



**Revista Processus de Políticas
Públicas e Desenvolvimento Social**

Tramitação Editorial:

Data de submissão (recebimento):
10/03/2019.

Data de reformulação: 12/04/2019.

**Data de aceitação (expedição de
carta de aceite):** 10/05/2019.

**Data de disponibilização no site
(publicação):** 29/06/2019.

Editor Responsável: Me. Jonas Rodrigo
Gonçalves

ENSINO DE EMPREENDEDORISMO PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES VULNERÁVEIS

Entrepreneurship teaching for children and vulnerable teenagers

Enseñanza de emprendimiento para niños y adolescentes vulnerables

Dr. Alessandro Aveni¹

Resumo

A pesquisa mostra uma análise de três propostas brasileira em ensino de empreendedorismo para crianças e adolescentes. O objetivo é verificar as propostas de um ponto de vista de práticas ativas e sucessivamente sobre a viabilidade da proposta para população de baixa renda e população vulnerável. O resultado mostra avanços nas propostas e nas práticas com algumas limitações. Entretanto em relação ao ensino para setores de baixa renda e vulneráveis não se encontrou uma proposta específica, mas genérica e portanto não adequada. O trabalho pode avançar com análise de práticas de organizações do terceiro setor que são apontadas como possíveis entidades cuja atividade perto dos casos de baixa renda e vulnerabilidade, podem resultar em práticas viáveis. Entretanto o foco dessas propostas deve ser relacionada a empreendedorismo familiar orientado a uma profissão autônoma e para formalizar estes empreendimentos.

Palavras chave: Empreendedorismo social. Tecnologia social. Vulnerabilidade. Ensino de Empreendedorismo.

¹ Pós doutor pela UnB. Doutor em Ciências Políticas Universidade Statale de Milano, em Administração pela Universidade Commerciale Luigi Bocconi di Milano. Mestre em Geografia e Graduação em Administração pela UnB. Docente na Universidade de Brasília.CV: <http://lattes.cnpq.br/0679425851663633>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6266-6818>. E-mail: alessandro@unb.br

Abstract

The research discusses three Brazilian proposals in teaching entrepreneurship to children and adolescents. The objective is to verify the proposals from the point of view of active practices and successively on the viability of the proposal for low income and vulnerable population. The result shows advances in proposals and practices with some limitations. However, in relation to education for low-income and vulnerable sectors, no specific proposal was found, but generic and therefore not adequate. The work may advance with the analysis of practices of third sector organizations that are identified as possible entities whose activity close to low income and vulnerability cases may result in viable practices. However, the focus of these proposals should be related to family entrepreneurship oriented to an autonomous profession and to formalize these enterprises.

Keyword: Social Entrepreneurship. Social Technology. Vulnerability. Entrepreneurship Education

Resumen

La investigación muestra un análisis de tres propuestas brasileñas en la enseñanza del emprendimiento a niños y adolescentes. El objetivo es verificar las propuestas desde el punto de vista de prácticas activas y sucesivamente sobre la viabilidad de la propuesta para la población vulnerable y de bajos ingresos. El resultado muestra avances en propuestas y prácticas con algunas limitaciones. Sin embargo, en relación con la educación para sectores vulnerables y de bajos ingresos, no se encontró una propuesta específica, pero genérica y, por lo tanto, no adecuada. El trabajo puede proceder con el análisis de las prácticas de las organizaciones del tercer sector que se identifican como posibles entidades cuya actividad cerca de casos de bajos ingresos y vulnerabilidad puede dar lugar a prácticas viables. Sin embargo, el enfoque de estas propuestas debe estar relacionado con el emprendimiento familiar orientado a una profesión autónoma y formalizar estas empresas.

Palabras-clave: Emprendimiento social. Tecnología social. Vulnerabilidad Educación emprendedora

Introdução

Atualmente se encontra no Brasil um momento de expansão do ensino de empreendedorismo. O país e as empresas necessitam de profissionais que possam atuar frente a um cenário imprevisível e desafiador, como é natural do contexto econômico e concorrencial ao qual se vive. Contudo, o incentivo para o empreendedorismo deve começar pela educação, formação deste profissional. De tal forma, iniciam-se diversas iniciativas neste sentido, como o Empretec, Jovem Empreendedor do SEBRAE, as metodologias formativas de Dolabella e Dornelas e muitas outras.

Assim, o presente trabalho se direciona ao objetivo de avaliar e comparar várias iniciativas de ensino empreendedor em todas as faixas etárias e, em particular, voltadas ao empreendedorismo social, aquele que em seu escopo visa a inclusão de crianças e adolescentes vulneráveis.

A hipótese é que não há uma metodologia de ensino para criança e adolescentes vulneráveis, que possa ser usada para organizações sem fins lucrativos que tenham como seu objetivo educacional o impacto social.

Se justifica a pesquisa pois há falta, na literatura acadêmica, de propostas segmentadas de ensino de empreendedorismo em caráter social, Sendo isso necessário para que o trabalho de organizações de fomento ao empreendedorismo possa ser ampliado para o terceiro setor e para a economia solidária.

O artigo é segmentado em quatro blocos, sendo que o primeiro faz referência a metodologia utilizada. O segundo traz o referencial sobre o ensino de empreendedorismo. No terceiro se explica a metodologia da pesquisa. No quarto se analisam os resultados da pesquisa e se faz a comparação entre diferentes metodologias de ensino de empreendedorismo para jovens encontrados no Brasil. Por fim, a conclusão encerra o trabalho.

