



Noviembre 2016 - ISSN: 1989-4155

A IMPORTÂNCIA DO ENSINO DO EMPREENDEDORISMO NA FORMAÇÃO BÁSICA DOS ALUNOS DE NÍVEL MÉDIO REGULAR DA REDE PÚBLICA ESTADUAL NO MUNICÍPIO DE PARINTINS/AM

Valdomiro Lopes dos Santos Neto

Izandra Batista Bentes

Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Valdomiro Lopes dos Santos Neto, Izandra Batista Bentes y Francisco Alcicley Vasconcelos Andrade (2016): "A importância do ensino do empreendedorismo na formação básica dos alunos de nível médio regular da rede pública estadual no município de Parintins/AM", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (noviembre 2016). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/atlante/2016/11/empreendedorismo.html>

RESUMO

Este estudo apresenta uma análise sobre a importância do ensino do empreendedorismo na formação básica dos alunos de nível médio regular da rede pública estadual no município de Parintins/AM. Para a realização desta pesquisa foi utilizado como amostra, três escolas que melhor se destacaram no ranking do Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM 2014, sendo aplicado um questionário para um total de noventa alunos, do primeiro ao terceiro ano do ensino médio regular, objetivando identificar se nas escolas selecionadas havia algum projeto ou atividade voltada ao ensino do empreendedorismo, as expectativas profissionais e acadêmicas dos alunos destas instituições, bem como contribuir para o desenvolvimento e a disseminação das ideias do empreendedorismo. Na fundamentação teórica foram mencionados estudos sobre o conceito de empreendedorismo, o histórico do empreendedorismo no Brasil, o ensino do empreendedorismo e a pedagogia empreendedora de Fernando Dolabela. O presente trabalho foi desenvolvido enfatizando-se a importância de se estimular o desenvolvimento do empreendedorismo na formação básica dos jovens das escolas da rede estadual no município de Parintins. Quanto aos resultados, foram apresentados os gráficos com os dados obtidos através do questionário e em seguida feitas as análises e discussões.

Palavras-Chave: Empreendedorismo. Ensino do empreendedorismo. Modelo de ensino. Educação básica.

ABSTRACT

This study presents an analysis of the importance of entrepreneurship education in the basic training of regular secondary school students from state public network in Parintins/AM municipality. For this research was used as a sample, three schools that best highlighted in the ranking of the National Examination of Secondary Education - ENEM 2014 a questionnaire being applied to a total of ninety students from first to third year of regular high school, aiming identify whether the selected schools had some project or activity aimed at entrepreneurship education, professional and academic expectations of students of these institutions, as well as contribute to the development and dissemination of entrepreneurial ideas. The theoretical foundations were mentioned studies on the concept of entrepreneurship, entrepreneurship history in Brazil, the teaching of entrepreneurship and entrepreneurial pedagogy Fernando Dolabella. This work was developed emphasizing the importance of stimulating the development of entrepreneurship in basic education of young people in the state public schools in the city of Parintins. As for the results, graphs were presented with the data obtained from the questionnaire and then made the analyzes and discussions.

Key-Words: Entrepreneurship. Entrepreneurship education. Teaching model. Basic education.

RESUMEN

Este estudio presenta un análisis de la importancia de la educación empresarial en la formación básica de los estudiantes de la escuela secundaria de las escuelas públicas regulares en Parintins / AM municipio. Para esta investigación se utilizó como muestra, tres escuelas que mejor se destacan en el ranking del Examen Nacional de Educación Secundaria - ENEM 2014 un cuestionario que se aplican a un total de noventa y estudiantes del primer al tercer año de escuela secundaria regular, con el objetivo identificar si las escuelas seleccionadas tenían algún proyecto o actividad dirigida a la educación empresarial, profesional y expectativas académicas de los estudiantes de estas instituciones, así como contribuir al desarrollo y la difusión de ideas empresariales. Los fundamentos teóricos se mencionan estudios sobre el concepto de la iniciativa empresarial, la historia del espíritu empresarial en Brasil, la enseñanza del espíritu empresarial y la pedagogía empresarial Fernando Dolabella. Este trabajo fue desarrollado enfatizando la importancia de estimular el desarrollo del espíritu empresarial en la educación básica de los jóvenes en las escuelas públicas del estado en la ciudad de Parintins. En cuanto a los resultados, los gráficos se presentaron con los datos obtenidos a partir del cuestionario y luego hicieron los análisis y discusiones.

Palabras clave: Emprendimiento. La educación empresarial. Modelo de enseñanza. la educación básica.

1. INTRODUÇÃO

Discorrer sobre a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento econômico e social tornou-se algo comum nos dias atuais. No entanto, observa-se que pouco se faz para estimular e desenvolver o potencial empreendedor dos jovens brasileiros. E ciente das mudanças ocorridas no mercado de trabalho, verificou-se a necessidade de fazer um estudo sobre “A importância do ensino do empreendedorismo na formação básica dos alunos de nível médio regular da rede pública estadual no município de Parintins/AM”.

A introdução do ensino do empreendedorismo tem um caráter revolucionário, já que acrescenta à vocação tradicional de formação de empregados e acadêmicos, a cultura empreendedora, mais adequada aos novos formatos das relações de trabalho decorrentes da reestruturação da economia mundial.

Diante desse cenário modificado, as instituições de ensino devem deixar de focar na preparação dos estudantes para a busca de um emprego e focar na preparação para a vida e para desenvolvimento do auto aprendizado, inserindo o ensino do empreendedorismo nos currículos regulares e na formação do novo profissional.

A importância da disseminação de uma cultura empreendedora nas Instituições de Ensino, na tentativa de propiciar um ambiente empreendedor para os futuros profissionais, é fundamental, pois de acordo com Gimenez (2005) os traços de comportamento empreendedor podem ser conseguidos pela prática e experiências vividas, como também, pela assimilação de conhecimentos estruturados e codificados em sala de aula.

O ensino de empreendedorismo significa uma quebra de paradigmas na nossa tradição didática, uma vez que, na sala de aula, elementos como atitude, comportamento, emoção, sonho, individualidade, ganham vaga antes ocupada somente pelo saber. Assim tendo em vista que o ensino do empreendedorismo pode causar impactos positivos, despertando um potencial empreendedor em cada indivíduo que busca transformar sua realidade, inovando, criando e desenvolvendo competências administrativas.

Este trabalho objetivou apresentar a importância de se ensinar o empreendedorismo na educação básica dos alunos de nível médio regular da rede pública estadual no município de Parintins/AM, visando a formação de jovens focados na demanda do mercado de trabalho adotando, como premissa, a relevância do ensino do empreendedorismo no processo de mudança de paradigmas que se inicia quando o jovem deixa de agir e pensar como um simples empregado, passando a adotar atitudes empreendedoras e a ser dono do seu próprio negócio.

Com finalidade de atingir os objetivos propostos neste trabalho, foram consultados acervos bibliográficos, artigos acadêmicos, dentre outras fontes que pudessem contribuir para o entendimento do assunto, e que fizeram parte do conteúdo da fundamentação teórica desta pesquisa. Em seguida a metodologia foi subdividida em cinco etapas sendo assim distribuídas: método de abordagem e natureza da pesquisa, procedimentos da pesquisa, instrumento de coleta de dados, sujeitos da pesquisa e forma de análise e interpretação dos dados. Posteriormente foi feita a análise dos dados contidos nos gráficos. E por fim, a pesquisa foi finalizada com as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico e social de um país e geralmente está associada à capacidade de criar e gerir empresas, aproveitar oportunidades, ter sucesso, gerar emprego, renda e riqueza, a realização do indivíduo por meio de atitudes de inquietação, ousadia e proatividade na sua relação com o mundo. Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração.

Segundo Filion (1999a), o empreendedorismo compreende a área cujo objeto de estudo são os empreendedores. A palavra empreendedor tem sua origem no termo francês *entrepreneur*, que, literalmente traduzido, significa “aquele que está entre” ou “intermediário”.

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship* e utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades e seu universo de atuação. (DOLABELA, 2008a, p. 59, sic).

Ainda Dolabela (2008b, p. 24, sic) “É um termo que implica uma forma de ser, uma concepção de mundo, uma forma de se relacionar”.

De acordo com Dornelas (2012, p. 28, sic): “Empreendedorismo é o desenvolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”.

Vários autores em suas obras relatam que o primeiro exemplo de

empreendedorismo pode ser creditado a Marco Polo, cujo mesmo assinou um contrato com uma pessoa detentora de recursos financeiros para vender suas mercadorias, estabelecendo uma rota comercial para o Oriente. Assim enquanto o financiador assumia os riscos de forma passiva, o aventureiro empreendedor Marco Polo assumia de forma ativa todos os riscos emocionais e físicos.

Na Idade Média, o termo empreendedor foi usado para descrever um administrador de grandes projetos de produção. Nessa época o empreendedor não assumia riscos, ele apenas utilizava disponibilidades dos mandatários para gerenciar os projetos.

Segundo Dornelas (2012, p. 20, sic) “Esse indivíduo não assumia riscos excessivos, e apenas gerenciava os projetos, utilizando os recursos disponíveis, geralmente provenientes do governo do país”.

E com o passar do tempo, outras definições foram sendo apresentadas conforme estudos de diversos autores. No século XVII, o empreendedor era considerado uma pessoa que estabelecia um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer produtos.

Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é considerado por muitos como um dos criadores do termo empreendedorismo, tendo sido um dos primeiros a diferenciar o empreendedor – aquele que assumia riscos –, do capitalista – aquele que fornecia o capital. (DORNELAS, 2012, p. 20, sic)

Apenas no século XVIII, em decorrência da industrialização que o empreendedor foi realmente diferenciado do capitalista. No entanto, no final do século XIX e início do século XX, os empreendedores foram confundidos com os gerentes ou administradores. Somente em meados do século XX, relacionou-se empreendedor com inovação.

De acordo Dolabela (2008a, p. 59, sic) “Atualmente, significa a atividade de toda pessoa que está na base de uma empresa, desde o franqueado ou dono de oficina mecânica até aquele que criou ou desenvolveu uma multinacional”.

Para o termo “empreendedor” existem muitas definições, mas uma das mais antigas e que talvez reflita o espírito empreendedor seja a de Joseph Schumpeter (1949): “*O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.*” (DORNELAS, 2012, p. 28, sic).

Em virtude das contribuições de estudiosos de diferentes áreas do conhecimento, há muitas definições sobre o empreendedorismo e o empreendedor, já que os diferentes especialistas utilizam os princípios de suas áreas de interesse para construir o conceito. No entanto, existem duas correntes que possuem aspectos comuns à maioria delas: os economistas, que associaram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição.

