

EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE PROTÓTIPOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE APTIDÕES EM ALUNOS DO ENSINO MÉDIO

Davi Silva Alves de Oliveira ¹
Marcos Gabriel de Oliveira Lima ²
Karla Gonçalves de Oliveira ³
pedagoga do IFCE - *Campus Tauá*

RESUMO

O presente artigo constitui um relato de experiência no qual tem como objetivo, apresentar a experiência de criação de pequenas empresas pelos alunos do terceiro ano do ensino médio integrado ao curso Técnico em Redes de Computadores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – *Campus Tauá*, como resultado da disciplina de empreendedorismo, componente curricular do referido curso. Os alunos, com a orientação do professor da disciplina abordada, foram instigados a desenvolver ideias para a criação de um negócio local, buscando oportunidades a partir do aproveitamento de suas habilidades específicas, visando adquirir a experiência prática de mercado, desenvolvendo práticas intrínsecas para o desdobramento de um bom profissional, tendo em vista a necessidade do mercado, no que tange a ascensão de empreendimentos, ao mesmo tempo que buscam a produção de inovações e aplicações úteis para a vida do indivíduo em sociedade. Além de proporcionar aos alunos a aprendizagem criativa em busca da resolução de problemáticas partindo de sua realidade social.

Palavras-chave: Aprendizagem criativa; Criação de oportunidades para o mercado; Desenvolvimento de habilidades.

INTRODUÇÃO

O conceito de empreendedorismo começou a ser popularizado na década de 1940 a partir da obra lançada em 1942 “Capitalismo, socialismo e democracia” do economista austríaco Joseph A. Shumpeter, que o desenvolveu com base em sua teoria da destruição criadora. Este conceito é usado na economia para descrever a inevitável ocorrência de eventos que levam novas ideias e formação de negócios a destruir empresas e modelos de negócios ultrapassados pelas inovações. Shumpeter, descreve o empreendedor, porém de um ponto de

¹ Estudante do Curso Técnico Integrado em Redes de Computadores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – *Campus Tauá* – IFCE, davi.comp.oliveira@gmail.com;

² Estudante do Curso Técnico Integrado em Redes de Computadores do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – *Campus Tauá* – IFCE, mgabrielolima16@gmail.com;

³ Especialista em Psicologia Aplicada a Educação – Universidade Regional do Ceará - URCA e Educação a Distância, Fundamentos e Ferramentas – Universidade Estadual do Ceará - UECE, karla.goncalves@ifce.edu.br;

vista limitado se comparado aos conceitos mais bem elaborados, embora baseados nas especulações deste primeiro, que vieram a surgir posteriormente.

Para Shumpeter, o agente básico no processo de destruição criativa é o empreendedor. Podemos compreender este termo como alguém que possui uma visão inovadora e a capacidade de dissuadir as ideias do campo dos devaneios e as implementar no mundo tangível. Partindo desta premissa, a professora e psicóloga Maria Inês Felipe em sua obra de 1996 “Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial”, complementa o raciocínio afirmando que o empreendedor é alguém motivado pela autorrealização e pelo desejo de assumir responsabilidades e ser independente.

A experiência de empreender é, por si só, inovadora na vida de qualquer indivíduo que busque realizações pessoais e sociais promovendo suas habilidades em determinada área, visto que na construção de um negócio que possa, dentro do possível, contribuir para a sociedade, o mercado e aquela área de atuação, é tangível a construção pessoal e impessoal deste, uma vez que estimula o desenvolvimento de capacidades diversas, como o planejamento, a pesquisa e a ação em cima de uma oportunidade.

No campo da educação, esta experiência prática como forma de aprendizagem, somada ao conhecimento teórico, desenvolvendo as características necessárias para aplicação deste, é utilizada de forma ampla e difundida em boa parte das áreas de atuação. Seja na formação de educadores ou no aprendizado de habilidades técnicas de manutenção de máquinas e computadores, a prática é essencial. Desta forma visamos aqui, mostrar exemplificadamente como a experiência prática da construção de negócios pode ajudar no desenvolvimento de habilidades de mercado, além de proporcionar aprendizagens significativas aos estudantes que têm oportunidade através do estudo do empreendedorismo, pensar soluções e possibilidades às questões cotidianas.