Referencial teórico

No Brasil, a expansão do incentivo ao empreendedorismo se inicia por nos anos 90 junto a criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e da Sociedade Brasileira para Exportação de Software - Softex. Antes disso, segundo Dornelas (2014), praticamente não se abordava tal temática nacionalmente.

De acordo com a escola de estudo comportamental dos empreendedores, McClelland (1987) estudou, o desenvolvimento de um empreendedor em diferentes países e afirmou que o empreendedor não pode apenas levar em conta aspectos técnicos e específicos do planejamento de um negócio. Pois, em seus estudos, o autor observou três categorias comportamentais interligadas ao empreendedor, que são: Realização, Planejamento e Poder.

Neste sentido, para Dolabela (2008) afirma que ensinar alguém a ser empreendedor não se trata apenas em transmitir conhecimento, mas, antes de tudo, trabalhar atitudes, comportamentos, visão de mundo e preparar o aluno para assumir riscos, preferencialmente controlados.

Para Filion (2003), traduz-se em ensinar um conjunto de práticas capazes de garantir uma geração de riqueza e um melhor resultado de desenvolvimento naquelas sociedades que o apoiam e o praticam.

Já a Comissão Europeia (2012) definiu a Educação Empreendedora como aquela que ensino o aluno a desenvolver sua criatividade e suas atitudes para agir frente aos problemas que o circundam. Ou seja, é uma educação além dos negócios, foca, sobretudo, na ação social.

Por sua vez, para Dornelas (2014) os cursos de empreendedorismo devem focar na identificação de e no entendimento de habilidades empreendedoras, senso crítico, através da identificação e análise de oportunidades e no processo criativo. Contudo, o autor vai além, pois traz a necessidade de se ensinar a necessidade do empreendedorismo para o desenvolvimento nacional, como elaborar o plano de negócios, obtenção de recursos e gerenciamento da empresa.

Assim, o ensino empreendedorismo não pode ocorrer somente em sala de aula ou via internet, mas, sobretudo, com a prática e a discussão com empreendedores formados. Pois, muitos dos aspectos abordados pelos autores, necessitam da proximidade entre o aluno e a realidade.

De acordo com o plano de ensino de empreendedorismo proposto pelo Estado do Quebec no Canada, Fillion (2003) observou que para a atividade de ensino do empreendedorismo são necessários três fatores:

- 1- Práticas de ensino que simulem problemas reais e estimulem a resolução através da teoria em sala de aula e das Competências, Habilidades e Atitudes – CHA aprendidos na teoria em sala de aula;
- 2- Pesquisas que possibilitem aos alunos o entendimento de realidades mutáveis como a dos mercados ou sociais;
- 3- Atividades que aproximem alunos e empreendedores.

Dessa forma, o ensino de empreendedorismo deve ser ativo frente ao conhecimento, não bastando somente o conhecimento teórico, mas sim a junção entre este e o conhecimento prático. Necessita-se de uma educação ativa, que Libâneo (2009) define como que rompe os muros do ambiente escolar e buscar formar um aluno ativo frente o conjunto de questões sociais que o circundam. O professor deve se tornar um mediador e não apenas um transmissor de conteúdo. Algo que incentiva aos alunos encontrarem suas próprias resoluções e utilizar sua criatividade, pois, para Aveni (2014), o empreendedor deriva de sua realidade social conjuntamente ao mercado.

Um método muito interessante para ensino do empreendedorismo foi proposto por Neck, Greene e Brush (2014). As autoras trazem uma metodologia experimental e qualitativa aonde procura-se avaliar o ensino de empreendedorismo como um método. Assim, segundo sua obra, existem cinco práticas indispensáveis para se ensinar empreendedorismo, jogar, empatia, criação, experimentação e reflexão.

Tabela 1: Metodologia Ensino de Empreendedorismo Neck, Greene e Brush .

Práticas	Técnicas	Objetivos
Jogar	Gamificação; Dinâmicas; Simulação	Trazer o mercado para a sala; Induzir os discentes a elaborarem novas soluções para problemas reais.
Empatia	Simulações; Contato com empreendedores.	Fazer com que o aluno se coloque em situações vividas por empreendedores.
Criação	<i>Brainstorming</i> ; Mapas mentais; <i>Road maps</i> e etc.	Desenvolver criatividade.
Experimentação	Testes; Falseamento; Pesquisas de campo.	Analisar a oportunidade de negócios vislumbrada à luz da realidade.
Reflexão	-	Ocorre durante todo processo de aprendizagem. Consiste em levar o aluno a refletir seus erros e acertos, otimizando o processo de ensino.

Fonte: Neck, Greene e Brush (2014) adaptado.

Como se percebe do esquema acima o aluno utiliza um método ativo que tem como características o Jogar (gamificação; dinâmicas; simulação) para

trazer o mercado para a sala e induzir os discentes a elaborarem novas soluções para problemas reais.

Em um segundo momento se realiza a empatia (simulações; contato com empreendedores) por que o aluno se coloque em situações vividas por empreendedores reais.

Com a criação das ideias de negocio (brainstorming; mapas mentais; road maps e etc) se desenvolve a criatividade para o negocio. Ao final dessa fase os alunos desenvolvem ideias práticas a ser testadas e analisadas.

