



O DESAFIO DE APRENDER A EMPREENDER: OLHARES DOS ESTUDANTES DO IFS CAMPUS LAGARTO-SE

Rosana Rocha Siqueira ¹

¹Mestranda PRODEMA, Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente – UFS Universidade Federal de Sergipe. Servidora do IFS (Instituto Federal de Educação Ciência e tecnologia de Sergipe) – e-mail: hosanalilas393@yahoo.com.br

Resumo: Este artigo busca apresentar a percepção dos adolescentes alunos do ensino médio integrado do IFS Campus Lagarto/SE, em relação ao empreendedorismo e a figura do empreendedor, com vistas a fomentar nos alunos o interesse pelo desenvolvimento de ideias inovadoras e posturas empreendedoras ainda na escola. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, iniciada através da realização de um mini curso sobre empreendedorismo, no qual foi possível a obtenção de dados. Percebeu-se que boa parte ainda acredita que o empreendedor é alguém especial e que tem como objetivo maior o lucro. É importante apresentar que através dos estudos e de capacitação, todas as pessoas podem desenvolver habilidades empreendedoras.

Palavras-chave: EMPREENDEDORISMO, EDUCAÇÃO, INOVAÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Promover oportunidades de geração de renda e ascensão social tornou-se um desafio nos diferentes âmbitos da sociedade, visto que a noção de “emprego para todos” torna-se inviável por diversos motivos: aumento da população mundial, mudanças tecnológicas rápidas, falta de qualificação e capacitação para diversas áreas. Em contraponto observa-se que vários setores guardam oportunidades escondidas. Estas oportunidades são produtos, serviços, novas formas de gestão e patentes que podem ser desenvolvidas fomentando novos negócios ou melhorando os processos de atividades já existentes.

Neste sentido os Institutos Federais de educação, Ciência e Tecnologia, são o ambiente propício para o desenvolvimento da educação empreendedora, por agregar ensino técnico e tecnológico a diferentes cursos. Percebe-se inclusive a oportunidade de fomentar os arranjos produtivos locais, considerando o grande número de Institutos Federais espalhados em todos os Estados Brasileiros.

Segundo Ducker (2005, p.39) “Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor. Com a nova capacidade de criar riqueza”. As ideias não são únicas, já as oportunidades podem ser consideradas únicas por surgirem devido a particularidades que o empreendedor observa e analisa como oportunidade de negócio. A ideia só poderá se considerada oportunidade quando tiver sua viabilidade comprovada através de um detalhado plano de negócios.

Mas deve-se observar que nem sempre as percepções favoráveis ao empreendedorismo são traduzidas em intenções de negócio:

Mesmo quando os indivíduos possuem percepções favoráveis ao empreendedorismo pode ser que ninguém tenha interesse em iniciar um negócio. Este é o caso de vários países europeus. Apesar de altos índices de atitudes e percepções sobre o empreendedorismo, não são altas as taxas de intenções em abrirem negócios. (Relatório Global GEM 2010, p. 98).

Em uma segunda proposição do Relatório Global GEM (2010, p. 96) “Uma cultura empreendedora pode ser reforçada com percepções como o *status* que a sociedade confere ao empreendedor [...]”.

Em consonância observa-se que inovar nos tempos atuais pode significar aspectos de diferenciação capazes de promover rentabilidade de competitividade. Ainda que a inovação seja apenas um novo desenho ou formato do produto, ou parte de um processo.



Percebe-se inclusive o incentivo à inovação e ao empreendedorismo ainda no ambiente escolar. Pode-se observar nos Institutos Federais de Educação que a partir da publicação da Lei nº 10.973 de 02/12/2004, conhecida como Lei da Inovação, houve relativo aumento dos chamados “NITs” núcleos de inovação tecnológica, uma vez que foi percebido que inúmeros projetos desenvolvidos por alunos e professores tinham potencial para adentrar no mercado mas não eram levados a diante e nem registrados, isto é não tinham sua propriedade intelectual resguardada. Assim o NIT tem como principais objetivos:

Promover a proteção das criações desenvolvidas na instituição e opinar quanto à conveniência de divulgação das criações desenvolvidas na instituição, passíveis de proteção intelectual. Ainda é de sua responsabilidade, acompanhar o processamento dos pedidos e a manutenção dos títulos de propriedade intelectual da instituição. (Fonte: Blog do NIT- Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe).

