmo.

No livro de Dornelas, a citação de Jeffry Timmons (2004) é enfática: "*O empreendedorismo é uma revolução silenciosa, que será para o século XXI mais do que a revolução industrial foi para o século XX*". Esta revolução está dentro das escolas também que certamente tem um papel muito importante na lógica da contribuição social e na lógica do empreendedorismo. Assim, várias experiências na área de educação empreendedora têm mostrado que empreendedores podem sim, ser formados na escola, embora isso não seja um processo simples, dependendo de um ambiente favorável e algumas condições externas.

Então na expectativa de responder a questão inicial desta pesquisa sobre a educação empreendedora na visão dos alunos. Argumenta-se que se empreendedorismo é uma habilidade adquirida na juventude, em um ambiente familiar favorável e onde a cultura local encoraja a iniciativa e não a dependência, ou uma atitude, habilidade ou conjunto de conhecimentos/habilidades que podem ser ensinadas. Vários pesquisadores da linha comportamental/humano consideram que ambos, talento e educação, são importantes na formação de empreendedores.

Apesar das características que, em muitos casos são natos em um empreendedor, muito se pode aprender ao longo da vida, e a escola é o ambiente favorável a este aprendizado, por isso acredita-se que o ato de empreender pode ser apreendido nas escolas, bastando para isso preparação. A escola deve procurar fortalecer o relacionamento humano entre professores e alunos como elemento motivador da aprendizagem e não o conhecimento como sendo o elo entre o aluno e professor. Neste sentido, um pressuposto básico na implementação de qualquer projeto pedagógico é a capacitação dos educadores, para que haja mudança do paradigma educacional. Só consegue absorver novas idéias e pô-las em prática quem está receptivo. Assim, a necessidade dos professores formadores estarem abertos e terem percepção sobre o que está acontecendo no mundo e no mercado é

essencial para possibilitar a participação ativa nos caminhos que levam ao conhecimento e às práticas educativas.

Neste sentido sugere-se:

- Elaborar testes de aptidão empreendedora com os educadores e reforçar a capacitação;
- Promover maior envolvimento de sociedade buscando parcerias no comércio local e centros de ensino superior;
- Que o projeto suspenso em 2011 volte a ser parte da proposta pedagógica em 2012.

Considerando-se o fato de neste ano de 2010 as atividades do PEEM e de todos os projetos de largo alcance da SEDUC terem sido suspensos para avaliação da coordenação do governo atual, os resultados positivos que esta pesquisa apresentou pode vir a colaborar com a decisão da equipe educacional em vigência, pois, esse projeto revelou-se de grande importância para as escolas, para a comunidade local e, especialmente, para os alunos do Ensino Médio que logo estariam ingressando em outro nível de ensino e se preparando para o mundo do trabalho. Pois em síntese Introduzir a educação Empreendedora na Educação Básica apresenta as seguintes perspectivas:

- Desenvolver valores e Habilidades empreendedoras nas pessoas de modo que sejam capazes de se envolver e comprometer-se com seus projetos de vida pessoais e sociais aliados ao desejo de mudança e transformação da realidade;
- Propiciar situações criativas, dinâmicas e inovadoras;
- Gerar o desenvolvimento das potencialidades humanas na perspectivas de geração de emprego e renda;
- Colaborar com a formação acadêmica de futuros administradores que chegarão à universidade com uma base teoria substancial a sua formação.

Em resumo efetivar a implantação de uma proposta pedagógica com a disseminação do empreendedorismo na educação conduz à utilização de procedimentos didáticos capazes de despertar e desenvolver atitudes, competências e habilidades para que se empreenda com autonomia, iniciativa, participação, diálogo, ética, criatividade, visão de futuro, ousadia, liderança, busca de informação, estabelecimento de rede de relações, boa gestão de recursos, inovação e protagonismo, a partir do desenvolvimento de projetos pedagógicos coletivos e interdisciplinares.

No que tange às características comportamentais empreendedoras dos jovens da terceira série do ensino médio entrevistados, concluiu-se que estes possuem perfil empreendedor, porém num nível ainda baixo, uma vez que as conclusões gerais conduzem ao entendimento de que existe cultura empreendedora na região, porém é fundamental destacar que esta ainda é muito fragilizada, pois, apesar de existirem ações de empreendedorismo coletivo bastante relevantes no estado perfil empreendedor dos proprietários-dirigentes dos empreendimentos ainda precisa aumentar, razão pela qual fica Intensificada a necessidade de formação de novos empreendedores.