É fundamental assim a experimentação (testes; falseamento; pesquisas de campo) para analisar a oportunidade de negócios vislumbrada à luz da realidade e produzindo um mínimo produto vendável.

Aqui há uma reflexão final, mas que ocorre durante todo processo de aprendizagem. Consiste em levar o aluno a refletir seus erros e acertos, otimizando o processo de ensino. Isso pode levar a refazer o processo para melhorar mais quanto conhecido e testado ou, se o aluno acha suficiente leva ele para criação de uma startup ou sua entrada no mundo de negócios..

Empreendedorismo para população vulnerável

Em nações como Brasil, onde o desenvolvimento econômico ainda não é completamente formal, coexistem subdesenvolvimento e setores atrasados em relação aos mais avançados presentes em outras nações. O terceiro setor e o associativo sem fins lucrativos, voluntário e, muitas vezes, religioso é fundamental por um grupo de pessoas que são chamadas de vulneráveis. São as que não alcançam o nível mínimo de renda para sustentar sua família e se sustentar. Estes empreendimentos coletivos são esquecidos nas histórias do comércio e da política e na análise acadêmica.

Segundo Osborne (2008), o terceiro setor é, por natureza, impróprios a ser definido unicamente. Isto é devido a razões de fundo e terminologia. Em primeiro lugar, o terceiro setor é frequentemente associada com a ideia de "sociedade civil" e "voluntária", por sua vez ligada à imagem de um sistema não-estruturados, que não faz pode estar sujeito a um ajuste preciso e controlado, porque você acha que este Ele teria impacto sobre os aspectos positivos do terceiro setor como motivação ou voluntária (Corry, 2010).

O termo "terceiro", sugere a idéia de um setor visto como uma categoria residual, porque ele não se encaixa nas outras duas categorias de "primeira" e "segunda" setor. Para Etzioni (1973) o terceiro sector é caracterizado pela ação e compromisso guiada pelos valores das pessoas que operam em seu interior

Defourny e Monzon (1994) definem esse setor como formado com organizações que têm um objetivo direto específico para o bem da comunidade, iniciada por um grupo de cidadãos onde capital-dinheiro está sujeita a limites. Seguindo as sugestões apresentadas por Corry (2010) o termo "terceiro setor" ele é usado para se referir a fundações, cooperativas, clubes desportivos, para citar das quais apenas algumas não se enquadram nas categorias representadas pelo Estado e do mercado

O terceiro campo identifica uma entidade que, embora diferente das outras duas, é em no geral um todo coerente, um setor com seus tipos de formas e práticas sociais lógica que permanece ainda, ligeiramente Tratado e teorizou apesar de alguns esforços no sentido oposto (Salomon e Anheir, 1997). Outros autores oferecem uma visão híbrida que vê o terceiro setor uma mistura de organizações empresariais, sociais e públicas (Corry, 2010). O terceiro setor

assim pode ser considerado como uma forma de comunicação entre os diferentes sistemas sociais, ou como uma área de diálogo entre os diferentes atores. O terceiro setor pode ser classificado como um determinado tipo de processo de interação ou a comunicação entre diferentes sectores (Corry, 2010).

Salamon e Anheier (1997), em um projeto internacional para comparar setores sem fins lucrativos em vários países, excluíram da definição de terceiro sector, os elementos da "economia social" que estão incluídos na França e, por vezes, no Canadá, nomeadamente: congregações religiosas; partidos políticos;

Cooperativas; Caixas mútuas de poupança; companhias de seguros mútuo; agências governamentais. As organizações sem fins lucrativos incluídas são categorizadas em 10 categorias amplas com subcategorias, denominadas Classificação Internacional de Organizações Sem Fins Lucrativos.

A visão ontológica do terceiro setor no Brasil é chamada MROSC. Este é o marco legal que iniciou-se no Brasil com a Lei n. 9.637, de 15 de maio de 1998. A primeira lei das OSCIPS foi a Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999. Esta lei, dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), e institui e disciplina o Termo de Parceria.

Sucessivamente a Lei n.13.019/14, foi chamado Marco Regulatório do Terceiro Setor - MRSOC regula o repasse de recursos públicos para as Organizações da Sociedade Civil (OSCIPs) ou, em outras palavras, o regime jurídico para as parcerias entre a administração pública e as organizações privadas sem finalidade lucrativa. A lei estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação; define diretrizes para a política de fomento, de colaboração e de cooperação com organizações da sociedade civil; e altera as Leis nos 8.429, de 2 de junho de 1992, e 9.790, de 23 de março de 1999. (Redação dada pela Lei nº 13.204, de 2015)

P.F. Drucker, foi um dos primeiros a ressaltar a ação de empreendedores e terceiro setor. No seu livro *Managing non profit organization* (DRUCKER 1989), sintetizou o resultado de uma série de cursos e conferências desenvolvidas relativas a organizações sem fins lucrativos nos EUA. Ao dizer de Drucker, o negócio social deve ser gerenciado para alcançar os resultados esperados, não é viável uma organização do terceiro setor existir simplesmente no papel e sem uma organização. Por Drucker (1989) Os passos necessários para que o empreendedor social possa organizar melhor sua criação são cinco: definir a missão, definir o desempenho pretendido, gerenciar para o desempenho, gestão de pessoas e relacionamentos, realizar autodesenvolvimento.