Disseminar a cultura da inovação muitas vezes perpassa pelo fomento ao empreendedorismo, uma vez que ambos podem vislumbrar lacunas no fornecimento de produtos e serviços que ainda não foram devidamente exploradas.

Inovação e empreendedorismo estão conceitualmente conectados. O GEM analisa a inovação nos negócios perguntando aos empreendedores o grau de novidade que seus produtos e serviços possuem e que representam para seus consumidores. Adicionalmente, cada empreendedor é solicitado a definir a novidade do seu negócio, em termos de níveis de concorrência enfrentado, especificamente se sua percepção é de muitos, poucos ou nenhum outro empreendimento oferecendo produtos ou serviços similares. Combinado essas duas em uma única medida de novidade do produto/mercado. (Relatório Global GEM 2010, p. 114).

De acordo com Ducker (2005, p. 41-46) A inovação não precisa ser uma nova técnica, nem algo material. “Poucas inovações técnicas podem competir, em termos de impacto, com as inovações sociais [...] a maioria esmagadora das inovações bem sucedidas explora a mudança”.

Ainda no ambiente escolar o MEC/SETEC (Ministério da Educação) em parceria com o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) promoveram durante dez anos consecutivos a edição do “Prêmio Técnico Empreendedor”, que possuía como objetivo principal fomentar e premiar planos de negócio de alunos que tivessem viabilidade para implantação. Logo a seguir a figura indica os premiados na categoria nacional- técnico, do IFS Campus Lagarto.



Figura 01- Foto da Premiação com alunos do IFS Campus Lagarto. Fonte: Rosana Rocha Siqueira, 2010.

Neste contexto Dolabela (2008, p.14) indica que “[...] é possível que qualquer pessoa aprenda a ser empreendedor. Mas tal aprendizado se dá sob circunstâncias específicas.” O conhecimento seria desenvolvido e dependeria dos esforços e da busca por informações, além da capacidade de analisar cenários e novas oportunidades onde os outros vêem problemas.



Cabe ressaltar que aqueles que são empregados podem ser considerados empreendedores (intra-empresendedores), devido ao caráter dinâmico, flexível, inovador e a otimizador dos recursos disponíveis, assim percebe-se que o empreendedorismo torna-se cada vez mais uma filosofia de vida, “Ele está em todas as áreas: no governo, no terceiro setor. As empresas estão buscando o empregado empreendedor, alguém capaz de inovar, de criar novos produtos ou serviços de sucesso” (Dolabela, 2004, p. 289). Neste contexto, algumas características são atribuídas ao empreendedor, como: perseverança, criatividade, inovação pró-atividade, comprometimento e capacidade de assumir riscos.

A ampliação da ideia de empreendedorismo se intensificou na década de 90 do século XX, devido às diversas mudanças sócio-políticas, a inserção das novas tecnologias e dinâmicas em ambientes altamente competitivos. Quadros de desemprego e instabilidade econômica também colaboraram para a criação de uma rede de fomento ao empreendedorismo, uma vez que o ideal de “emprego para todos” precisava ser repensada.

De acordo com Dolabela (2004, p. 31) “Os valores do nosso ensino não sinalizam para o empreendedorismo, estando voltados, em todos os níveis para a formação de profissionais que irão buscar emprego no mercado de trabalho”. Neste sentido alguns dos maiores desafios são: promover a cultura empreendedora mediante o aumento da capacitação e da inovação e reduzir a informalidade no mercado de trabalho, uma vez que várias medidas de apoio estão sendo criadas: arranjos produtivos locais, fomento à capacitação, ampliação da cultura do cooperativismo e associativismo entre outras medidas.