Quadro 1 – Conceitos de empreendedorismo e empreendedor

Autor	Conceito
Cantillon (1680-1734)	Pessoas que compravam matéria-prima processavam-na e depois a comercializavam, estando subjacentes as noções de oportunidade e assumir riscos.
J. B. Say (1767-1832)	O empreendedor movimenta recursos econômicos de um setor de menor produtividade para um outro de maior produtividade e melhor rendimento.
Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)	Empreendedor é alguém que faz novas combinações de elementos criando novos produtos, novos métodos de produção, identificando novos mercados de consumo ou fontes de suprimento, criando novos tipos de organização e sobrepondo-se aos antigos métodos menos eficientes e mais caros.
Fortin P. (1992)	O empreendedor é uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócios em uma empresa viável.
Babson College	Uma forma de pensar e agir que é obcecada pela oportunidade, holística na abordagem e apoiada na liderança, com o propósito de criação de riqueza.

Harvard University (Prof. Howard H. Stevenson)	Nós definimos empreendedorismo como a exploração da oportunidade independentemente dos recursos que se tem à mão. A capacidade empreendedora não é nem um conjunto de características da personalidade nem uma função econômica. É, isto sim, padrão coeso e mensurável de comportamento gerencial.
Timmons J. A. (1994)	Empreendedorismo é criar e construir algo de valor a partir de praticamente nada. É o processo de criar ou aproveitar uma oportunidade e persegui-la a despeito dos recursos controlados. O Empreendedor é alguém capaz de identificar, agarrar e aproveitar uma oportunidade, buscando e gerenciando recursos para transformar a oportunidade em negócio de sucesso.
Filion L. J. (1991)	Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2008a, p. 67-68).

O empreendedor é mais conhecido como aquele que cria novos negócios, mas pode também inovar dentro de negócios já existentes, ou seja, é possível ser empreendedor dentro de empresas já construídas.

Para ser bem-sucedido, o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar todas as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio. (CHIAVENATO, 2007, prefácio, sic).

Filion (1999b) associa a imagem do empreendedor com sua capacidade de imaginar e desenvolver visões. Ao imaginar, ele sonha e ter visões significa estabelecer objetivos para a realização desse sonho.

[...] o empreendedor caracteriza-se por ser uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. (FILION, 1999b, p.19, sic)

Dornelas (2012) amplia ainda mais as aplicações do termo empreendedor através da definição de oito tipos possíveis de empreendedores.

Quadro 2 – Tipos de empreendedores

Tipo	Definição
Empreendedor Nato (Mitológico)	Geralmente são os mais conhecidos e aclamados. Suas histórias são brilhantes e, muitas vezes, começaram do nada e criam grandes impérios. São visionários, otimistas, estão à frente do seu tempo e comprometem-se 100% para realizar seus sonhos. Exemplos: Bill Gates, Andrew Carnegie, Sílvio Santos, Irineu Evangelista de Souza (Barão de Mauá) etc.
Empreendedor que aprende (Inesperado)	É normalmente uma pessoa que, quando menos esperava, se deparou com uma oportunidade de negócio e tomou a decisão de mudar o que fazia na vida para se dedicar ao negócio próprio.
Empreendedor Serial (Cria novos negócios)	O empreendedor serial é aquele apaixonado não apenas pelas empresas que cria, mas principalmente pelo ato de empreender. Às vezes se envolve em vários negócios ao mesmo tempo e não é incomum ter várias histórias de fracasso. Mas estas servem de estímulo para a superação do próximo desafio.
Empreendedor Corporativo	São geralmente executivos muito competentes, com capacidade gerencial e conhecimento de ferramentas administrativas. Assumem riscos e têm o desafio de lidar com a falta de autonomia, já que nunca terão o caminho 100% livre para agir. Isso faz com que desenvolvam estratégias avançadas de negociação.
Empreendedor Social	O empreendedor social tem como missão de vida construir um mundo melhor para as pessoas. Suas características são similares às dos demais empreendedores, mas a diferença é que se realizam vendo seus projetos trazerem resultados para os outros e não para si próprios.

Empreendedor por necessidade	O empreendedor por necessidade cria o próprio negócio porque não tem alternativa. Geralmente não tem acesso ao mercado de trabalho ou foi demitido. Não resta outra opção a não ser trabalhar por conta própria.
Empreendedor Herdeiro (Sucessão Familiar)	O empreendedor herdeiro recebe a missão de continuar o legado da família. Muitos começam bem cedo a entender como o negócio funciona e a assumir responsabilidades na organização, e acabam por assumir cargos de direção ainda jovens.
Empreendedor Normal (Planejado)	É o tipo de empreendedor que faz a lição de casa, que busca minimizar riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão de futuro clara e que trabalha em função de metas.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2012, p. 29).

Contudo, o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. Em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos, os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

1. Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Aceita assumir riscos calculados e a possibilidade de fracassar.

2.2 Empreendedorismo no Brasil

Segundo Dornelas (2012), o empreendedorismo ganhou força no Brasil somente a partir da década 1990, com a abertura da economia que propiciou a criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software).

O mesmo autor destaca algumas ações que também contribuíram para o crescimento da prática do empreendedorismo no Brasil: os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que apoiavam atividades de empreendedorismo em software, o programa Brasil Empreendedor do Governo Federal dirigido à capacitação de empreendedores em todo o país, os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE, entre outros.

Como citado anteriormente, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE é um dos principais incentivadores para a formação de uma cultura empreendedora no país, este órgão pertence ao sistema S, que é conhecido como o conjunto de organizações das entidades corporativas voltadas para o treinamento profissional, assistência social, consultoria, pesquisa e assistência técnica, que além de terem seu nome iniciado com a letra S, têm raízes comuns e características organizacionais similares. Fazem parte do sistema S: SENAI; SESC; Sesi; SENAC; SEBRAE; SENAR; SESCOOP; SENAT e SEST. Cabe ressaltar que estas instituições são mantidas pelas contribuições compulsórias pagas pelas empresas ao sistema S, e são recolhidas pela Receita Federal do Brasil, por intermédio da Guia da Previdência Social (GPS), com base nas seguintes alíquotas:

Quadro 3 – Alíquotas

Instituição	Alíquota
SENAI	1,0%
SESI	1,5%
SENAC	1,0%
SESC	1,5%
SEBRAE	Variável no intervalo de 0,3% a 0,6%
SENAR	Variável no intervalo de 0,2% a 2,5%
SEST	1,5%
SENAT	1,0%
SESCOOP	2,5%

Fonte: <http://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/sistema-s>

As alíquotas acima variam em função do tipo do contribuinte, definidos pelo seu enquadramento no código Fundo de Previdência e Assistência Social (FPAS).

O SEBRAE é uma entidade privada sem fins lucrativos e opera como um serviço social autônomo, com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado. Atualmente sendo composto pela sede nacional em Brasília e por mais 27 postos de atendimento nas unidades da federação, esta é uma instituição amplamente difundida entre os pequenos empresários brasileiros, com a missão de promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo, para fortalecer a economia nacional.

O SEBRAE está de certa forma, disseminando a cultura empreendedora nas universidades brasileiras, ao promover o Desafio SEBRAE, uma competição nacional de caráter educacional entre acadêmicos de todo o país, que têm como tarefa, administrar uma empresa virtual. Onde os participantes deste desafio são estimulados a desenvolverem atitudes empreendedoras e a ficarem mais preparados para os desafios do mercado, por meio da capacitação, aprimoramento e desenvolvimento de habilidades corporativas.

No município de Parintins o SEBRAE atua desde 2007, no início não possuía sede própria, contando assim apenas com a parceria da prefeitura do município que cedeu um local para que esta instituição pudesse se instalar. Atualmente o SEBRAE já possui escritório próprio localizado na Rua João Meireles nº 317 no bairro da Francesa, onde oferece cursos e consultoria para micro e pequenas empresas. O SEBRAE Parintins tem como foco principal o Micro Empreendedor Individual – MEI, uma nova categoria que surgiu para formalizar o negócio daquelas pessoas que trabalham por conta própria passando de um empreendedor informal para um empresário individual, além disso, ajuda a estimular o desenvolvimento da cultura empreendedora no município, atuando em parceria com outras instituições como, por exemplo, o SENAC, em que são oferecidos oficinas sobre o empreendedorismo para os alunos de cursos profissionalizantes desta instituição.

A SOFTEX foi criada para impulsionar o mercado das empresas de software e Serviços de TI do país, através da exportação e incentivo à produção nacional, para

isso foram desenvolvidas várias ações que proporcionaram aos empresários do ramo da informática a capacitação em gestão e tecnologia. Além de promover o desenvolvimento de tecnologias nacionais, essa entidade conseguiu através de seus programas, popularizar no país termos como plano de negócios, que até então eram ignorados pelos empresários.

Vale ressaltar que existem outras entidades brasileiras que desenvolvem programas de apoio e orientação em prol do empreendedorismo, um bom exemplo disso são as incubadoras, que em sua maioria, mantêm vínculo com as universidades e colaboram no desenvolvimento e implantação de projetos desenvolvidos pelos alunos.

O Brasil se destaca entre os países mais empreendedores do mundo. De acordo com o relatório da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2013), dos 28 países de economia impulsionada pela eficiência, o Brasil está em oitavo lugar com uma taxa de empreendedores iniciais ou em estágio inicial de 17,3%, com relação à taxa de empreendedores estabelecidos o país está em quarto lugar com 15,4%.

No entanto, segundo Dornelas (2012), apesar dos avanços o Brasil tem muito a evoluir, ainda faltam políticas públicas duradouras dirigidas à consolidação do empreendedorismo no país, como alternativa à falta de emprego, e visando respaldar todo esse movimento proveniente da iniciativa privada e de entidades não governamentais, que estão fazendo sua parte.

2.3 O ensino do empreendedorismo

Embora o fenômeno do empreendedorismo seja antigo, o debate em torno do tema atingiu relevância, tanto na discussão acadêmica quanto no âmbito de políticas públicas apenas nos últimos 20 anos. No Brasil, por exemplo, conforme Dolabela (2008a), o primeiro curso que se tem notícia na área de empreendedorismo surgiu em 1981, na Escola de Administração de Empresas Getúlio Vargas, em São Paulo, por iniciativa do professor Ronald Degen, e aos poucos foi ganhando espaço e se propagando pelo país.

De acordo com Dornelas (2012), até poucos anos, acreditava-se que o empreendedorismo era inato, e de forma alguma poderia ser ensinado, o empreendedor nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso, e as

pessoas que não nasciam com o “dom” empreendedor eram desencorajadas a buscar a abertura de um empreendimento.