Entretanto sobretudo no caso de setores vulneráveis os estudos sobre empreendedorismo internacional se apoia ao caso mais famoso de atuação de empreendedorismo social em nações menos desenvolvidas o caso que desenvolveu a primeira forma de microcrédito para população de baixa renda.

O Bengalês M. Junus Yunus (1999) era professor de economia no seu país. Ele começou com um empréstimo de apenas 27 dólares, em 1974, quando Bangladesh foi atingida por grave escassez de alimentos. Yunus emprestou dinheiro para 42 mulheres e, em pouco tempo, as mulheres pagaram os empréstimos. Com esse sucesso inicial, Yunus criou uma empresa experimental

de microcrédito, em 1977. Proporcionar aos pobres o acesso ao crédito e à tecnologia da informação eliminará a pobreza. O microcrédito cria um jeito de as pessoas ajudarem a si mesmas. Para Junus, os negócios sociais são uma categoria de atividades econômicas que ficam entre a filantropia e os negócios tradicionais que têm como objetivo maximizar os lucros.

Com o desenvolvimento de instituições filantrópicas nos EUA para estimular os países menos avançados economicamente, houve uma nova onda de propostas conhecida pela atuação de B. Drayton, famoso fundador da Ashoka, com Kauffman, Skoll, Schwab e Lemann formam um grupo seletivo de fundações filantrópicas e, ao mesmo tempo, de apoio a empreendedores sociais. Criar ambientes e suporte para empreendedorismo social é uma tendência no EUA para personagens também famosos que podem aproveitar da imagem deles para disseminação das propostas e captar recursos.

Drayton (1972) era consultor da McKinsey quando em 1980 fundou Ashoka. Ele colocou seus esforços sociais na criação de uma rede que funciona como consultora e incubadora de empresas sociais. A inovação da abordagem Ashoka é a causa do sucesso em todo o mundo onde operam mais de 3.000 empreendedores sociais e de impacto. A receita da Ashoka é investir em empreendedores sociais, pessoas com ideias novas que podem gerar grandes mudanças na sociedade. A inovação se avalia com um sistema interno da Ashoka e privilegia as empresas de impacto social.

Em relação a empresas e impactos sociais entre os autores de origem indiana que influenciaram a pesquisa sobre empreendedor social C. K. Prahalad (2004) conceituou e explicou a importância da chamada base da pirâmide em parceria com S.Hart. A base da pirâmide é esta faixa de pessoas que vivem com cerca de cinco dólares por dia e que são estimadas em quatro bilhões. Segundo ele, as empresas, agindo no mercado capitalista, podem melhorar a vida dessas pessoas criando produtos e serviços orientados por essa população. Nele se inspiram hoje os trabalhos de empreendedorismo de impacto social no mundo. Para o autor, as empresas não aprenderam a lidar com a população de baixa renda.

A contribuição completa de Prahalad inclui uma competição orientada ao futuro e a uma criação de valor atendendo as necessidades do cliente, criando redes de co-competição, ou seja de competição e cooperação. Esta nova maneira de fazer negócio na economia contemporânea é a nova tendência do empreendedorismo social por exemplo de impacto social. Então, para Prahalad, bem como para os outros autores, o empreendedor social não é um visionário que tem uma missão de serviços para a sociedade, mas um agente econômico o qual segue seu instinto de procurar oportunidades de negócio para ter lucro, entretanto, fazendo isso, consegue reduzir a pobreza e aumentar a inclusão social.

Uma crítica de todos os autores é de que, na educação empreendedora para pessoas vulneráveis ou de baixa renda na maioria dos cursos de administração ainda se ensina a visão estreita do capitalismo, e a geração de valor compartilhado implica uma nova abordagem transversal na gestão. Porém as tendências atuais colocam o empresário social como novo e importante ator que atua na fronteira entre empresas e TS.

As pessoas de baixa renda podem ou não viver com um salário acima ou abaixo do salário mínimo que atualmente no Brasil atinge cerca de 1.000 R\$. Para a Lei nº 9.867/1999 relacionada as Cooperativas sociais são consideradas

vulneráveis: os deficientes físicos e sensoriais; os deficientes psíquicos e mentais, as pessoas dependentes de acompanhamento psiquiátrico permanente, e os egressos de hospitais psiquiátricos; os dependentes químicos; os egressos de prisões; os condenados a penas alternativas à detenção; os adolescentes em idade adequada ao trabalho e situação familiar difícil do ponto de vista econômico, social ou afetivo.

Cabe aqui no final ressaltar que as pessoas de baixa renda, abaixo do salário mínimo e, sobretudo, as vulneráveis (incluindo aqui as com falta de moradia digna) na maioria das vezes não são empreendedores que conseguem criar empresas no sentido de organizações formais que competem no mercado, por falta de capitais, mas se orientam na capacitação e desenvolvimento de capacidades profissionais autônomas como artesões, domésticas cabeleiras, etc. Estas profissões autônomas podem ser consideradas empreendedoras, ou micro empreendedores considerando que frequentemente nessas atividades toda família coopera e portanto há uma empresa familiar informalmente ocupada.

Metodologia

A presente pesquisa se coloca como bibliográfica e documental. Cabe esclarecer, que Marconi e Lakatos (2005) definem a primeira como o levantamento da bibliografia publicada em suas diversas formas, tais como livros, revistas e etc. E a segunda foi definida pelas autoras como os materiais que podem servir como arcabouço para uma pesquisa científica.