Por conseguinte percebe-se que a busca por maior conhecimento deve ser um processo contínuo na postura empreendedora, tanto para compreensão de cenários dinâmicos, quanto pela necessidade de inovar e buscar informações que possam prepará-lo para alcançar o sucesso em ambientes altamente competitivos. Como início a escola pode ser uma grande parceira deste aprendizado.

2. MATERIAL E MÉTODOS

Esta foi esta pesquisa realizada no IFS Campus Lagarto (Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe) no período de abril a maio de 2012.

Diante do desafio de fomentar posturas empreendedoras na escola, pensou-se na realização de um mini curso baseado em referenciais do SEBRAE (Serviço Brasileiro de apoio a micro e pequena empresa), que forneceu materiais como pastinhas, canetas, bloquinhos e apoio técnico. O conteúdo foi explanado por uma servidora da instituição (administradora), que em três horas de mini curso buscou despertar a reflexão dos estudantes, uma vez que foi percebido em visitas ao IFS Campus Lagarto que os alunos de diferentes turmas tinham poucas informações sobre empreendedorismo.

Antes do início do mini curso, foi aplicado questionário com 7 questões abertas e de múltipla escolha, com vistas a observar a opinião dos alunos quanto ao tema empreendedorismo. Na ocasião estavam presentes

56 alunos de diferentes cursos, entre eles: edificações, eletromecânica, informática (na modalidade subsequente e integrado), superior em Sistemas de Informação e automação industrial. Desta forma o universo da pesquisa foi composto por 56 alunos, sendo a amostra formada por 44 alunos que colaboraram com o preenchimento e devolução do questionário.

Logo após a realização do mini curso, a devolução dos questionários e o registro fotográfico, pode-se então analisar os dados obtidos com vistas a responder a questão: Como o estudante observa a figura do empreendedor? A escola fomenta o empreendedorismo e oferece condições dos estudantes desenvolverem habilidades e posturas empreendedoras?

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No decorrer do mini curso os participantes puderam fazer perguntas e participar com opiniões enquanto o conteúdo era explanado. Diante do exposto percebeu-se que a maioria dos participantes observa o empreendedorismo não como uma postura, uma maneira de posicionar-se estrategicamente diante da concorrência e das incertezas, mas como um “empresário”, “investidor” focado apenas no lucro. A importância do empreendedor transcende o lucro, uma vez que ele é grande fomentador de



oportunidades locais, que valorizam muitas vezes a cultura e o saber-fazer (*know how*) de variadas regiões do país. Por estar perto do seu cliente e saber de suas necessidades pode oferecer serviços e produtos que grandes empresas não enxergam como oportunidades. Deve-se considerar que ideias surgem a todo momento e lugar, e não se configuram em oportunidades por si só. As ideias só se transformam em oportunidades por meio do estudo de viabilidade, o famoso plano de negócio, onde os pontos fracos e fortes, as tendências, os custos, parcerias e processos são analisados. Este aspecto muitas vezes é negligenciado e contribui para o fracasso e “mortalidade” de empresas.

Outro fator que cria obstáculos à geração de inovação dos micro-empresendedores é a fragilidade do sistema brasileiro de apoio à inovação, da estrutura de apoio formal à elaboração, orientação e acompanhamento de projetos e da estrutura de financiamento às micro e pequenas empresas. Ao iniciar suas atividades sem conhecer as condições de mercado e as possibilidades de sucesso do seu negócio, o empreendedor é mais um imitador do que um inovador, e dessa forma mina suas economias e sonhos em atividades pouco inovadoras e com raras possibilidades de sustentabilidade no mercado. (GRECO, 2009).

O empreendedor na visão dos estudantes é um “homem” observando-se a indicação “ele” os adjetivos masculinos, é um ser destinado aos negócios, que possui um dom especial, arrisca e lucra.

No entanto salienta-se que é possível construir habilidades que ajudam a ampliar a visão empreendedora em diversas situações biográficas, sejam com estudantes, donas de casa, trabalhadores de forma geral e em diversos tipos de organizações.

Quanto ao papel da Instituição, 50% dos entrevistados afirmam que a escola não fomenta o empreendedorismo e que isto poderia ser revertido com mais cursos, palestras, incubadora de empresa e estímulos de projetos nesta área.