METODOLOGIA

A metodologia didático-pedagógica proposta para a disciplina de empreendedorismo foi a partir do conceito de “metodologias ativas” onde os alunos ao invés de participarem das aulas como ouvintes passivos, se envolvessem em momentos colaborativos, trazendo para os momentos colaborativos, discussões, seminários, trabalhos em grupos, produção de materiais, seminários, etc. As metodologias ativas se contrapõem ao conceito de ensino tradicional por

(83) 3322.3222

contato@conedu.com.br

www.conedu.com.br

colocar os alunos no centro do processo educativo, lhe atribuindo autonomia na gestão e produção dos conhecimentos orientados pelo professor na realização de atividades cada vez mais complexas, desafiadoras e contextualizadas. Segundo MORAN (2015)

As metodologias precisam acompanhar os objetivos pretendidos. Se queremos que os alunos sejam proativos, precisamos adotar metodologias em que os alunos se envolvam em atividades cada vez mais complexas, em que tenham que tomar decisões e avaliar os resultados, com apoio de materiais relevantes. Se queremos que sejam criativos, eles precisam experimentar inúmeras novas possibilidades de mostrar sua iniciativa. (p.17)

O reflexo da carência desse método nas instituições educacionais é expresso na dificuldade e, conseqüentemente, na falta de interesse do discente nas atividades propostas em sala de aula. Em contrapartida, a utilização de metodologias ativas considera as diferenças existentes entre os alunos e as múltiplas formas de aprender. Nessa perspectiva, o protagonismo dos alunos no desenvolvimento de atividades, trabalhos e avaliações, dinamiza o ensino e tem em vista as etapas de aprendizagem.

Neste intuito, a proposta inicial da disciplina de empreendedorismo contou com estudos teóricos para aquisição de conhecimentos sobre área de atuação, gestão de negócios, conceitos de mercado, formação de um espírito empreendedor, planejamento e execução de um negócio para a identificação de oportunidades empreendedoras na área. Foram utilizados materiais diversos de escolha do professor, dentre eles um bastante interessante foi o livro de 1999 “O segredo de Luísa” de Fernando Dolabela, que conta a experiência empreendedora vivida pela personagem de forma interativa, possibilitando a visualização por parte do leitor.

A experiência foi realizada no semiárido cearense, na cidade de Tauá, na região dos Inhamuns, onde a ideia de empreendedorismo não é difundida, e assim como pudemos constatar no decorrer das atividades da disciplina, a localização geográfica da cidade referida possui diversas possibilidades de negócios ainda não exploradas pela comunidade local. Desta maneira, como trabalho do componente curricular “Empreendedorismo” foi proposto um projeto com objetivo de dinamizar os processos de formação de negócios para os futuros empreendedores desta região.

É importante pensar em espaços na educação escolar, seja no ensino básico ou superior que tragam questões de “empreendedorismo” e que este, ultrapasse o conceito simplista de criação de um negócio ou empresa. Faz-se necessário o trabalho sistemático com o conceito de empreendedorismo para soluções de problemáticas relativas à realidade dos estudantes, estimular o potencial criativo dos jovens, ensinar ao pensamento criativo e com vistas à resolução de problemas reais, desenvolver autonomia, competências e habilidades, de modo a transformar suas realidades.

Após o estudo que fundamenta as bases dos processos necessários e a orientação da formação de negócios, detalhamento e planejamento estratégico, foi iniciada a elaboração prática metodológica do ato de empreender, ou seja, o planejamento de um negócio funcional no mercado real, utilizando as oportunidades visadas pelos próprios alunos dentro dos seus respectivos círculos de conhecimento. Este processo foi realizado a partir do trabalho em grupo das equipes com pesquisas baseadas nos conhecimentos adquiridos na disciplina e o repertório cultural dos membros.

DESENVOLVIMENTO

Segundo TIBA (2002), “o conhecimento recém-adquirido só se transforma em sabedoria quando é posto em prática. No momento em que o indivíduo o utiliza até sem pensar, pelo hábito, alcança a sabedoria.” A integração de habilidades práticas torna-se mais útil para a assimilação de conteúdo e nesse sentido, ocorre a promoção da visualização e uso dos diversos tipos de inteligência e aptidões existentes.

É importante ressaltar que as oportunidades de empreendimento e formação de negócios foram buscadas dividindo grupos com determinados alunos que manifestaram interesse em projetos semelhantes em áreas de atuação similares, efetuando posteriormente a partida para a construção do que seria esse projeto de negócio.