Desse modo, entende-se que o aumento no interesse pelos processos e metodologias de ensino do empreendedorismo teve início em estudos que questionavam esse entendimento de que a capacidade empreendedora é inata ao ser humano, só podendo ser herdada geneticamente.

Hoje em dia, esse discurso mudou e, cada vez mais, 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, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia a dia. (DORNELAS, 2012, p. 30, sic).

Muitos autores recomendam e sugerem que o ensino do empreendedorismo seja inserido como disciplina desde a educação básica, visto que, parece comum o entendimento de que o método tradicional de ensino não oferece o suporte necessário para estimular e desenvolver as características empreendedoras dos jovens, já que conteúdos muito teóricos e limitados ao ambiente da sala de aula não permitem que a formação dos potenciais empreendedores aconteça alinhada à realidade do mercado.

Neste sentido, têm-se desenvolvido nos últimos anos diversas iniciativas de implantação do empreendedorismo na educação básica, seja como tema transversal às diversas disciplinas do currículo ou como disciplina propriamente dita, a exemplo dessas iniciativas está o Projeto de Lei do Senado nº 772/2015, de autoria do Senador José Agripino Maia (DEM-RN), que está em tramitação na Comissão de Educação, Cultura e Esporte – CE, para dispor que os currículos do ensino fundamental, anos finais, e do ensino médio incluirão o empreendedorismo como tema transversal. Inclui, ainda, a orientação para o trabalho e para o empreendedorismo como diretriz dos conteúdos curriculares da educação básica e, por fim, estabelece como finalidade da educação superior o estímulo ao empreendedorismo e a inovação, visando à conexão entre os conhecimentos técnicos e científicos e o mundo do trabalho e da produção.

Tal projeto se aprovado deverá contribuir significativamente na formação da cultura empreendedora no Brasil, pois, é preciso promover o protagonismo dos alunos e estimular atitudes de criatividade, assertividade e busca da inovação, o que

não acontece normalmente no modelo de ensino atual, o que ocorre em geral, é o estímulo dos jovens à repetição, e não ao novo.

De acordo com a Lei 9.394 (BRASIL, 1996), uma das finalidades da educação é: “o aprimoramento do educando como pessoa humana, incluindo a formação ética e o desenvolvimento da autonomia intelectual e do pensamento crítico”.

Ainda segundo a Lei 9.394 (BRASIL, 1996), “A educação escolar deverá vincular-se ao mundo do trabalho e à prática social”; o que fortalece a necessidade dos cursos apresentarem contextos curriculares que possam preparar o discente para o mercado de trabalho.

Para Dolabela (2003, p. 15 e 16, sic), “a educação empreendedora deve começar na tenra idade, pois é nessa fase que as crianças ainda não foram aprisionadas de valores sociais não-empreendedores e de mitos que deseducam”.

“Em 2000, com a ajuda de um grupo de professores e o apoio da organização não-governamental Visão Mundial, finquei uma modesta cunha no que considero o ponto central de um país que deseja buscar o desenvolvimento: o ensino básico e, dentro dele, a educação empreendedora para crianças a partir de quatro anos e para adolescentes. Mas é importante advertir que não desejo transformar cada criança em um agente de criação de empresas. A atividade empresarial é apenas uma das infindáveis formas de empreender. A minha visão de empreendedorismo é abrangente, contempla toda e qualquer atividade humana e, portanto, inclui empreendedores na pesquisa, no governo, no terceiro setor, nas artes, em qualquer lugar. O empreendedor é definido pela forma de ser, e não pela maneira de fazer. A meta é que todos se preparem para empreender na vida.” (DOLABELA, 2008b, prefácio, sic).

Conforme dito acima, o empreendedorismo não está ligado apenas na área empresarial, mas sim, a todas as áreas do saber humano, sendo assim, o importante é estimular os jovens a descobrirem seus potenciais e incentivá-los a desenvolver essas características que são intrínsecas a cada indivíduo.

Portanto, cabe ao professor desenvolver na criança a cultura empreendedora que todo ser humano tem ao nascer. Já ensinar adultos é mais difícil uma vez que a abordagem se dá no sentido de libertar os mesmos de valores já enraizados.

Dolabela (2008b, p. 49), cita dez razões para ensinar o empreendedorismo que são:

Quadro 4 – Por que ensinar empreendedorismo?

Razões	Definição
Razão 1	A alta taxa de mortalidade infantil das empresas. No mundo das empresas emergentes, a regra é falir, e não ter sucesso. De cada três empresas criadas, duas fecham as portas. As pequenas empresas (menos de 100 empregados) fecham mais: 99% das falências são de empresas pequenas. Se alguns têm sucesso sem qualquer suporte, a maioria fracassa, muitas vezes desnecessariamente. A criação de empresas é indispensável ao crescimento econômico e ao desenvolvimento social.
Razão 2	Nas últimas décadas, as relações de trabalho estão mudando. O emprego dá lugar a novas formas de participação. As empresas precisam de profissionais que tenham visão global do processo, que saibam identificar e satisfazer as necessidades do cliente. A tradição do nosso ensino, de formar empregados nos níveis universitário e profissionalizante, não é mais compatível com a organização da economia mundial na atualidade.
Razão 3	Exige-se hoje, mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de “empreendedorismo”. As empresas precisam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia, conheçam também o negócio, saibam auscultar os clientes e atender às necessidades deles, possam identificar oportunidades e mais: buscar e gerenciar os recursos para viabilizá-las.
Razão 4	A metodologia de ensino tradicional não é adequada para formar empreendedores.
Razão 5	Nossas instituições de ensino estão distanciadas dos “sistemas de suporte”, isto é, empresas, órgãos públicos, financiadores, associações de classe, entidades das quais os pequenos empreendedores dependem para sobreviver. As relações universidade/empresa ainda são incipientes no Brasil.
Razão 6	Cultura. Os valores do nosso ensino não sinalizam para o empreendedorismo.

Razão 7	A percepção da importância da PME (Pequena e Média Empresa) para o crescimento econômico ainda é insuficiente.
Razão 8	A cultura da “grande empresa”, que predomina no ensino. Não há o hábito de abordar a pequena empresa. Os cursos de administração, com raras exceções, são voltados para o gerenciamento de grandes empresas.
Razão 9	Ética. Uma grande preocupação no ensino do empreendedorismo são os aspectos éticos que envolvem as atividades do empreendedor. Por sua grande influência na sociedade e na economia, é fundamental que os empreendedores — como qualquer cidadão — sejam guiados por princípios e valores nobres.
Razão 10	Cidadania. O empreendedor deve ser alguém que apresente alto comprometimento com o meio ambiente e com a comunidade, dotado de forte consciência social. A sala de aula é excelente lugar para debater esses temas.

Fonte: Adaptado de Dolabela (2008b, p. 49).

Conforme visto Percebe-se que o ensino do empreendedorismo ainda é incomum nas escolas brasileiras. Segundo Dolabela (2008a), há um desestímulo na implantação da educação empreendedora.

No Brasil, a educação ainda é tradicional e prioriza o ensino voltado para a administração de empresas, visando o crescimento econômico como fator gerador de renda, desperdiçando o capital social e humano.

Neste sentido, o ensino da educação empreendedora nas escolas é uma forma de despertar e desenvolver o empreendedorismo diretamente nos alunos e indiretamente entre os demais envolvidos na atividade educacional.

[...] o principal traço da atividade empreendedora é a transformação da própria realidade e da realidade ao seu redor em busca de benefícios econômicos e sociais [...]
A mobilização dos diversos atores na busca pela melhoria das realidades sociais, em especial a educacional, pode ser considerada um exemplo de transformação da realidade ou ainda como uma visão da atividade empreendedora. (MORAIS, 2009, p.22 e 23, sic).

Alguns pesquisadores afirmam que o empreendedorismo é um comportamento transitório e que nem todas as pessoas o possuem, acreditam que é improvável que o empreendedorismo possa ser explicado somente pelas características pessoais, mas que tem influência das situações e do ambiente em que elas se encontram.

Como resposta a esses questionamentos, Dolabela (2008a, p. 141, sic), diz que “Embora não haja certeza sobre ser ou não possível ensinar empreendedorismo, existe um ponto em que os estudiosos concordam: é possível aprender a ser empreendedor, mas, como em algumas outras áreas, através de métodos diferentes dos tradicionais.”.

Dornelas (2012, p. 30, sic), afirma que “o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa”.

Apesar de ainda não existir uma resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor, sabe-se que é possível aprender a sê-lo, e, para isso, é fundamental a criação de um ambiente que propicie esse aprendizado, pois, considerar a possibilidade de formação da personalidade empreendedora por meio da educação é um fator fundamental para o fomento do ensino do empreendedorismo e, em consequência, para o desenvolvimento social.

Desse modo, nota-se a necessidade de adequar os conteúdos e práticas didático-pedagógicas mais apropriadas para atingir tais objetivos, não utilizando apenas métodos comuns de transmissão de conhecimentos do ensino tradicional, buscando, dessa forma, viabilizar meios de ensino que incitem maior criatividade e a busca do novo.

Na concepção de diversos autores, o ensino do empreendedorismo tem grandes possibilidades de se firmar como prática nas escolas, pois, os mesmos afirmam que a cultura do Brasil é a do empreendedor espontâneo e este só precisa de estímulo. Para tanto, torna-se necessário que o Brasil promova um programa nacional de educação empreendedora que seja inserido em todos os níveis escolares. É preciso estimular os jovens desde a educação básica a desempenharem papéis de empreendedores, formando assim pessoas que sejam mais autônomas mais criativas e capazes de liderar.

2.4 Pedagogia empreendedora

Com intuito de conduzir mais esforços para a inserção do ensino de empreendedorismo na rede de ensino pública e privada, Fernando Dolabela desenvolveu a Pedagogia Empreendedora como uma estratégia didática para o desenvolvimento da capacidade empreendedora de crianças e adolescentes, da educação infantil até o ensino médio, portanto, dos 4 aos 17 anos.

Segundo Dolabela (2003), esta metodologia de ensino leva em conta as raízes da nossa cultura, o que segundo ele, seria uma exigência irrecusável já que o empreendedorismo é um fenômeno cultural. Não se trata de um ensino diretivo, sendo a pretensão a de que o aluno seja empreendedor em qualquer área que escolher: no governo, no terceiro setor, como empregado, como pesquisador, como artista.

De acordo com o autor a “Pedagogia Empreendedora” está vinculada a tecnologias de desenvolvimento local sustentável e, por isto, tem como alvo não só o indivíduo, mas a comunidade. Estimula a capacidade de escolha do aluno, sem influenciar as suas decisões, preparando-o para as suas próprias opções.