REFERÊNCIAS

- Barros, A., & Pereira, C. (2008). **Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica**. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), 975-993. doi: 10.1590/S1415-65552008000400005
- BATISTA, Maria Glaucia Linhares [et al.]. **Educação Empreendedora na Escola: 5 Pilares do Empreendedorismo**. Porto Velho: EDUFRO, 2007.
- BONI, V; QUARESMA, S. J.: Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC* Vol. 2 nº. 1 (3), janeiro-julho/2005, p. 68-80. Disponível em: www.emtese.ufsc.br
- COSTA, Henriqueta**. As principais diferenças entre a investigação qualitativa e a investigação quantitativa. 2008. Disponível em: <http://www.blogger.com/profile/14989864267424244057>
- CURY, Augusto Jorge. **Nunca desista dos seus Sonhos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004, 154p.
- CURY, Augusto. **Pais brilhantes, professores fascinantes**. São Paulo. Vozes, 2004.
- DALPIAN, Juliana; FRAGOSO, Juliane Görgen ROZADOS, Helen Beatriz Frota. Perfil Empreendedor do Profissional da Informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, Nova Série, São Paulo, v.3, n.1, p.99-115, jan-jun. 2007. Disponível em: <http://www.febab.org.br/rbbd/ojs-2.1.1/index.php/rbbd/article/view/32/37>, Acessado em: 18/05/2009.
- DOLABELA, Fernando. **A oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 1999. 280 páginas
- DOLABELA, Fernando. **A Vez do Sonho**. Cultura Editora, São Paulo, 2000, 250 páginas.
- DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. Cultura Editora, São Paulo, 2003, 144 páginas
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 3ª reimpressão
- DRUCKER, Peter. **Inovação e espírito empreendedor: entrepreneurship - prática e princípios**. 6. ed. São Paulo, Pioneira, 2000.
- FILION, L. J. (1991) – **O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações**. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, jul/set, p. 63-71.
- FILION, L. J. (1999) – **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios**. RAE – Revista de Administração de Empresas. São Paulo, abril/julh. , p. 5-28.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**. Brasília: GEM, 2010.

http://www.empresario.cowwww.planodenegocios.com.brm.br/futuro/futuro_txt/brincando.html. Acesso em novembro de 2011.

<http://www.mec.gov.br>. Acesso em novembro de 2011.

<http://www.sebrae.com.br/atender/customizado/estudos-e-pesquisas>. Acesso em novembro de 2011.

http://www.sebrae.com.br/br/programaseprojetos/programaseprojetos_1945. Acesso em novembro de 2011.

KNÖRICH, E. M. G.; *et al.* FRBR – REQUISITOS FUNCIONAIS PARA REGISTROS BIBLIOGRÁFICOS: primeiro estudo investigativo da USP. **XV Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias**. Campinas: SNBU/Unicamp, 2008. Disponível em: http://www.sbu.unicamp.br /snbu2008_/anais/site/indice-remissivo-autor.php, Acesso em novembro de 2011.

MARINS, Luiz. **Homo Habilis – você como empreendedor** – Editora Gente, 2005.

MARTES, Ana Cristina Braga; RODRIGUEZ, Carlos L. Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. **Rev. adm. contemp.**, Set 2004, vol.8, no.3, p.117-140. ISSN 1415-6555, Disponível em: http://anpad.org.br/periodicos/content/frame_base.php?revista=3, Acesso em: 04/05/2009

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. - Ed. Compacta – São Paulo: Atlas, 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 2. ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Ucitec/ Abrasco, 1993.

Mussak, Eugenio. **Metacompetencia**: Uma nova visão do trabalho e da realização pessoa. 5. Ed. São Paulo: Editora Gente, 2003.

PACIEVITCH, Thais. **Economia de Rondônia**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/economia/economia-de-rondonia/> Acesso em novembro de 2011.

PCN Parâmetros Curriculares Nacionais Ensino Médio. Brasília: Ministério da Educação, 1999.