Os passos da pesquisa, são:

- 1-Avaliar no Brasil os principais métodos de ensino para criança e adolescentes. Para este passo, as fontes de dados adotadas para a pesquisa foram: SEBRAE , Dolabella e Dornelas
- 2 – Inferir, com base a metodologia Neck, Greene e Brush (2014).citada se estas práticas se encaixam e se são orientadas para vulnerabilidade.

Praticas de ensino para crianças e adolescentes no brasil

Iniciando a pesquisa com José Dornelas, que se formou no Babson College nos EUA, um dos mais prestigiosos centros de ensino de empreendedorismo nos EUA, pode-se afirmar que o Instituto Fazendo acontecer, que ele desenvolveu, começou suas atividades em 2009 através do trabalho de editor do professor. Contudo, a fundação ocorreu em 2016, deste então tem ajudado o incentivo do empreendedorismo entre crianças e adolescentes através de oficinas extracurriculares.

O foco de tais oficinas reside na aquisição de competências empreendedoras, essas são ensinadas aos alunos com muita prática. Todas as oficinas utilizam desafios oriundos de experiências reais.

Paralelo ao ensino de empreendedorismo, as oficinas enfatizam a importância da sustentabilidade e da produção consciente. As atividades exigem o uso de materiais recicláveis e a criação de soluções inteligentes que permitam o desenvolvimento econômico, sem comprometer os recursos ambientais. (Instituto Fazendo Acontecer, 2016, p.3)

A metodologia proposta se divide em duas formas de aplicação a “Pontual” e a “Campanha”. O primeiro é definido pelo Instituto Fazendo

Acontecer (2016) como apenas um encontro em grupo aonde deve-se resolver um desafio determinado para a aquisição de alguma competência empreendedora.

O modo campanha é realizado em 5 encontros subsequentes, em cada um é dado o *briefing* do desafio a ser cumprido. Busca envolver um arcabouço superior de habilidades e, ainda, é acompanhado por missões, que são atividades extraclases que devem ser realizadas. A missão, cumpre a função de reflexão do que foi feito ou de prelúdio para o próximo desafio, cabendo ao professor definir.

A seguir uma tabela que contém exemplos de um desafio e uma missão:

Tabela 3: Exemplos

Desafio		Missão
Título	Minha Própria Casa	Passando pra Frente
Tema	Falta de Habitação.	Utilizar algo que não seja mais usado em casa em uma venda, transformando-o em lucro.
Objetivo	Construir uma casa com matérias disponibilizados.	Hora de fazer as coisas girarem: venda algo usado seu ou da sua casa, em bom estado, por um preço justo.

Fonte: Instituto Fazendo Acontecer (2016) adaptado pelos autores.

Nota-se que no desafio a prioridade é a otimização de recursos, tempo e planejamento e na missão o objetivo reside em algumas das habilidades mais comuns em bons empreendedores como gerenciamento de estoques, precificação e vendas.

Neste sentido é importante observar que existem mais de 51 modelos de desafios e missões a serem cumpridas. Todas são divididas em área de concentração por habilidades do empreendedor, como bom de papo (comunicação), detetive (busca por oportunidades), inventor (criatividade), joga para o time (trabalho em equipe), líder, mão na massa (determinação), visionário, plano infalível (planejamento), se vira sozinho e transformador (busca novas utilidades).

Ao fim de cada desafio os alunos são premiados de acordo com as habilidades demonstradas. De forma a dar um reforço positivo ao esforço demonstrado. Ao fim da campanha existe o desafio final, os discentes devem formar um grupo, cada um dos seus membros deve ter alguma das dez habilidades descritas acima. Assim, o que se espera é testar as habilidades de convencimento, para formar a equipe, de gestão, para geri-la e de planejamento estratégico. Todos os encontros do desafio seguem uma lógica em comum de missões.

Outro autor brasileiro que se destaca é o professor Dolabela A metodologia de “Pedagogia Empreendedora” tem o sonho dos alunos como base que deverá orientar o trabalho em sala. Este pressuposto básico nasce, segundo o autor (DOLABELA 2003), do fato de que o sonho impulsiona o empreendedor a adquirir habilidades, competências e atitudes.

Desta forma, a educação não deverá não ser diretiva, pelo contrário, os alunos deverão buscar os meios para alcançar seus sonhos, assumindo assim

o controle do processo em sala. Pois, Dolabella (2003) afirma que cabe ao empreendedor descobrir quais meios deve utilizar para realizar o que deseja. E, depois disso, aprender sobre isso. Assim, Cabe ao professor o papel de estimulador e orientador do percurso escolhido.

Contudo, o processo de construção do sonho envolve o autoconhecimento de suas capacidades e dificuldades. Então o processo deve ser permeado por 4 habilidades atribuídas aos empreendedores, essas são: 1- Saber ser, qual é a intenção empreendedora do aluno; 2- Saber fazer, quais as habilidades e conhecimentos que o aluno tem para alcançar seus objetivos, caso não as tenha, como obter os recursos necessários; 3- Saber conviver, criação de um *networking* em prol do que se pretende; 4- Saber conhecer, auto aprendizado.

É válido observar que o autor (DOLABELA 2003) afirma que a educação empreendedora não deve orientar o discente apenas no caminho da abertura do negócio, mas em direção ao CHA do empreendedorismo. Assim, a fase inicial da metodologia se inicia pelo “Mapa dos Sonhos”, formulado através de duas questões, “qual e como vai realizar seu sonho?” e “quais as estratégias e suportes irá utilizar para realiza-lo”.