Seu teste piloto foi feito em 2002, nas cidades de Japonvar, norte de Minas Gerais e Belo Horizonte. A partir de então, várias cidades a implementaram em toda a rede pública municipal (e algumas na rede estadual): Santa Rita do Sapucaí (MG), Guarapuava (PR), Três Passos (RS), São José dos Campos (SP), Jacarezinho (PR). Em 2003 a Pedagogia foi implementada em 86 cidades do Paraná, selecionadas pelo seu IDH, em um projeto do SEBRAE-PR. Em sua totalidade a Pedagogia Empreendedora já foi aplicada em 93 cidades, atingindo 8.400 professores, 224.000 alunos e uma população de cerca de dois milhões de habitantes. (DOLABELA, 2016a)

A Pedagogia Empreendedora que vem sendo adotada e implantada em diversos municípios do Brasil, tem como pressuposto que o empreendedorismo seja utilizado como principal força na eliminação da miséria e na diminuição da distância entre pobres e ricos, que se torne central no desenvolvimento humano, social e econômico. Esta estratégia educacional estabelece uma intencionalidade,

vinculando os resultados do trabalho do empreendedor à produção de valores positivos para a sociedade (DOLABELA, 2016a).

Pobreza não é apenas ausência de renda... e sim: ausência de poder e conhecimento". Remédio para isso: investimento em capital humano e capital social, capacitar indivíduos e comunidades a sonhar e realizar seu sonho" [...] "educar para a autorrealização e, simultaneamente, produzir um país mais justo e mais feliz" (DOLABELA, 2003 p.13, sic).

Face ao exposto pelo autor, nota-se a necessidade de implantar um ensino que invista em capital social e humano. É exatamente o que a Pedagogia Empreendedora propõe. Dolabela utiliza o empreendedorismo em seu sentido amplo, considerando-o um elemento fundamental na construção de uma sociedade onde ocorre o bem-estar da coletividade voltado para a sustentabilidade como forma de sobrevivência. Para ele, esse é o caminho para construir a liberdade e diminuir a distância entre ricos e pobres.

Dolabela (2016b) comenta que, o que tem sido visto é a mídia incensar empreendedores porque acumularam riqueza pessoal ou porque conseguiram faturamento fabuloso para a sua empresa, mesmo que esta subtraia valor da sociedade. Entretanto, ele comenta em seu livro Pedagogia Empreendedora que a capacidade do empreendedor deve ser medida pela utilidade que ele oferece para a coletividade. A proposta ética inserida nesta concepção vincula os resultados do sonho individual à geração de valores humanos e sociais (e não só econômicos) para a comunidade.

O mesmo concebe o empreendedorismo como uma forma de ser e não de fazer. Dessa forma ele inclui o empregado-empreendedor (intra-empreendedor), o pesquisador-empreendedor, o empreendedor comunitário, o funcionário público empreendedor, etc. O importante é a forma de abordar o mundo independente de qualquer atividade que seja.

Sendo assim, as escolas precisam transformar conhecimentos em riqueza para a coletividade. Quando nossos governantes entenderem que através do empreendedorismo pode ocorrer o crescimento econômico ou desenvolvimento social, então haverá mudança na sociedade, pois, o que impulsiona a sociedade e gera riqueza é o empreendedor.

Para Dolabela a educação tradicional aprisiona “impõe limites, preserva poderes, exclui” enquanto a Pedagogia Empreendedora liberta, pois, esta diferentemente daquela, não priva os jovens do conhecimento e dos sonhos. Parte do pressuposto que o empreendedor precisa primeiro sonhar para em seguida realizar. A origem e a essência do empreendedorismo estão na “emoção do indivíduo, na energia que o leva a transformar-se e transformar sua vida”.

Dolabela (2003) em seu livro, “Pedagogia Empreendedora” descreve esta como uma estratégia didática para o desenvolvimento da capacidade empreendedora de alunos da educação infantil até o nível médio, que utiliza a Teoria Empreendedora dos Sonhos, que orienta num primeiro momento ao desenvolvimento do sonho, um futuro onde deseja chegar ou ser. Num segundo momento a busca pela sua realização que passa pelo aprendizado necessário para concretizá-lo. Desse modo, o objetivo é estimular e preparar o aluno para sonhar e buscar a realização do sonho.

Esta teoria é sustentada pela necessidade de aquisição do conhecimento empreendedor para que o indivíduo comece a caminhar em direção à realização do sonho. O sonho que a teoria considera é o sonho estruturante, assim chamado porque: “pode dar origem e organização a um projeto de vida, articulando sinergicamente desejos, visão de mundo, valores, competências, preferências e auto-estima” (DOLABELA, 2003, p.38, sic).

Desse modo, a proposta pedagógica baseia-se em que o aluno desenvolva um sonho, um futuro onde ele queira chegar. Num segundo momento, este aluno deve buscar realizar o seu sonho. E é essa busca constante de realização do sonho que gerará e manterá o nível emocional que capacitará o indivíduo a persistir e continuar, apesar dos obstáculos, erros e resultados indesejáveis que ele encontrar. É a esta conexão entre o sonho e sua realização que a proposta pedagógica vai se dedicar.

Considerando os pontos que se discorreu acima, a Pedagogia Empreendedora não pretende ser somente instrumental, esta faz a ligação entre Empreendedorismo, o desenvolvimento social e a sustentabilidade. Não se propõe a ser, entretanto, uma metodologia educacional de uso amplo, sendo direcionada ao campo do empreendedorismo, conviverá com as diretrizes fundamentais de ensino

básico adotadas no ambiente de sua aplicação: a escola, pois, é no espaço físico da escola que o educando irá agir para aprender sobre si mesmo e sobre o mundo.

3. METODOLOGIA

3.1 Método de abordagem e natureza da pesquisa

Utilizou-se o método indutivo como forma ordenada do raciocínio, uma vez que passamos da análise de dados particulares e nos encaminhamos para noções gerais sobre o assunto em questão.

Para Lakatos e Marconi (2010, pg. 68, sic), a “indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas”.

Desse modo, o objetivo de se utilizar este método foi de chegar a conclusões mais amplas do que o conteúdo estabelecido nas premissas das quais está fundamentado, ou seja, parte de um fenômeno para chegar a uma lei geral por meio da observação e de experimentação, descobrindo-se a relação entre dois fenômenos ou mais para se generalizar uma resposta.

Quanto a natureza da pesquisa foi escolhido o método misto como o mais adequado para abordagem deste estudo, ou seja, engloba aspectos inerentes a pesquisa quantitativa e qualitativa.

De acordo com Gressler (2007) a abordagem quantitativa caracteriza-se pela formulação de hipóteses, definições operacionais das variáveis, quantificação nas modalidades de coleta de dados e informações, utilização de tratamentos estatísticos e tem em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análises e interpretação. E qualitativa, pois, é utilizada quando se busca descrever a complexidade de determinado problema, não envolvendo manipulação de variáveis e estudos experimentais.

Desse modo, pretendeu-se analisar tanto os números que quantificaram os dados coletados, quanto às perspectivas das respostas dadas pelos participantes que durante a pesquisa.

3.2 Procedimentos da pesquisa

Quanto aos fins este trabalho caracteriza-se como pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória, pois, normalmente ocorre quando há pouco conhecimento sobre a temática a ser abordada. Por meio do estudo exploratório, busca-se conhecer com maior profundidade o assunto, de modo a torná-lo mais claro ou construir questões importantes para a condução da pesquisa.

Para Gil (1996) a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas à torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que esta pesquisa tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Caracteriza-se também com descritiva, pois, de acordo com Santos (2009, p. 193, sic) “Na pesquisa descritiva é feita a descrição das características de uma determinada população, estudo descritivo de determinado fenômeno com suas variáveis”.

Para Vergara (2007), a pesquisa descritiva é aquela que expõe características claras e bem delineadas de determinada população ou fenômeno, para isso envolve técnicas padronizadas e bem estruturadas de coletas de seus dados.

Sendo assim esta pesquisa foi desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca do ensino do empreendedorismo na educação básica, o que contribui para o esclarecimento de questões superficialmente abordadas sobre este assunto.

Com relação aos meios classifica-se como pesquisa bibliográfica e de campo. Severino (2007) diz que a pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registradas.

Desse modo, a pesquisa bibliográfica foi de fundamental importância para a construção da fundamentação teórica desta pesquisa, pois, buscou-se encontrar obras com caráter de objetividade e riqueza de informações, que pudessem contribuir no entendimento da importância do ensino empreendedorismo.

No tocante a pesquisa de campo, os dados foram coletados *in loco*, ou seja, no próprio local, pois, de acordo com Severino (2007) o objetivo/fonte é abordado em seu meio ambiente próprio. A coleta dos dados é feita nas condições naturais em que os fenômenos ocorrem, sendo assim diretamente observados, sem intervenção e manuseio por parte do pesquisador.

“Pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, de descobrir novos fenômenos ou a relação entre eles”. (MARCONI e LAKATOS, 2010, p. 169, sic).

Durante a pesquisa de campo foi aplicado um questionário contendo dez perguntas relacionadas à efetividade do modelo de ensino atual e sobre o ensino do empreendedorismo, para efeito de coleta de dados.

3.3 Instrumentos de coleta de dados e sujeitos da pesquisa

Quanto aos instrumentos da pesquisa, foi utilizado como ferramenta para coleta de dados um questionário composto por dez perguntas fechadas, sendo que cinco destas questões possuíam espaço para justificativa da sua escolha, cujo mesmo foi entregue aos participantes para que fosse respondido de próprio punho.

De acordo com o autor Gil (1999, p.128), o questionário pode ser definido como “a técnica de investigação composta por um número mais ou menos e levado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

Para Marconi e Lakatos (2010, p. 184), “o questionário é um instrumento de coleta de dados constituídos por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem presença do investigador”.

Quanto aos sujeitos da pesquisa, foi definida a amostra a ser estudada, utilizando como método de seleção o ranking das escolas brasileiras que melhor se classificaram no Exame Nacional do Ensino Médio – ENEM 2014, sendo selecionadas três escolas da rede estadual de ensino no município de Parintins – AM, cujas mesmas serão identificadas neste trabalho como: Escola A, B e C. Onde contou com a participação de 30 (trinta) alunos de cada escola totalizando 90 (noventa) participantes, sendo discentes do 1º, 2º e 3º ano do ensino médio dessas

instituições, ficando dividido numa proporção de 50% do sexo feminino e 50% do sexo masculino.