A elaboração teórica de cada ideia foi feita por meio de apresentações, em que na primeira fase, os alunos utilizaram o conceito de *pitch*, uma rápida apresentação com a caracterização resumida do seu plano de negócio, o famoso discurso de elevador, uma exposição verbal concisa com o intuito de fazer entender sobre aquele determinado negócio ou projeto de forma rápida e eficaz. Posteriormente os alunos adentraram mais a fundo em suas

ideias e elaboraram propostas de negócio mais bem estruturadas e organizadas de forma a exaltar cada ponto de interesse.

Um dos conceitos que estiveram presentes nestas apresentações foi a dor observada, ou seja, a oportunidade de negócio e qual seria a solução para esse problema, sendo esta a proposta de negócio. O conceito de “dor” é amplamente difundido no meio pelos estudiosos da área e sua origem é incerta. As equipes utilizaram-se também da demonstração de serviços já concluídos por eles, caso existissem, ou outras formas de produtos obtidos anteriormente como forma de exemplificar a proposta.

Analisar os diferenciais e a concorrência destas propostas de negócio elaboradas pelos alunos foi outro passo importante para o desenvolvimento do projeto, considerando a necessidade da análise de mercado para o funcionamento adequado da proposta. É válido destacar também a apresentação de custos para pôr em prática o negócio, como matéria prima, equipamentos, estabelecimento para funcionamento, entre outros detalhes. Análogo a isso, os investimentos necessários para a formação destes negócios, após a conclusão da fase de prototipação, foi outro ponto a ser discutido, visto a necessidade posterior dessa análise.

Os conceitos de levantamento de recursos, ambientação da empresa, investimento e investidor anjo, um investidor que não busca obter lucros ao investir, busca somente receber o dinheiro que investiu sem acréscimos ou sequer receber esse retorno, como formas de iniciar um negócio de forma eficaz foram levados em consideração nessas apresentações, onde cada equipe demonstrou de forma concisa o investimento que seria necessário para um início consideravelmente estável, visto a confirmação da oportunidade.

Uma vez definidos os serviços e/ou bens prestados, elaborada e estruturada a forma prática do negócio, foi realizado um momento de finalização do planejamento com o professor orientador da disciplina, onde este discutiu mais uma vez cada ponto específico e detalhamento do projeto, especificando os pontos a serem focados, assim como os conceitos de prototipação e a necessidade dessa experiência para validação daquele projeto de negócio como uma oportunidade.

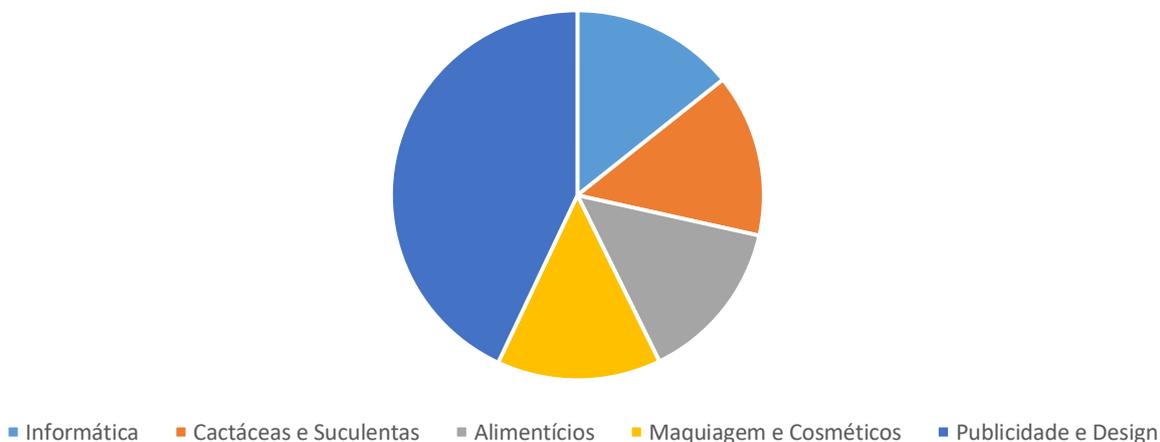
RESULTADOS E DISCUSSÃO

Iniciou-se a partir daí a fase de prototipação dos projetos apresentados, sugerindo-se aos grupos iniciarem a implementação de seus respectivos projetos no âmbito social da cidade de Tauá, no semiárido do sertão. Cada prototipação foi diferente e dependeu da natureza do projeto base. Algumas destas necessitaram de adaptações nos planos originais devido às possibilidades e/ou impossibilidades de cada ação, levando em consideração os estágios a serem alcançados e o curto tempo de gestação destes projetos até sua apresentação definitiva no *Pitch Day*, um dia de apresentações resumidas de cada ideia para uma mesa julgadora, ocorrido em 26 de junho do ano de 2019, no auditório do IFCE – *Campus Tauá*.