Revista VEJA / Edição 2087 / 19 de novembro de 2008

ROESE, A. ; BULLAU, H. ; BINOTTO, E. . **Empreendedorismo e a cultura empreendedora: um estudo de caso no Rio Grande do Sul**. In: II Seminário de Gestão de Negócios, 2005, Curitiba. **FAE**. Curitiba : FAE, 2005. v. 1. p. 1-15.

Schumpeter, J.A.(1954), *History of Economic Analysis*, Edited by Elizabeth Boody Schumpeter, New York: Oxford University Press, also: London: George Allen & Unwin (6th edition, 1967).

Secretaria do Estado de Educação de Rondônia. **I Seminário de Empreendedorismo na Educação Básica**. Novembro / 2008. 145 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESA – SEBRAE. **Curso Aprender a Empreender pela Internet**. 2004. Disponível em: www.sebrae.com.br Acessado em 13/05/2009

SHENG, Hsia Hua. **Modelos de financiamento baseados em relações pessoais: experiência de empreendedores chineses no Brasil**. RAC, Set 2008, vol.12, no.3, p.741-761. ISSN 1415-6555, Disponível em: www.scielo.br, Acesso em 04/05/2009

SILVA, Marco Antonio Oliveira Monteiro da; GOMES, Luiz Flavio Autran Monteiro; CORREIA, Manuela Faia. **Cultura e orientação empreendedora: uma pesquisa comparativa entre empreendedores em incubadoras no Brasil e em Portugal**. RAC., Mar 2009, vol.13, no.1, p.57-71. ISSN 1415-6555, Disponível em: http://anpad.org.br/periodicos/content/frame_base.php?revista, Acesso em Novembro de 2011.

TIBA, Içami. **Adolescentes: Quem Ama, Educa**. 22^a ed. São Paulo: Intregare, 2005.

Timmons, J .A. **New Venture Creation**. Boston: Irwin McGraw Hill, 4. Ed., 1994.

VALLE, L. M. B.; SANTOS, R. **Reunião nacional de bibliotecas biomédicas e especialistas em odontologia: uma experiência**. Ago. 2004. Disponível em: [HTTP://www.nde.uff.br/textos/luciana_valle_reuniao.pdf](http://www.nde.uff.br/textos/luciana_valle_reuniao.pdf). Acesso em novembro 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia da pesquisa**. Apostila elaborada para o curso de administração na modalidade à distância. Brasília: UnB, 2009.

APÊNDICES

Apêndice A – Questionário

- 1) Você participou ativamente do Projeto “Empreendedorismo na Educação Básica SEDUC/RO”? Sim Não Em partes
- 2) Quantas Vezes? 1 2 3 4
- 3) Idade: _____
- 4) Qual e o seu conceito de empreendedorismo?

- 5) O que te motivou a participa do projeto?
 A motivação do professor Interesse pessoal pelo tema
 A nota recebida A vontade de seus pais
- 6) Qual foi o tema escolhido para o seu projeto: _____
- 7) Ramo: _____
- 8) Motivo da Escolha: _____
- 9) Qual foi às maiores dificuldades enfrentada para colocá-lo em prática?
 Incentivo financeiro A verdade de seu produto?
 Colaboração entre os sócios O valor final do produto
 Alocação de matéria prima Outros
 A compreensão do tema escolhido Quais? _____
- 10) A receptividade por parte dos empreendedores de sua cidade em sua busca por: informação/patrocínio foi:
 Ruim Satisfatória Boa Ótima
- 11) Os conceitos apresentados pela escola em relação ao tema empreender acrescentou algo para seu crescimento pessoal? Sim Não Em partes
Por quê? _____
- 12) Você poderá utilizar os conhecimentos adquiridos no projeto para aperfeiçoamento de seu futuro ramo de trabalho seja em negocio próprio ou no 3º setor?
 Sim Não Em partes
Por quê? _____
- 13) O profissional que acompanhou o projeto teve participação satisfatória?
 Sim Não Em partes
Por quê? _____
- 14) O marketing envolvido na divulgação do projeto, e na posterior divulgação do trabalho desenvolvido por vocês por parte da SEDUC foi satisfatória?
 Sim Não Em partes
Por quê? _____
- 15) De forma geral, você aprova o projeto?
 Sim Não Em partes
Por quê? _____
- 16) O retorno financeiro alcançado foi:
 Ruim Satisfatório Boa Ótima
Por quê? _____

OBRIGADA POR COLABORAR COM NOSSA PESQUISA!