3.4 Forma de análise e interpretação dos dados

Para a realização do tratamento dos dados utilizou-se o programa *Microsoft Excel* 2010 que permitiu inserir os dados da pesquisa gerando gráficos possibilitando um tratamento mais detalhado, permitindo a criação de vários modelos de análise, facilitando a compreensão dos leitores.

Para Gil (2010) uma vez coletados os dados devem ser analisados, a fim e dar sustentação para as respostas ao problema proposto para a investigação, além disso, o autor relata que estes dados precisam ter uma interpretação mais ampla, que por sua vez, irá depender dos conhecimentos adquiridos anteriormente pelo pesquisador.

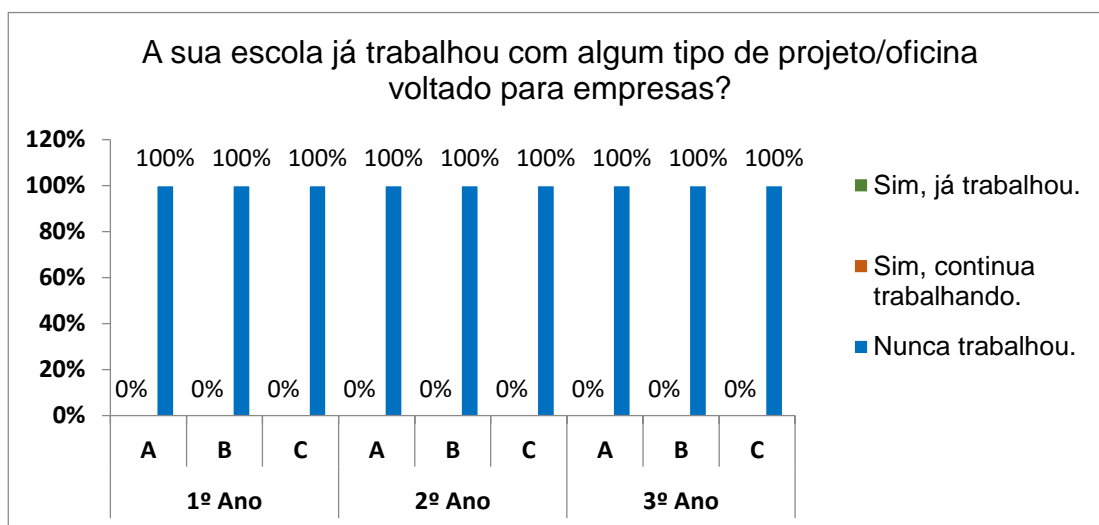
A partir dos gráficos elaborados, procedeu-se a análise quantitativa dos dados que se deu de maneira empírica, tendo em vista que ao longo do desenvolvimento da pesquisa, obteve-se um embasamento teórico e científico a respeito da bibliografia relativa ao assunto, facilitando a interpretação e análise dos dados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este tópico tem como intenção apresentar os resultados da pesquisa realizada em três escolas de nível médio regular da rede estadual de ensino no município de Parintins. Inicialmente os resultados são discutidos, levando a algumas possíveis induções, e em seguida são apresentados os gráficos.

O gráfico 01, buscou investigar se nas escolas selecionadas já desenvolveram ou continuam desenvolvendo algum tipo de projeto/oficina relacionado a empresas, e como mostra no gráfico abaixo, 100% dos participantes das três escolas, informaram que nunca foi trabalhado. Tendo em vista o resultado expressivo, nota-se que as escolas precisam implementar novos projetos ou atividades diferenciadas que possam contribuir com modelo de ensino atual, com intuito de preparar melhor os jovens para um mundo cada vez mais globalizado e exigente.

Gráfico 01

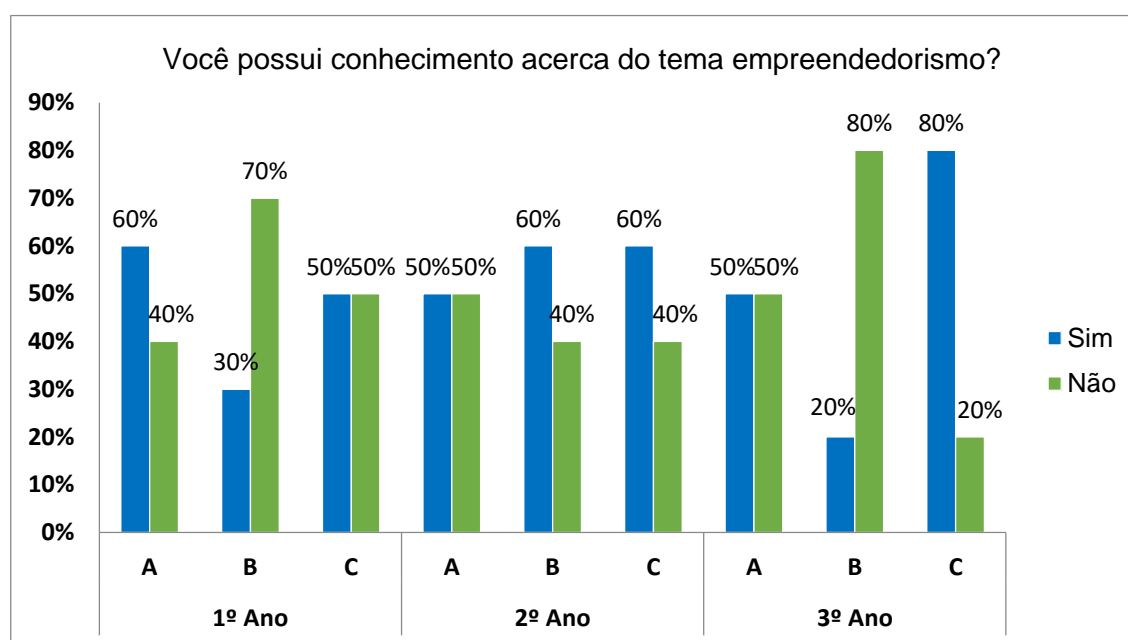


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

No gráfico 02, os participantes da pesquisa foram questionados se possuíam conhecimento acerca do tema “empreendedorismo”. E de acordo com o resultado, ficou evidente o quanto o tema em questão é desconhecido na educação básica. Entre os alunos do 1º ano, a escola A obteve o índice mais alto, 60% dos participantes demonstraram conhecer sobre o assunto, enquanto que a escola B ficou com o pior, sendo 70% de alunos que desconhecem o tema abordado. Nos alunos do 2º ano, as escolas B e C obtiveram o resultado de 60% a favor da opção SIM, enquanto a escola A ficou com 50%. E entre os discentes do 3º ano, a escola C obteve o melhor resultado sendo 80% para SIM, enquanto que a escola B obteve o pior, onde 80% dos participantes afirmaram desconhecer o assunto.

De acordo com esses resultados, percebe-se que o ensino empreendedorismo ainda é incomum na educação básica, pois, como podemos observar a taxa de alunos que desconhecem a temática ainda é muito alta.

Gráfico 02

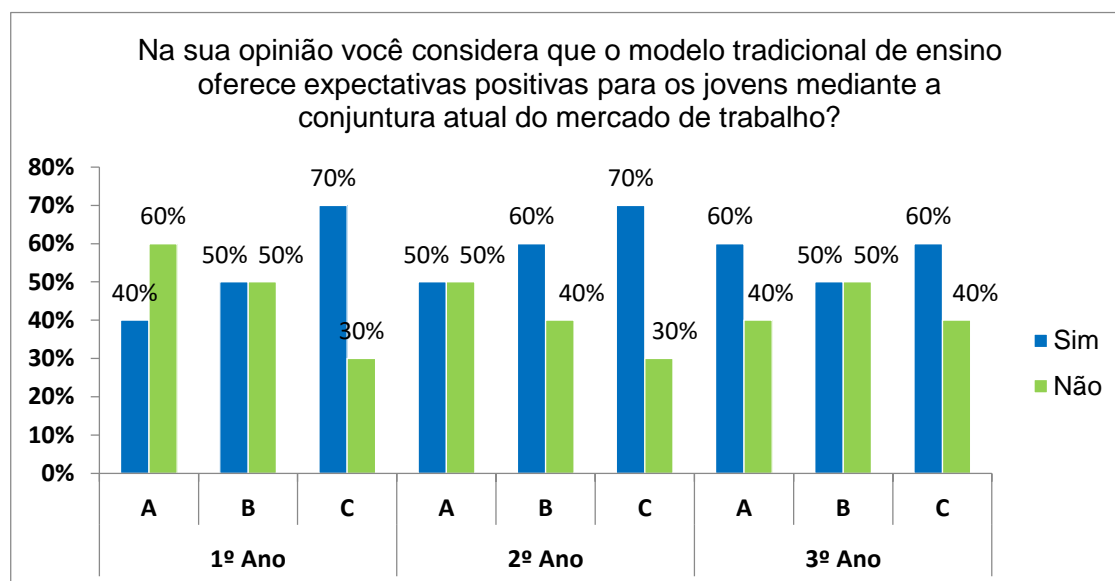


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

Os dados do gráfico 03 permitem visualizar a percepção dos jovens com relação a perspectiva oferecida pelo modelo de ensino atual mediante o mercado de trabalho. Para os participantes do 1º ano, 70% dos alunos da escola C responderam SIM, por acreditarem em expectativas positivas, no entanto, 60% dos alunos da escola A responderam NÃO, pois, eles não acreditam em expectativas positivas. Entre os alunos do 2º ano, 70% dos participantes da escola C responderam SIM, e para NÃO o maior resultado foi entre os discentes da escola A com 50%. Dentre os alunos do 3º ano, o maior índice foi das escolas A e C com 60%, em relação a opção NÃO foi de 50% para a escola B.

Tendo em vista os resultados obtidos, verifica-se que há certo equilíbrio na opinião dos jovens entre “concordar e discordar” com relação às expectativas oferecidas pelo modelo de ensino atual, o que nos leva a concluir que o método de ensino existente nas escolas não está sendo eficaz.