Grupos que se utilizaram do mercado da venda de gêneros alimentícios e outros bens de consumo, puderam prototipar suas ideias de forma mais rápida e simplificada. Porém, grupos que visavam a prestação de serviços para outras empresas e/ou negócios e negociantes possuíram um tempo elevado quanto a finalização da tarefa de prototipação e análise dos resultados, visto que cada passo do teste deste tipo de negócio requer um posicionamento estratégico de comunicação com o cliente mais elaborado.

Visto que os alunos apresentaram as propostas de negócio a partir de oportunidades obtidas com base em suas próprias habilidades e características pessoais, tivemos uma diversidade de áreas de atuação escolhidas para essa experiência prática. Foram formados 7 (sete) pequenos grupos ao todo, atuantes nas mais variadas áreas, como mostra o gráfico abaixo, apresentando uma considerável tendência dos alunos para áreas relacionadas a publicidade e design, contendo três empresas atuantes, passando pelos gêneros alimentícios, informática, ambientação com plantas e maquiagem e cosméticos, cada área com uma empresa atuante.

Área de Atuação das Empresas



Os resultados e conclusões obtidos da fase de prototipação, ou seja, da fase de averiguação dos negócios empreendidos pelos alunos, bem como sua caracterização ou não como oportunidade, são necessários para servir como banco de dados para a análise do conjunto experimental como um todo. A partir disso a deliberação sobre continuação ou não dos projetos caberia aos próprios elaboradores das ideias, que avaliaram a proposta apresentada pela orientação para a continuação ou finalização do negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a concretização da experiência, pode-se observar a relação harmônica estabelecida com os diferentes métodos de aprendizagem, possibilitando o desenvolvimento de capacidades cognitivas e criativas que, por sua vez, promovem o entendimento de questões impostas ao discente, de forma efetiva e dinâmica. A relação ensino-aprendizagem é, assim, favorecida ao passo que também é compreendida no âmbito da experiência prática, através da construção de negócios. Nessa perspectiva, essa ação direciona o aluno à formações sistêmicas e efetivas, colaborando para propostas empreendedoras de ensino emergentes.

É possível perceber que a experiência prática com a formação de empreendimentos reais, que possibilitou o contato com o cliente e o mercado consumidor, é de extrema importância para a formação pessoal e profissional do indivíduo. Partindo do embasamento teórico, passando pela projeção e formação estratégica até a implementação da proposta de negócio no mercado, o projeto conseguiu abranger uma ampla gama de conhecimentos, possibilitando o ganho de experiências para uma boa formação profissional.

Fator que, como percebemos, é de intrínseca importância para a continuidade dos alunos na devida área de formação. Ao participar de atividades complementares que incentivem a experiência prática no mercado de trabalho, os estudantes podem vivenciar o que poderá vir a ser seu meio de vida. De forma simples, entendemos que o processo de construção da identidade individual de cada um necessita de auto compreensão e está diretamente conectado à formação profissional e a como o indivíduo percebe o meio em que se encontra. Assim ressaltamos mais uma vez a importância da experiência prática em atividades complementares, especialmente em cursos de formação profissional, que necessitam de forma especial deste tipo de experiência ao formar indivíduos que futuramente serão inseridos no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

FELIPPE, Maria Inês. Empreendedorismo: buscando o sucesso empresarial. Sala do Empresário, São Paulo, 1996, v.4, n.16, (suplemento).

MÓRAN, José. *In*: Coleção Mídias Contemporâneas. Convergências Midiáticas, Educação e Cidadania: aproximações jovens. Vol. II. 2015.

SCHUMPETER, Joseph. Capitalismo, socialismo e democracia. Nova York, Harper & Brothers, 1942.

TIBA, Içami. Ensinar aprendendo: como superar os desafios do relacionamento professor-aluno em tempos de globalização. São Paulo, Editora Gente, 1998.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luísa, 30ª ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006. 304 p.