Em referência ao curso que segundo a visão dos estudantes mais oferece oportunidades empreendedoras percebeu-se que 27,27% acreditam que o curso de informática oferece mais oportunidades, ficando em segundo lugar edificações (25%) e em terceiro eletromecânica (18%). Vários estudantes citaram a importância do ensino técnico como fomentador do empreendedorismo de forma indireta, transversal, podendo estar inclusa nas disciplinas regulares dos cursos.

Os estudantes puderam indicar também qual o empreendedor de maior destaque local (considerando o Estado de Sergipe). Para 59% dos entrevistados o Sr. José Augusto Vieira é o empreendedor de maior destaque na região, seguido pelo Sr. Zezé Rocha (11%) e pelo Sr. José Brício (9%), dentre outros. Vale destacar que o sucesso do Sr. José Augusto Vieira é representado pela diversificação dos negócios em que atua e pela grande participação na geração de emprego e renda no Estado de Sergipe e em outras regiões do país.

O Grupo Maratá existe há 50 anos, sob a liderança do sergipano José Augusto Vieira, empresário com perfil empreendedor e comprometido com os interesses sócio-econômicos do Estado de Sergipe, que desde o início prima pela qualidade e logística da distribuição de seus produtos, binômio que garante o sucesso da marca Maratá no Brasil e no exterior. (Fonte: <http://www.marata.com.br/empresa/amarata>). Acesso 06 mai. 2012).

Neste contexto é de grande importância que os estudantes reconheçam habilidades empreendedoras em pessoas da comunidade ou mesmo da família, como é citado no livro “O segredo de Luísa” do renomado escritor Dolabela (2008), no livro a personagem principal observa no exemplo da Tia uma motivação para ter ideias empreendedoras e colocá-las em prática.



4. CONCLUSÕES

Diante do exposto pode-se considerar que o objetivo de fomentar a reflexão sobre a importância do empreendedorismo foi alcançado na realização do mini curso, visto que os estudantes puderam expressar suas opiniões, fazer perguntas e esboçar inclusive possibilidades de projetos ligados aos cursos em que estão matriculados.

De acordo com as reflexões destes alunos foi possível elaborar este artigo, como forma de sinalizar a importância do fomento do empreendedorismo ainda na escola.

A atenção e disposição dos estudantes revelam a potencialidade de ampliar seus olhares em busca de transformar dificuldades em oportunidades. Os institutos federais têm investido no fomento à pesquisa, extensão e inovação através da criação dos NITS (Núcleos de inovação e tecnologia), embora na percepção dos alunos participantes do estudo, tais medidas ainda sejam insuficientes, sendo necessários maiores investimentos e novas abordagens.

Mas o interesse pelo tema empreendedorismo no âmbito escolar requer abordagens cuidadosas uma vez que valores mercadológicos não podem ser confundidos com o compromisso educacional das instituições ensino

AGRADECIMENTOS

Ao SEBRAE – Sergipe representado pelo Sr. Luiz Machado, ao IFS Campus Lagarto e aos co-organizadores Vanessa dos Santos Tavares, Marcelo S. S. Rosa e o Estagiário Lucas.

REFERÊNCIAS

- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2004. 319p.
- DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008. 299p.
- DUCKER, P. **Inovação e Espírito Empreendedor**. São Paulo: Editora Thompson Learning, 2006.
- GRECO, S.M.S.S. et al. Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP, 2009. 286p.
- Relatório Global de Empreendedorismo GEM (Global Entrepreneurship Monitor) In: GRECO, S.M.S.S. et al. Empreendedorismo no Brasil. Curitiba: IBQP, 2010. 286p.
- <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/historico>. Acesso em: 18 de jan. 2012.
- <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/historico>). Acesso em: 20 de fev. 2012.
- <http://dinheirama.com/blog/2009/08/14/o-conhecimento-dentro-da-competencia/>. Acesso em: 26 de fev.2012.



19 a 21 de outubro - Ciência, tecnologia e inovação: ações sustentáveis para o desenvolvimento regional