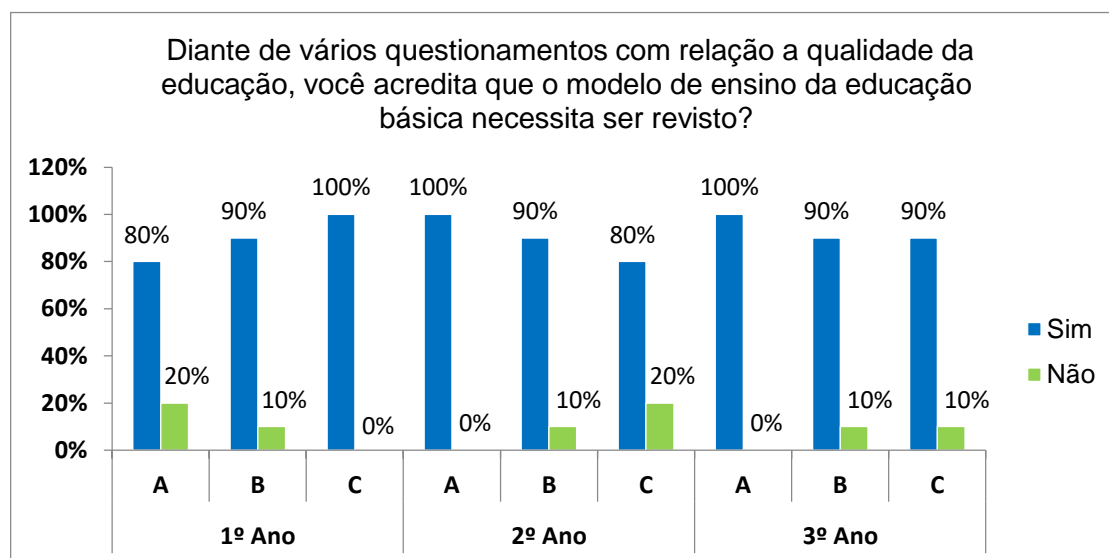
Gráfico 03



Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

O gráfico 04 apresenta a opinião dos alunos quando questionados se os mesmos acreditam que há necessidade de se rever o modelo de ensino na educação básica. E baseado nos dados obtidos, nota-se que a maioria dos participantes das três séries acreditam haver necessidade de se rever ou até mesmo de se reinventar o modelo de ensino atual, pois, em pelo menos uma das escolas de cada série, se obteve o percentual de 100%, enquanto as outras tiveram um percentual bem aproximado.

Gráfico 04

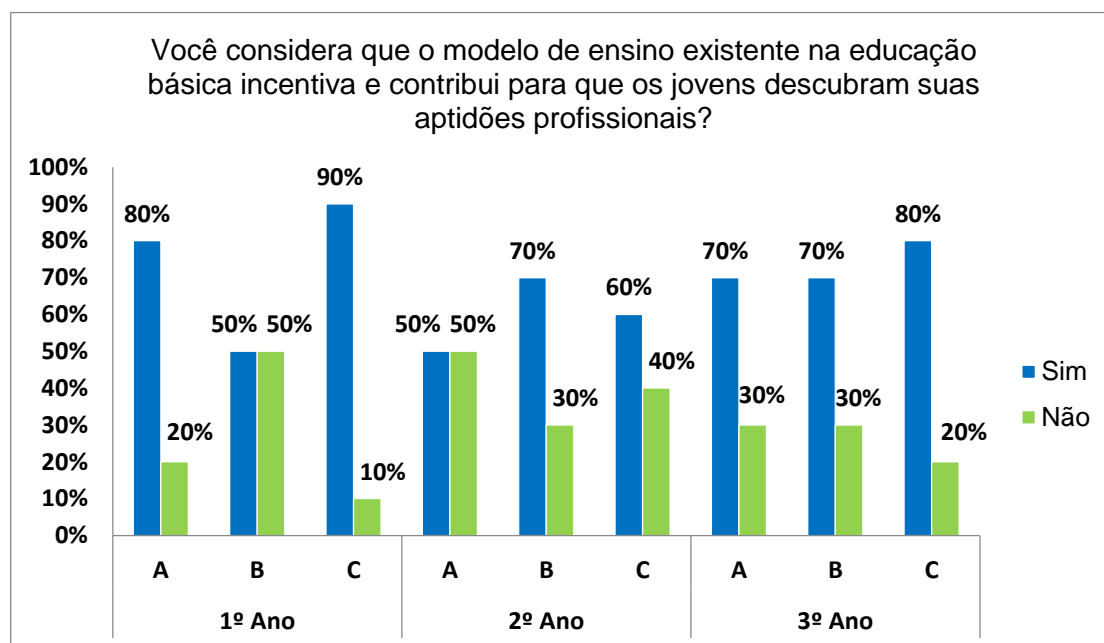


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

No gráfico 05, os participantes foram questionados se para eles o modelo de ensino existente na educação básica incentiva e contribui para que os jovens descubram suas aptidões profissionais. Como se pôde observar, a predominância dos alunos responderam que SIM, acreditam que o modelo de ensino atual contribui para que os mesmos descubram suas capacidades profissionais. Entre os participantes do 1º ano, a escola C se destacou com 90%, do 2º ano a escola B obteve 70% e no 3º ano a escola C teve 80%. Com relação a opção NÃO, o maior índice alcançou a taxa de 50%, sendo na escola B do 1º ano e na escola A do 2º ano.

Apesar da predominância favorável a opção SIM, se percebeu que uma parte dos participantes ainda considera que o modelo de ensino atual não contribui para que os jovens descubram seus potenciais, formando assim indivíduos com capacidade reduzida de enfrentar as exigências da conjuntura atual do mercado de trabalho.

Gráfico 05

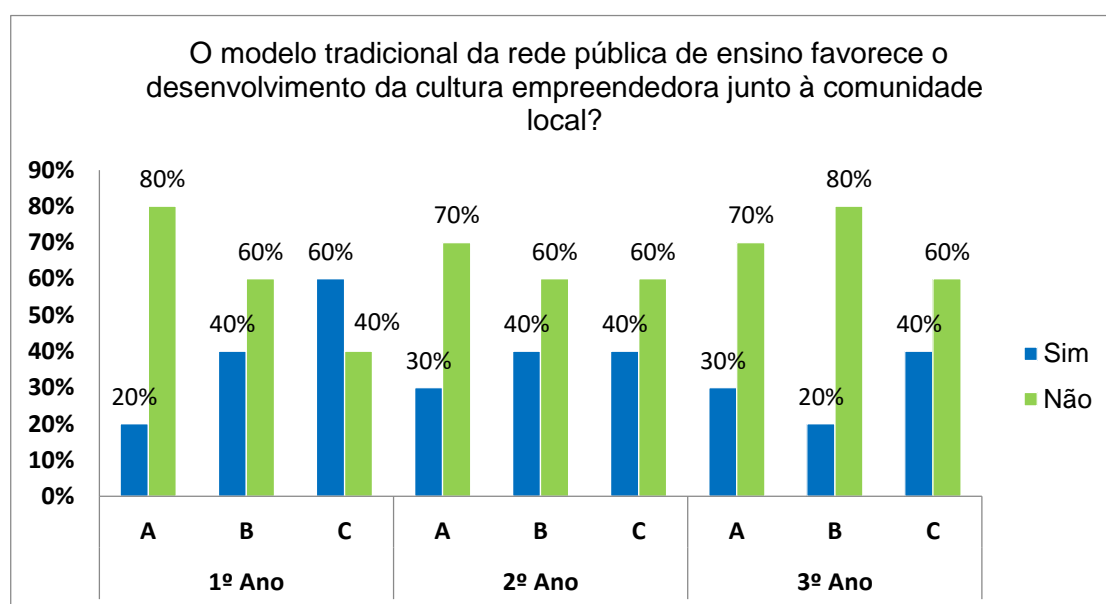


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

O gráfico 06, buscou investigar se o modelo tradicional de ensino favorece o desenvolvimento da cultura empreendedora junto a comunidade local. De acordo com os dados obtidos notou-se que a opção NÃO prevaleceu. A maioria dos alunos concordou que o modelo de ensino existente na educação básica, não favorece o desenvolvimento da cultura empreendedora. As maiores taxas foram: 1º ano escola A com 80%, 2º ano novamente a escola A com 70% e do 3º ano a escola B com 80%.

Tendo em vista a importância do assunto, e o quanto o empreendedorismo está cada vez mais em evidência, nota-se a necessidade de se trabalhar a formação da cultura empreendedora, e para isso é necessário inserir o ensino do empreendedorismo desde a educação básica.

Gráfico 06



Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

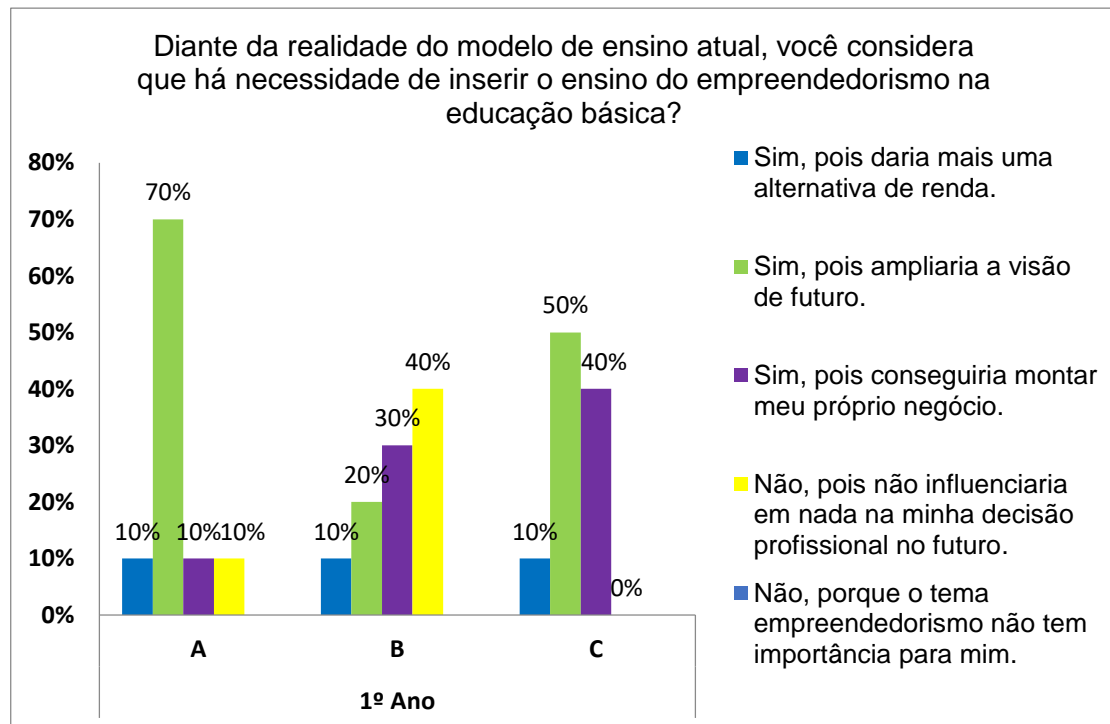
Nos gráficos 07, 08 e 09 os alunos foram questionados sobre a necessidade de se inserir o ensino do empreendedorismo na educação básica. Entre os alunos do 1º ano (Gráfico 07) as respostas que mais se destacaram foram: escola A 70% concordam que SIM, pois ampliaria sua visão de futuro, escola B 40% não, pois não influenciaria em na sua decisão profissional, e 50% dos alunos da escola C tiveram a mesma resposta escola A.