A partir disso, seguem-se 15 etapas que se dividem durante a duração do curso, que pode chegar a um ano: 1- Concepção do sonho; 2- Autoconhecimento, quais as habilidades e conhecimentos que o aluno tem para sua realização; 3- Rede de relacionamento; 4- Conhecimento do ambiente do sonho, estudo das ameaças e oportunidades; 5- Análise do sonho em relação ao aluno, o que este sonho pode oferecer; 6- Análise do sonho em relação aos outros, o que se oferece para a sociedade; 7- Estratégias para a implementação do sonho; 8- Estudo de viabilidade para a concretização; 9- Estratégias; 10- Estudo de viabilidade do sonho, mas agora utilizando o potencial contido na rede de contatos; 11- Como conseguir recursos, conhecimentos, financeiros e etc.; Liderança, como convencer outras a apoiar e acreditar no sonho; 12- Organização dos recursos; 13- Quando será possível realizar o sonho, relativo ao quadro de metas traçadas; 14- Exposição e explicação do mapa do sonho, levando em conta todos os aspectos para implementa-lo, e; 15- Próximos sonhos.

A metodologia leva em conta os processos de criação do empreendedor, mas não necessariamente em direção para abertura do negócio e sim para a realização do sonho, que pode ou não ter haver com negócios. Algo, de certo, positivo, sobretudo em turmas aonde a vulnerabilidade social se encontra presente. Pois, o estímulo do professor pode levar à realização das metas de um aluno, incentivando-o a acreditar em si mesmo.

Em fim o terceiro exemplo: a Educação SEBRAE, se concentra no Programa Nacional de Educação Empreendedora (PNEE) ²,foi criado para consolidar uma atuação sistemática e organizada de ações de educação empreendedora do Sebrae junto aos potenciais empreendedores de todo o país. Segundo os dados da SEBRAE³ Entre 2014 a 2017 foram capacitados 3.267.753

²https://www.google.com.br/search?q=programa+nacional+educa%C3%A7%C3%A3o+sebrae&rlz=1C1AFAB_enBR501BR526&oq=programa+nacional+educa%C3%A7%C3%A3o+sebrae&aqs=chrome..69i57.15432j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

³ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/programa-nacional-da-educacao-empreendedor-pnee,2c7cd24a8321c510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

estudantes e 119.825 professores de 5.787 instituições de ensino parceiras de todo o país

No PNEE é fundamental o conceito do potencial empreendedor. Segundo SEBRAE no sitio CRE⁴ este é o indivíduo que não tem negócio próprio e não está envolvido na estruturação de um negócio e com o qual o Sebrae busca fomentar o empreendedorismo e desenvolver suas capacidades empreendedoras. No Programa, é atendida uma parte desse segmento, que é o estudante regularmente matriculado na educação básica, superior ou em cursos da educação profissional, além de jovens atendidos por outras instituições (ONGs, por exemplo) e que não estão matriculados no ensino formal.

De acordo com SEBRAE com o programa, pretende-se contribuir para a construção de um novo perfil de estudante com capacitação para o desenvolvimento de competências empreendedoras e para a possibilidade de inserção sustentada no mundo do trabalho.. O modelo de educação escolhida e favorece metodologias criativas, linguagem adequada e compromisso com a realidade local. O programa possui um portfólio com produtos e serviços para a educação básica e Superior, além da educação profissional.

São quatro os eixos previstos no programa:

- Ensino Fundamental: Jovens Empreendedores Primeiros Passos – JEPP
- Ensino Médio: Curso Despertar, Curso Formação de Jovens Empreendedores e Curso Crescendo e Empreendendo
- Ensino Superior: Desafio Universitário Empreendedor; Disciplina de Empreendedorismo; Palestra “Empreendedorismo em Dois Tempos”; Simpósio de Educação Empreendedora; Programa de Mentoria e Smart Hacklab
- Educação Profissional: PRONATEC Empreendedor e Projeto Sebrae Aprendiz Empreendedor: Aprender agora e empreender no futuro

Para atender os estudantes do Ensino Médio, há três cursos: Formação de Jovens Empreendedores, Despertar e Crescendo e Empreendendo. Por exemplo o curso Formação de Jovens Empreendedores (FJE)⁵ estimula nos participantes o desenvolvimento das características do comportamento empreendedor. O curso orienta os estudantes a reconhecer seu potencial realizador e os incentiva a desenvolver uma postura empreendedora, para que planejem o futuro procurando encontrar e aproveitar oportunidades de integração no mercado de trabalho ou na criação do seu próprio negócio, caso seja esta sua opção.

Está estruturado em seis oficinas complementares e sequenciais:

Oficina 1: Conexões, Oportunidades e Desafios!

Oficina 2: Eu: Jovem Empreendedor?

Oficina 3: Planejar para Alcançar Resultados

Oficina 4: Desafio Empreendedor

Oficina 5: Apresentação do Plano de Negócios para o público externo

Oficina 6: A Caminho do Futuro

⁴ <http://cer.sebrae.com.br/>

⁵ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/educacao-empreendedora-no-ensino-medio,358aa15d81d36410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

A capacitação dos professores é realizada ao longo de 40 horas. O curso é aplicado em 60 horas presenciais com os estudantes.

