

O ENSINO DE EMPREENDEDORISMO PARA ESTUDANTES DO NÍVEL MÉDIO COMO ELEMENTO MOTIVADOR PARA INGRESSO NOS CURSOS DE ENGENHARIA.

Evandro Bittencourt – dcb2eb@joinville.udesc.br
UDESC – Universidade do Estado de Santa Catarina
Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas
Campus Universitário Avelino Marcante s/n– Bairro Bom Retiro
89200000 – Joinville – Santa Catarina

Sidney Schossland – sidney.schossland@univille.net
UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville
Departamento de Comércio Exterior
Campus Universitário s/n– Bairro Bom Retiro
89200000 – Joinville – Santa Catarina

Ezequiel S. C. da Luz – ezequiel.luz@univille.net
UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville
Departamento de Economia
Campus Universitário s/n– Bairro Bom Retiro
89200000 – Joinville – Santa Catarina

Edson L. Ferreira – edson.ferreira@univille.net
UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville
Departamento de Administração
Campus Universitário s/n– Bairro Bom Retiro
89200000 – Joinville – Santa Catarina

***Resumo:** Este trabalho apresenta as estratégias utilizadas no ensino de empreendedorismo para estudantes concluintes do nível médio da rede pública como elemento motivador para ingresso nos cursos de Engenharia. Por vezes, na atual conjuntura econômica, o jovem estudante do ensino médio, não encontra colocação profissional. Ficando desse modo, sem recursos para, talvez, buscar o ensino superior e suas vantagens. Sem dúvida, o primeiro emprego é um tormento na vida do jovem estudante. Por outro lado, existem muitos casos de pequenos empreendimentos que com criatividade conseguiram atingir plenamente seus objetivos. Então, por que não possibilitar aos estudantes do nível médio conhecimento sobre como gerar idéias e inovações, como buscar informações, mecanismos e financiamentos para a criação de pequenos empreendimentos e ao mesmo tempo motiva-lo a ingressar num curso superior de Engenharia. Mostrando que no bojo do ensino de Engenharia, existem todos os “ingredientes” para a formação do futuro empreendedor. Além de palestras e cursos, existe também um assessoramento feito de forma continuada, dando suporte adequado ao pequeno empreendedor. Possibilitando assim, uma ótima chance para que o jovem possa se inserir na vida profissional, e por que não dizer, no contexto sócio-político-econômico.*

***Palavras-Chave:** Empreendedorismo, Ensino de Engenharia, Ensino Médio.*

1. INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho para os jovens concluintes do ensino médio é cada vez mais limitado. Muitos montam seu próprio negócio, mas, por falta de conhecimento, estes

pequenos projetos não conseguem serem implementados, falta conhecimento básico para o jovem empreendedor.

Por outro lado, o contato do concluinte do ensino médio com o ensino de empreendedorismo pode incentivá-lo a cursar o ensino superior na área de Engenharia.

Conforme ROBBINS (2000, p.10), “O Espírito empreendedor é o processo de iniciar um negócio, organizar os recursos necessários e assumir seus respectivos riscos e recompensas”.

O sistema capitalista pressupõe que empreendedores assumam riscos, pois o capital investido em instrumentos de trabalho, em matérias-primas e em salários pode ser perdido, caso não haja venda das mercadorias produzidas. “O sistema capitalista dos dois últimos séculos moveu-se a partir de uma lógica da exclusão, em que prevalece a maximização dos lucros” (SROUR, 1998, p. 45).

Para os economistas, o “empreender” é algo que influencia profundamente e molda a economia sem fazer parte dela. “Realmente, os eventos que explicam por que o empreendimento se torna eficaz, provavelmente, não são, em si eventos econômicos. Mas sim uma mudança nos valores, percepções, atitudes e educação” (DRUCKER, 1986, p. 54).

O empreendimento opera de acordo com normas e princípios bem articulados. Tem uma forma nítida, facilmente reconhecível. “Eficiência em uma pequena empresa significa concentrar tempo, dinheiro e outros recursos escassos onde eles sejam mais produtivos” (RESNIK, 1990, p. 29).