Dentre os participantes do 2º ano (Gráfico 08): escola A 80% concordam que SIM, pois ampliaria sua visão de futuro, escola B 40% acham que SIM, pois daria uma alternativa de renda, escola C 50% dos alunos tiveram a mesma resposta escola A.

Dos participantes do 3º ano (Gráfico 09): os alunos das escolas A, B e C concordaram que SIM, pois ampliaria sua visão de futuro, sendo os percentuais de 60%, 60% e 70% respectivamente.

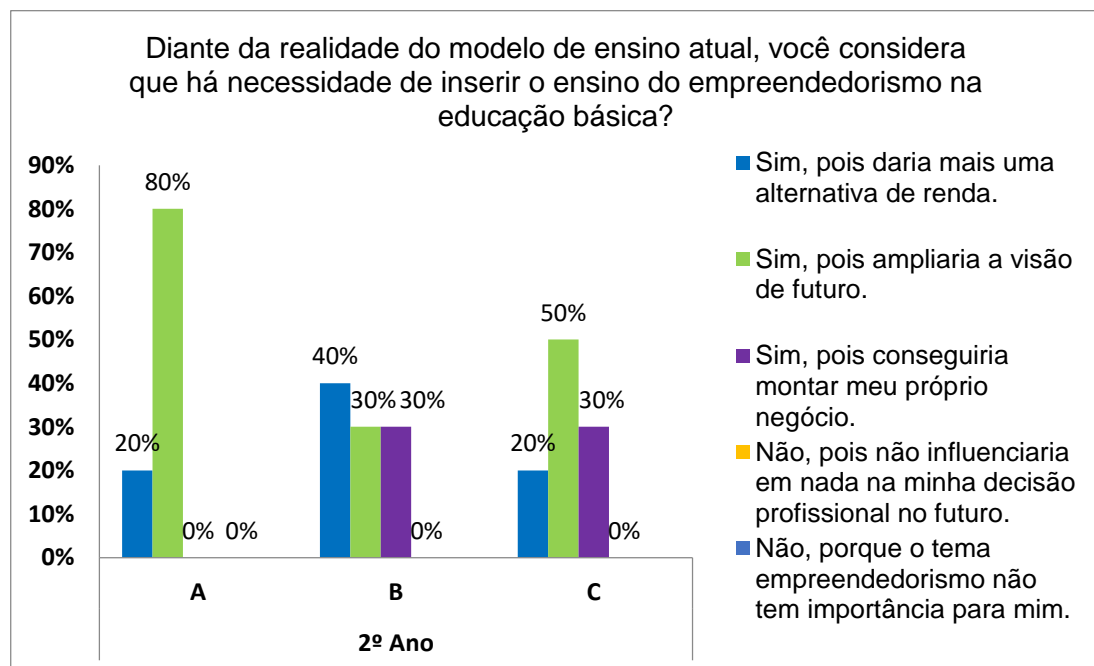
De acordo com os resultados, apesar de 40% dos alunos do 1º ano da escola B, achar que não há necessidade de se inserir o ensino do empreendedorismo, verificou-se que para a maioria é viável e tem muito a contribuir na formação dos jovens, possibilitando aos mesmos uma visão de futuro ampliada ao saírem do ensino médio, estimulando até mesmo a montar seu próprio negócio.

Gráfico 07



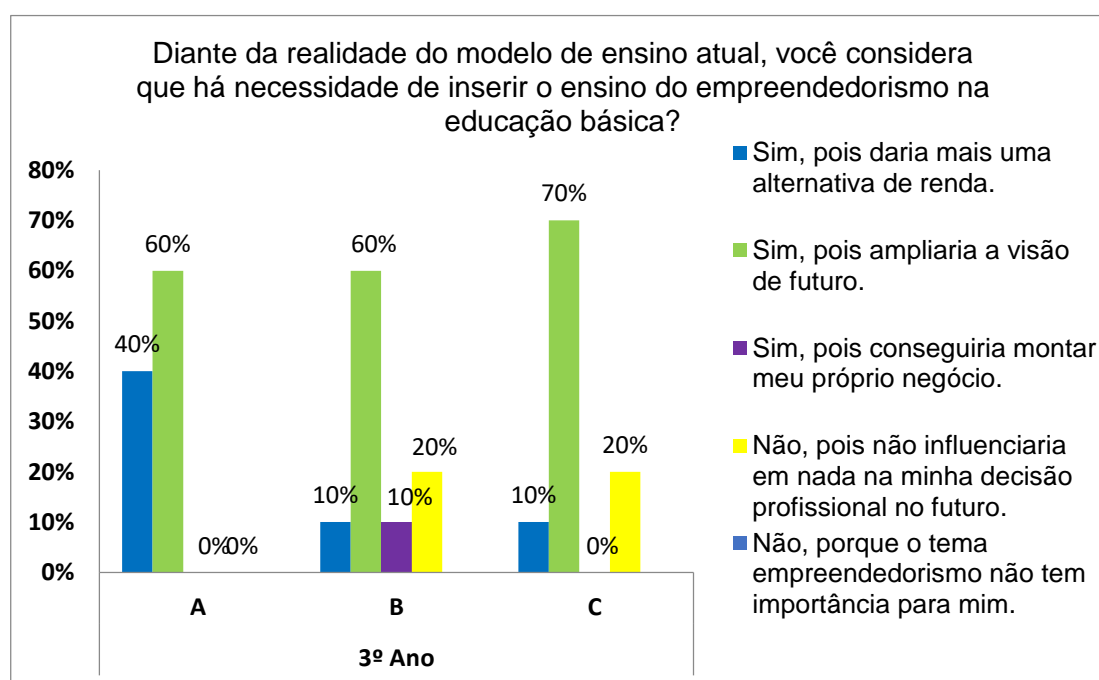
Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

Gráfico 08



Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

Gráfico 09

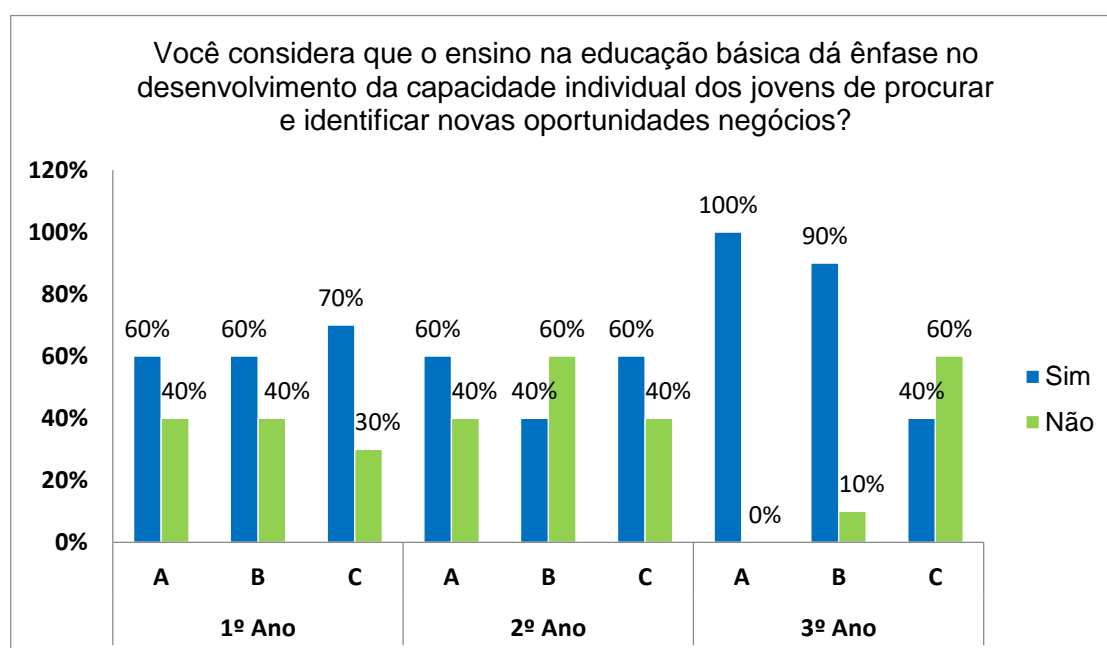


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

O gráfico 10, apresenta a opinião dos participantes em relação ao questionamento se os mesmos consideram que a educação básica dá ênfase no desenvolvimento da capacidade individual dos jovens de procurar e identificar novas oportunidades de negócios. Para os alunos do 1º ano observa-se que nas três escolas o resultado favorável a opção SIM, sendo 60% escola A, 60% escola B e 70% escola C. Entre os alunos de 2º ano, 60% dos participantes das escolas A e C acreditam que SIM, no entanto, 60% dos alunos da escola B acreditam que não. E por fim no 3º ano, os discentes das escolas A e B concordam que SIM, sendo 100% e 90% respectivamente, e na escola C 60% dos alunos discordaram.

Desse modo, nota-se que apesar do resultado positivo, é preciso melhorá-los ainda mais, visto que, mesmo com a maioria demonstrando que o modelo de ensino atual contribui no estímulo da percepção dos jovens em identificar novas oportunidades, verificou-se que nos participantes do 2º e 3º ano, este resultado foi contestado por alunos de duas escolas.