O curso Despertar tem como objetivo estimular o empreendedorismo entre jovens estudantes do ensino médio, transmitindo-lhes uma visão de mundo abrangente, para que possam identificar suas potencialidades e descobrir novas oportunidades. A metodologia proporciona que os estudantes sejam estimulados a despertar para uma visão ampla do empreendedorismo, que engloba a cooperação, a cidadania e a ética. Ao final do curso, espera-se que eles estejam mais proativos e comprometidos com o seu desenvolvimento e crescimento pessoal e profissional. O curso está dividido em 22 encontros presenciais em sala de aula (44 horas), atividades de campo (16 horas) e a realização da Feira do Empreendedor (10 horas). A capacitação dos professores é realizada em 32 horas.

Crescendo e Empreendendo tem como objetivo provocar uma discussão com jovens sobre trabalho, negócio e empreendedorismo. Pretende-se que ele conheça esse universo e se predisponha a identificar oportunidades por meio da adoção de atitudes empreendedoras. A aprendizagem é trabalhada no formato de oficinas e pode ser aplicado especialmente em projetos sociais com ações educacionais e em propostas pedagógicas de curta duração. As 12 horas do curso Crescendo e Empreendendo estão divididas em três encontros:

Encontro 1 – Descobrimos atitudes empreendedoras

Encontro 2 – Empreendedorismo na Vida, no Mundo do Trabalho e dos Negócios

Encontro 3 – Pensando no Futuro

A capacitação de professores tem duração de 23 horas.

A proposta do Sebrae se organiza entorno ao Centro de Referência de educação empreendedora. Este centro propõe a ruptura de um modelo de prática educacional até agora usada na prática de ensino nas escolas brasileiras. No lugar de privilegiar a transmissão estática de dados e informações o Centro quer privilegiar reflexões ou a aplicação dos saberes na forma de ações transformadoras. De acordo com o Programa Nacional de Educação Empreendedora a metodologia de ensino quer priorizar o equilíbrio entre o “querer fazer” e o “reunir as condições para poder realizá-lo”.

A proposta do Sebrae no Programa Nacional de Educação Empreendedora do Sebrae foi para uma abordagem interativa desenvolvida de acordo com princípios pedagógicos ativos visando as especificidades de cada faixa etária.

O Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora (CER)⁶ é assim uma iniciativa virtual criada, segundo quanto declarado no sítio “para produzir e compartilhar conhecimento, elaborar estudos, pesquisas e ferramentas com foco no desenvolvimento e fomento da educação empreendedora, tema central de transformação da sociedade”. Esta plataforma serve para que o Professor, as

⁶ <http://cer.sebrae.com.br> Centro Sebrae de Referência em Educação Empreendedora. Uma iniciativa para produzir e compartilhar conhecimento, elaborar estudos, pesquisas e ferramentas com foco no desenvolvimento e fomento da Educação Empreendedora

Instituições de Ensino, e os parceiros do Sebrae tenham acesso a conteúdos e estudos sobre o tema empreendedorismo.

No e-book Ensino Focado em Serviço⁷ este conceito fica claro pois estimular o empreendedorismo em jovens não é uma tarefa fácil. O objetivo do ensino deve ser que o aluno possa identificar oportunidades no mercado de trabalho ou na criação de um negócio próprio. Por isso tem uso de oficinas que tratam de: conexões, oportunidades e desafios; auto avaliação empreendedora; o processo de planejar para alcançar resultados; o desafio empreendedor; a apresentação do Plano de Negócios para o público externo; e a reflexão a caminho do futuro

Em fim o curso Despertar mostra que o empreendedorismo vai além de abrir uma empresa, envolve cooperação, ética e cidadania. Há no final a reflexão sobre rescendo e empreendendo que procura provocar discussões e questionamentos sobre o significado do trabalho, negócio e empreendedorismo. Isso acontece também com oficinas que trabalham sobre: descoberta das atitudes empreendedoras; entendimento do empreendedorismo na vida, no trabalho e nos negócios; e de olho ao futuro.

Discussão

Todas as metodologias apresentadas são abrangentes e são incluídas na metodologia ativa de referência citada. Em relação ao primeiro passo entretanto as metodologias são satisfatórias, pelos menos na teoria, em relação ao modelo apresentado na metodologia.

Em relação a proposta de ensino ativo para empreendedores A mais completa aparece ser a da SEBRAE. Entretanto ela tem algum elemento frágil:

- O ensino SEBRAE abrange todo tipo de clientes e segmentos. Ou seja é um serviço não diferenciado para criação de micro, pequenos e médios, inclusive os profissionais liberais. Ou seja não tem foco na baixa renda e vulnerabilidade.
- A prática prevista em todos os manuais deve ser organizada pela instituição de ensino que adota o modelo. O setor privado não sempre disponibiliza espaços para experimentação de alunos, a não ser simplesmente para questões de segurança das visitas e estágios.
- O modelo não esclarece a relação entre profissional e empreendedor. A preparação para ser profissional e exercer uma profissão liberal é ser empreendedor..

Em relação ao segundo passo da análise que deve responder a pergunta inicial: se haja um ensino de empreendedorismo social e em particular para organizações da sociedade civil que visam um ensino de impacto social, deve-se confirmar a ausência de foco nessa categoria conforme a hipótese inicial.