É o modelo empreendedor que satisfaz as necessidades percebidas de um segmento específico de consumidores, de maneira inovadora e através desse modelo, enxerga-se o empreendimento como se fosse um produto colocado na prateleira e competindo com todos os outros produtos pela atenção do consumidor. Para o empreendedor, o produto é o empreendimento. “O modelo empreendedor revela que sem uma nítida imagem daquele cliente, nenhum empreendimento pode ter êxito” (DRUCKER, 2000, p. 67).

Hoje os empreendedores complementam o papel das grandes empresas, encarregando-se das iniciativas que elas, por sua estrutura e orientação para longo prazo, não conseguem encarar. Ao ocupar esse espaço, os empreendedores independentes ajudam a incubar tecnologias de potencial desconhecido.

A perspectiva empreendedora adota uma escala maior, mais abrangente. Ela encara o empreendimento com uma rede de componentes, cada um deles contribuindo para um esquema mais amplo, que se forma para produzir um resultado planejado de forma específica (DRUCKER, 2000, p. 66).

Não há como ensinar as pessoas a buscarem as oportunidades, apenas identificá-las a elas. É natural que as mudanças no contexto afetem as empresas, onde a questão é como se reage às mudanças. Geralmente, os empreendimentos mais bem sucedidos começaram introduzindo apenas pequenas modificações no que os outros já haviam desenvolvido.

Na hora de iniciar um negócio bem sucedido, muito mais importante do que uma idéia criativa é a capacidade de executar a idéia de outra pessoa. Espírito empreendedor é “a busca de oportunidades além dos recursos de que normalmente se dispõe” (STEVENSON, 2001, p. 72).

Os capitalistas de risco, mesmo os mais comedidos, ainda estão a espera de boas idéias e de pessoas competentes para realizá-las. Por outro lado, hoje muitas empresas valorizam profissionais com perfis empreendedores, mesmo aqueles que viram o seu próprio negócio fechar. As empresas de capital de risco têm por objetivo investir em empresas de alto potencial de sucesso, que podem oferecer taxas de retorno elevadas. O capital de risco entra nas empresas participando do capital social de firmas, através da aquisição de ações, e realiza os seus lucros vendendo as ações que adquiriu. “Os investimentos de risco vêm-se concentrando demasiadamente em colocar dinheiro em segmentos muito estreitos do mercado” (STEVENSON, 2001, p. 76).

As características principais que os empreendedores bem sucedidos costumam apresentar são: alta tolerância à ambigüidade; muita percepção; controle de si mesmos, pois sabem

vender idéias; e alta velocidade de adaptação. “O básico é que essas pessoas possuam capacidade de comunicação, sejam inteligentes, trabalhadoras e conheçam o terreno no qual terá de se movimentar” (STEVENSON, 2001, p. 72). Portanto, os Cursos de Engenharia estão freqüentemente aptos a formar o futuro empreendedor.

Outros dois traços distintos do empreendedor são a intuição e a confiança em si mesmo. Os grandes empreendedores se adaptam: obtêm informações do ambiente em que transitam e reagem modificando sua conduta.

Dentro do fortalecimento de uma cultura empreendedora, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) assinala abaixo o processo de criação de uma pequena empresa (FOLHA DE SÃO PAULO, 1994, p. 3):

- 1- Desenvolver o perfil do empreendedor;
- 2- Identificar oportunidades de futuro;
- 3- Avaliar o risco da oportunidade;
- 4- Identificar e pesquisar o nicho de mercado;
- 5- Diferenciar os produtos da concorrência;
- 6- Planejar os processos de trabalho;
- 7- Avaliar o retorno do investimento; e
- 8- Formalizar o negócio.

2. METODOLOGIA

2.1. O que aprender?

O que se deve aprender no ensino de empreendedorismo:

- Estratégias para identificação de uma oportunidade;
- Estratégias para agarrar uma oportunidade;
- Estratégias para buscar e gerenciar os recursos necessários para aproveitar a oportunidade;
- Estratégias para gerenciar rumo ao crescimento.