Gráfico 10

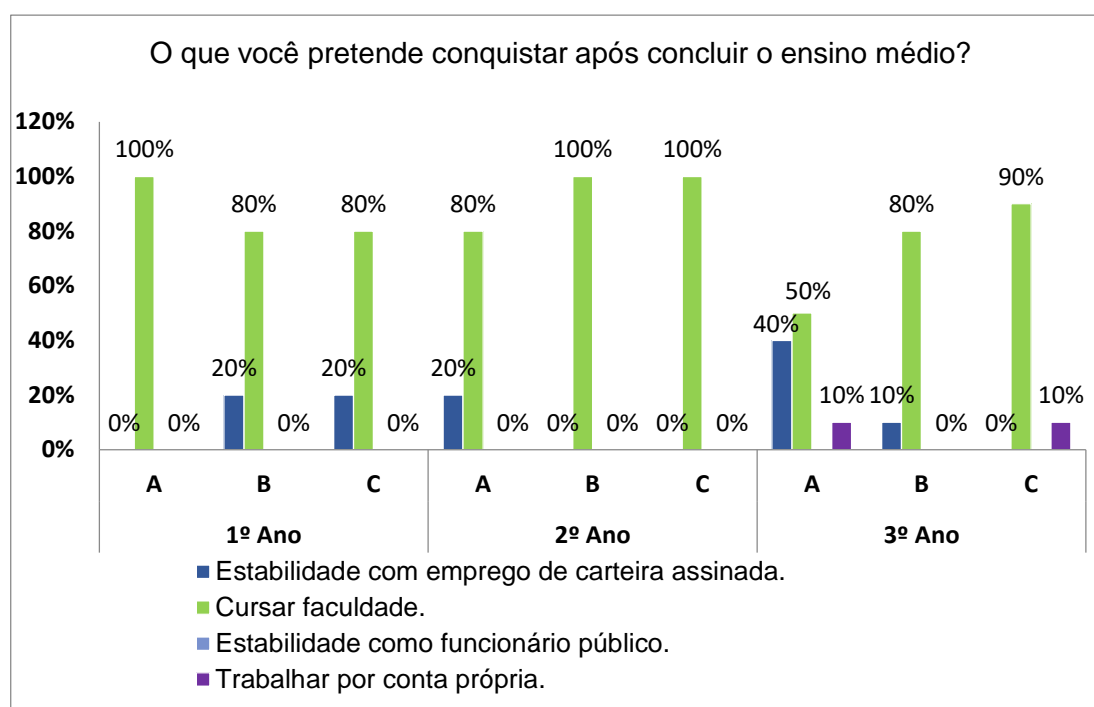


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

Em seguida o gráfico 11 buscou descobrir, o que os participantes pretendem conquistar após concluir o ensino médio. Dentre as opções disponíveis, ficou evidente nas três séries, que a maioria dos alunos pretende cursar faculdade, no entanto, este resultado já era esperado. O real objetivo desta pergunta foi identificar se haveriam participantes com uma visão de futuro diferenciada, e como podemos observar, em relação a primeira alternativa que busca conquistar estabilidade com emprego de carteira assinada, esta foi encontrada em todas as séries sendo: 1º ano escolas B 20% e C 20%, 2º ano escola A 20%, e 3º ano escolas A 40% e B 10%. Com relação a quarta alternativa que busca trabalhar por conta própria, esteve presente apenas entre os alunos do 3º ano das escolas A 10% e C 10%.

Tendo em vista estes resultados, nota-se que dentro desse percentual de participantes com visão diferenciada, apenas uma minoria optou pela quarta alternativa que são os que desejam trabalhar por conta própria, demonstrando assim serem alunos com potencial perfil empreendedor. Entretanto, os que mais se destacaram foram os alunos que optaram por conquistar estabilidade com emprego de carteira assinada, demonstrando que por menor que seja, existe uma cultura inserida no modelo de ensino atual, que induz os jovens a se verem apenas como empregados e não como donos do seu próprio negócio.

Gráfico 11

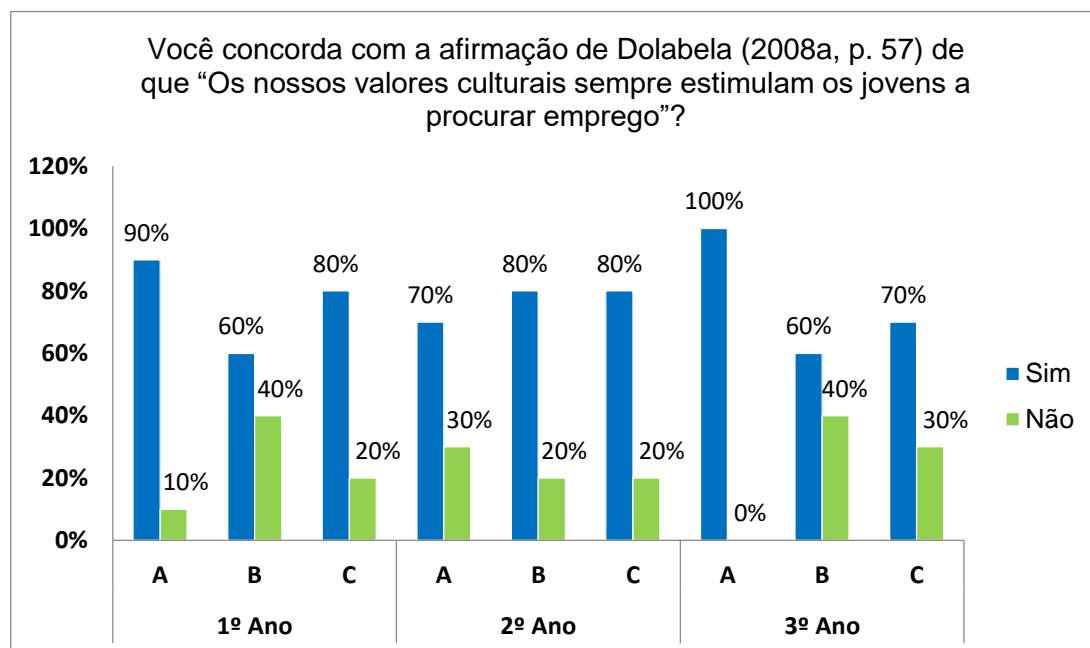


Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

Para finalizar as análises, o gráfico 12 apresenta os dados relacionados a opinião dos alunos, para verificar se os mesmos concordam com a afirmação de que “Os nossos valores culturais sempre estimulam os jovens a procurar emprego” Dolabela (2008a, p. 57).

De forma expressiva os dados mostram que em todas as séries e escolas os alunos concordam com a afirmativa de Fernando Dolabela, mostrando que precisamos mudar os nossos valores culturais e, para isso, devemos começar essa mudança inserindo o ensino do empreendedorismo desde a educação básica, pois, é necessário preparar os jovens para a vida e não apenas para passar no vestibular ou procurar emprego.

Gráfico 12



Fonte – Dados da pesquisa elaborada pelo autor, 2016.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ensino do empreendedorismo vem cada dia ganhando mais espaço no cenário econômico, educacional e empresarial. Desta maneira, acredita-se que o presente trabalho será de grande valia para o campo acadêmico, tendo em vista que a pesquisa demonstrou dados e informações relevantes para o aprimoramento do estudo e mostrou a importância do ensino do empreendedorismo na educação básica. Visto que o modelo de ensino atual demonstra ser deficitário, pois, formar empregados tornou-se prática ultrapassada. Os valores existentes nas bases curriculares da educação brasileira não direcionam ou sinalizam para o empreendedorismo, infelizmente ainda se educa para a busca de emprego e não para a geração do mesmo.

Faz-se imprescindível desenvolver, uma nova metodologia de ensino que prepare os jovens brasileiros, desde o ensino fundamental até o ensino médio para desempenhar papéis mais criativos, inovadores, autônomos, empreendedores.

No Brasil as MPEs representam 99% dos empreendimentos e são responsáveis por mais de 52% dos empregos de carteira assinada. Diante destes fatos questiona-se: até quando será mantida prática didático-pedagógica ultrapassada que ainda se preocupa em formar empregados e não empregadores.

Incluir na base curricular, temas como Empreendedorismo, Meio Ambiente e Sustentabilidade, auxiliará as escolas na criação de metodologias que atenderão às necessidades específicas de cada região do país, suprimindo, assim, as demandas do mercado de trabalho e preparando os jovens, ao mesmo tempo, para a realidade regional, assim como para a competição global.

Contudo, os dados exibidos nos gráficos confirmam todos os questionamentos e ideias apresentadas neste trabalho, visto que, ficou bastante evidente o quanto o tema “empreendedorismo” é desconhecido pelos jovens dentro da sala de aula, a ineficiência do modelo atual de ensino na preparação dos jovens para as adversidades da vida e a necessidade de inserir o ensino do empreendedorismo na educação básica, para que o mesmo possa contribuir na formação dos jovens, bem como de uma cultura empreendedora.

Sugere-se que para maior aprofundamento do assunto desse trabalho, em novas pesquisas relacionadas ao ensino de empreendedorismo, sejam também consideradas as análises e percepção do corpo docente das escolas selecionadas a fim de que possa ser feita uma comparação das duas visões alunos e professores.

REFERÊNCIAS

BRASIL. LEI Nº 9.394, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1996. Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm, acesso em 02 de março de 2016.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor.** Empreendedorismo viabilização de novas empresas Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 2ª edição Revista e atualizada. Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor.** – Rio de Janeiro: Sextante, 2008a.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** – Rio de Janeiro: Sextante, 2008b.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora.** O Ensino do Empreendedorismo na Educação Básica, Voltado para o Desenvolvimento Social e Sustentável. São Paulo: Cultura, 2003.

DOLABELA, F. **Pedagogia empreendedora: ensino de empreendedorismo na educação básica.** Disponível em: <https://fernandodolabela.wordpress.com/servicosoferecidos/pedagogia-empreendedora/>. Acesso em: 25 março. 2016a.

DOLABELA, F. **O ensino de empreendedorismo no Brasil: uma metodologia revolucionária.** Disponível em: http://www.projeto.org.br/tv/prog10/html/saib_10.html, acesso em 25 de março. 2016b.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** – 4. ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. – 2ª. reimpressão. il.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios.** Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999a.

FILION, L. J. **O Planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações.** Revista de Administração de Empresas. São Paulo. FGV. N3, volume 31, jul/set, 1999b.

GIL, Antônio Carlos, **Projetos de Pesquisa.** 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIMENEZ, F. A. P.; TÓFFOLO K.S **Empreendedorismo feminino rural**: Jane Calamidade ou Scarlet O'Hara? São Paulo: Atlas, 2005.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. – 3. ed. rev. atual. – São Paulo: Loyola, 2007. 328p.

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/124353>, acesso em 22 de março de 2016.

http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos, acesso em 25 de março de 2016.

<http://idg.receita.fazenda.gov.br/noticias/ascom/2005/setembro/receita-federal-passa-a-recolher-contribui%C3%A7%C3%B5es-do-sistema-201cs201d>, acesso em 21 de abril de 2016.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. – 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MORAIS, P. Roberto Benegas. **Estruturação de Produtos Educacionais para a capacitação empreendedora de alunos de Educação Básica: um estudo de casos múltiplos**. DE RIBEIRÃO PRETO DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO - 2009 – disponível em:
www.teses.usp.br/teses/disponiveis/.../PauloRobertoBdeMoraes.pdf, acesso em 08 de março 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. – 23. ed. rev. e atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

SANTOS, Izequias Estevam dos. **Manual de métodos e técnicas de pesquisa científica**. 6. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2009.

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