⁷ <http://materiais.cer.sebrae.com.br/ensino-focado-em-servico>

As escolas públicas e privadas não oferecem ensino somente para crianças e adolescentes vulneráveis e, portanto, o tipo de ensino de empreendedorismo é ligado a modelos que, em muitos casos, não são alcançáveis para estes sujeitos. Os setores mais vulneráveis se apegam a oportunidades que frequentemente ficam na área informal. A economia informal é frequentemente confundida como uma regra, ou seja um sistema que é normal para circuitos econômicos de baixo valor adicionado.

O problema é que algum setor maduro não é suficiente em economias emergentes para que a renda gerada possa elevar as faixas de renda mais baixas até o patamar das faixas mais altas que se apropriam, por meio do poder político de vantagens econômicas relativos como cargo públicos e apoios financeiros para manter uma renda absoluta superior a média nacional.

Conclusões

Os resultados do trabalho apontam a crescimento de oferta de cursos de empreendedorismo para todas as classes de idade e na preparação dos professores desde o ensino fundamental. Isso é sem dúvida um grande avanço para o Brasil. Também a pesquisa aponta ao fato que a metodologia carece de sugestões de como chamar participar nessas propostas o segmento empresarial no ato de transformar o ensino em aplicação prática.

Em relação ao empreendedorismo social, o terceiro setor e sobretudo os setores vulneráveis e as organizações que cuidam de sujeitos vulneráveis e que tem como fim a inclusão, as propostas não oferecem soluções e sugestões claras. É difícil poder usar as mesmas metodologias com alunos com uma preparação básica de estudos e outras que não tem esta preparação e ainda tem problemas sociais.

O resultado é que a pesquisa aponta a uma falta no Brasil, como colocado na hipótese inicial do trabalho, de uma metodologia que trata do ensino para população vulnerável. Uma tecnologia e uma prática de ensino desse tipo pode ser encontrada em alguma organização da sociedade civil que atuam para fins de educação e são sem fins lucrativos. Este é o campo de para alavancar este pesquisa. Uma tecnologia social desse tipo pode ser valiosa e replicada para disseminar a prática de ensino de empreendedorismo também nas faixas de renda mais baixa da atual população brasileira.

Referencias

AVENI; A. Empreendedorismo Contemporâneo: Teorias e tipologia. Brasília: Atlas, 2014. 198 p.

BORNSTEIN, David. How to Change the World: Social Entrepreneurs and the

BRASIL Lei n. 9.637, de 15 de maio de 1998.

BRASIL Lei nº 9.790, de 23 de março de 1999

CORRY O. Third Sector Research, Chapter 2 Defining and Theorizing the Third Sector R.. Taylor (ed.). 2010.

DEFOURNY J. & MONZÓN CAMPOS J.-L. (eds.) (1992), *Economie sociale - The Third Sector*, De Boeck, Bruxelles.

DOLABELA, F. *Oficina do empreendedor*. São Paulo: Cultura, 2003.

DORNELAS, José Carlos. *Empreendedorismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo Transformando ideias em negócios*. Rio de Janeiro:Campus, 2001

DRAYTON B. *The social entrepreneur*. 1972.

DRUCKER, P. *Managing non profit organization*. Harper e Collins. 1989.

ETZIONI, A. (1973). *The third sector and domestic missions*. *Public Administration Review*, 33(4), 314–323

EUROPEAN COMMISSION, *Effects and Impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Entrepreneurship Unit Directorate-General for Enterprise and Industry. B-149 Brussels, 2012.

FILLION, L. J. *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerente de pequenos negócios*. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 34, n. 2, p.05-28, 1999. Trimestral. Disponível em: <http://www.dge.ubi.pt/msilva/oe_oge/empreendedorimo.pdf>. Acesso em: 04 nov. 2017.

FILION, L. J.; LAFERTÉ, S.. *Um roteiro para desenvolver o empreendedorismo*. Tradução de: Fillion, L.J.; Lafetté, S. *Carte routière pour un Québec entrepreneurial*. Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.A.Bombardier. Rapport remis au Gouvernement du Québec. HEC Montréal, 2003.

YUNUS M. *The banker to the poor* United States: PublicAffairs 1999.

LIBÂNEO, J. C., *Didática*. 29. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2009.

McCLELLAND, D. C. *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

NECK, H. M.; BRUSH, C. G.; GREENE, P. G.. *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2014.

OSBORNE, S. P. (ed.) *The Third Sector in Europe: Prospects and Challenges*, London, Routledge. 2008.

PORTER, M.E. & Kramer, M.R. *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, *Harvard Business Review*, December, pp. 78–92. 2006.

PRAHALAD, C.K . The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Wharton School Publishing, 2004..

SALAMON, L. M., AND ANHEIER, H. K. The third world's third sector in comparative perspective. Working papers of The Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project, no. 24, The Johns Hopkins Institute for Policy Studies, Baltimore, MD.1997.

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Negócios de Impacto Social e Ambiental sob a perspectiva de cliente Sebrae . Ed. Sebrae 2017

SEBRAE, 2015. Disponível em: <
https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2017

Disponível em: www.cer.sebrae.com.br acesso em 30-05-2018.

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 1 – Aluno.

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 2 – Aluno. .

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 3 – Aluno.

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 1 – Professor.

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 2 – Professor.

_____. Formação de Jovens Empreendedores. Módulo 3 – Professor.

SEBRAE. Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor. São Paulo: USP e Edições Sebrae, 1995.