2.2 Como apreender?

O jovem empreendedor aprende:

- Solucionando problemas;
- Fazendo sob pressão;
- Através de trocas com o ambiente;
- Aproveitando oportunidades;
- Copiando outros empreendedores;
- Pelos próprios erros;
- E através de feedback dos clientes.

2.3. Instrumentos metodológicos

Há onze instrumentos que, articulados entre si, promovem o auto-desenvolvimento do empreendedor. Tais instrumentos são apresentados em função das fases do processo de criação de uma empresa:

Fase 1

Da motivação à idéia inicial: identificação de oportunidades

- Conceito em si;
- Perfil empreendedor;
- Depoimentos;

- Entrevistas;
- Desenvolvimento da criatividade;
- Processo visionário e aproveitamento de oportunidades;
- Rede de relações; o Padrinho.

Fase 2

Da idéia inicial ao Plano de Negócios: estratégias para agarrar uma oportunidade

- Avaliação da própria idéia de empresa. Preparação para fazer o Plano de Negócios;
- Elaboração do Plano de Negócios e visão complementar.

Fase 3

Do Plano de Negócios ao início das operações: buscar e gerenciar recursos necessários para aproveitar a oportunidade

- Técnicas de negociação e apresentação do Plano de Negócios em sala de aula;
- O papel dos sistemas de suporte e o Júri.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultado do ensino de Empreendedorismo para alunos do Ensino Médio conclui-se que:

- As oportunidades existem, bastando qualificação para poder identifica-las e torna-las adequada a um novo negócio;
- O primeiro emprego pode ser resultado de uma nova idéia criativa, que se tornou instrumento de um empreendimento;
- A possibilidade de geração de renda no primeiro emprego, resultado de um empreendimento, pode possibilitar recursos financeiros suficientes para o ingresso no Ensino Superior de Engenharia.

A abertura de novos empreendimentos gera renda e emprego, necessários ao desenvolvimento econômico-social do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DRUCKER, Peter et al. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios.** (trad.) Malferrari, Carlos J. São Paulo: Pioneira, 1986.

DRUCKER, Peter et al. Os novos desafios. **Revista HSM Management: Informação e conhecimento para Gestão empresarial.** São Paulo, n. 12, ano 2, p. 36-45, 2000.

FOLHA DE SÃO PAULO; SEBRAE. **Seu negócio na nova era: como se tornar um empreendedor e enfrentar as mudanças do século.** Encarte especial. 3 de julho de 1994, 5 fascículos

RESNICK, Paul. **A Bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança uma pequena empresa e ser muito bem sucedido.** (trad.) SANTOS, Maria C. Oliveira. São Paulo: Mc Graw Hill, 1990.

ROBBINS, S.P. **Administração: Mudanças e perspectivas.** 1ª edição. São Paulo: Saraiva, 2000.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro. Ed. Campus, 1998.

STEVENSON, Harward. **O compromisso é conseguir**. Revista HSM Management: Informação e conhecimento para Gestão empresarial. São Paulo, n. 25, ano 5, p. 72-76, 2001.

THE EDUCATION OF ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTS OF THE AVERAGE LEVEL AS MOTIVATION ELEMENT FOR INGRESSION IN THE ENGINEERING COURSES.

***Abstract:** This work presents the strategies used in the education of entrepreneurship for students of the public high school as motivation element for ingression in the courses of Engineering. For times, in the current economic conjuncture, the young student of high school does not find rank professional. Being in this way, without resources for, perhaps, searching education and its advantages superior. Without a doubt, the first job is a torment in the life of the young student. On the other hand, many cases of small enterprises exist that with creativity had obtained to reach its objectives fully. Then, why not to make possible to the students of the high school knowledge on as to generate ideas and innovations, as to search information, mechanisms and financings for the creation of small enterprises and at the same time motivates it to enter it a Engineering course. Showing that in the bulge of the education of Engineering, exist the all “ingredients” for the formation of the enterprising future. Beyond lectures and courses, a done advising of continued form also exists, giving adequate support to the small entrepreneur. Thus making possible, an excellent time so that the young can insert itself in the professional life, and why not to say, in the partner-politician-economic context.*

***Key-words:** Entrepreneurship, Education of Engineering, High School*