

Educação para o Empreendedorismo: relato de uma experiência educativa

Vitor Gonçalves ¹

1) Instituto Politécnico de Bragança, Portugal

vg@ipb.pt

Resumo

Nos últimos anos, o Instituto Politécnico de Bragança tem vindo a incluir nos seus cursos unidades curriculares no âmbito da Educação para o Empreendedorismo. Estas unidades curriculares visam reconhecer no aluno a necessidade de um espírito empreendedor alicerçado em competências para elaborar um plano de negócio ou de um projeto mais criativo, inovador, distintivo, sustentado e sustentável. Para além disso, os alunos dos cursos que não incluem este tipo de unidades curriculares podem recorrer à formação do concurso de ideias e de planos de negócio Poliempreeende, promovido pelo gabinete de empreendedorismo da instituição. No âmbito da educação formal, os alunos, dotados das competências essenciais de empreendedorismo e dos instrumentos para a geração e descrição de um modelo de negócio ou de um projeto, foram desafiados a gerar ideias de negócio ou de projetos, nomeadamente no âmbito das áreas e competências do seu curso. Em termos genéricos, os grupos de trabalho recorreram primeiramente ao processo criativo Walt Disney com vista a explorar a ideia de negócio a partir de vários pontos de vista complementares, ou seja, segundo três Disneys diferentes: o sonhador, o designer e o minucioso. Em seguida, utilizaram o Business Model Canvas proposto por Alexander Osterwalder para apresentar a ideia de negócio. Finalmente descreveram os planos de negócio, preenchendo os correspondentes modelos propostos pela Agência para a Competitividade e Inovação ou o modelo de projeto em conformidade com o Project Management Body of Knowledge. Finalmente, a avaliação desta experiência incidiu numa grelha de observação utilizada pelo docente e num inquérito e reflexão individual apresentada pelos alunos. Este artigo visa apresentar o processo de planeamento de um micronegócio ou de um projeto e correspondente execução e avaliação, contribuindo assim para a promoção da educação para o empreendedorismo e consequentemente para a melhoria da qualidade de vida das futuras gerações.

Palavras-chave: Educação para o empreendedorismo, gestão de projetos, processo criativo Walt Disney, Business Model Canvas.

1. Introdução

Na última década, o Instituto Politécnico de Bragança (IPB) tem vindo a incluir gradualmente unidades curriculares no âmbito da Educação para o Empreendedorismo em muitos dos seus Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) e licenciaturas. Estas unidades curriculares visam (i) reconhecer no aluno a necessidade de um espírito empreendedor adquirindo competências para elaborar um plano de negócio; (ii) utilizar um conjunto de técnicas e ferramentas vocacionadas para o apoio à geração de ideias; (iii) explorar as principais formas de planeamento e controlo de projetos.

A este facto acresce, tal como em todas as restantes instituições politécnicas em Portugal, a oferta

da formação e concurso de ideias e de planos de negócio Poliempreende, através do gabinete de empreendedorismo do IPB. Esta iniciativa tem como objetivo, após um programa de formação e processo de seleção dos melhores projetos, avaliar e premiar projetos desenvolvidos e apresentados por alunos do ensino politécnico português.

No âmbito das unidades curriculares de Educação para o Empreendedorismo ou de Empreendedorismo e Gestão de Projetos, os alunos são desafiados a gerar ideias suficientemente criativas, inovadoras, viáveis e sustentáveis, tanto financeiramente como ambientalmente. Para tal, dotados das competências essenciais de empreendedorismo, dos instrumentos para a geração e descrição de um modelo de negócio, dos saberes ao nível de estudos de mercado, aspetos legais e outras formalidades no processo de criação de uma empresa, bem como do conhecimento de modelos de financiamento e de outros incentivos para facilitar a geração de modelos de negócio, os alunos planearam o seu micronegócio e apresentaram-no, principalmente à comunidade do IPB. Não menos importantes, foram os aspetos relacionados com a gestão de projetos evidenciados pelo Project Management Institute (2004), nomeadamente a integração de subprojetos, gestão do âmbito, gestão do tempo, gestão do custo, gestão da qualidade, gestão da comunicação, gestão de recursos humanos, gestão do risco e gestão de aquisições.

Primeiramente, os grupos de trabalho recorreram ao processo criativo Walt Disney para trabalhar a ideia de negócio segundo três Disneys diferentes: (i) O Sonhador é o perfil daqueles que almejam novas ideias e são suficientemente visionários para o conseguir mais rapidamente que os restantes colegas; (ii) O Designer é o perfil necessário para transformar essas ideias em intenções ou desenhos concretos; (iii) O Minucioso é o perfil necessário como um filtro e um estímulo para analisar ou apurar cada vez mais a ideia de negócio.

Em seguida, utilizaram o Business Model Canvas proposto por Osterwalder, apresentando o seu modelo de negócio através de ferramentas online, tais como Business Model Fiddle.

Após apresentado e aprovado pelo docente, cada grupo de alunos descreveu o seu modelo de negócio preenchendo os correspondentes modelos em word e excel propostos pelo IAPMEI (Agência para a Competitividade e Inovação).

Os micronegócios ou os projetos, depois de devidamente planeados, foram executados e implementados por um dia a uma semana no máximo, tendo em conta os aspetos mencionados anteriormente.

Finalmente, a avaliação desta experiência comercial incidiu numa grelha de observação utilizada pelo docente e num inquérito individual preenchido pelos alunos, para além de uma reflexão crítica sobre a experiência de vendas.

Em suma, neste artigo é apresentado o processo de planeamento de um micronegócio ou de um projeto e apresentadas sucintamente algumas das ideias de negócio desenvolvidas no ano letivo 2016/17, implementadas e avaliadas pelos alunos de CTeSP e licenciaturas, contribuindo assim para a promoção da educação para o empreendedorismo e ambicionando contribuir para a melhoria da qualidade de vida das futuras gerações.

2. O processo de aprendizagem

Tal como referido, o processo de aprendizagem no âmbito da educação para o empreendedorismo ocorre em unidades curriculares que decorrem durante o primeiro semestre do ano letivo.

Primeiramente, os alunos são convidados a descobrir o seu perfil e as características de empreendedor com o intuito de melhor compreender o papel dos empreendedores na sociedade. Inicialmente é clarificada a noção de empreendedor, desmistificando os principais mitos do empreendedor:

- Ser empreendedor é uma capacidade inata! Claro que não. O ser humano pode possuir

capacidades inatas (criatividade, dinamismo, pro-atividade), mas também as deverá melhorar e adquirir outras competências, tais como know how, experiência e carteira de contactos, etc. Um empreendedor forma-se ao longo da vida.

- Ser empreendedor depende da região! Às vezes, muito pelo contrário. Um empreendedor deteta oportunidades onde só outros veem problemas. A região de Trás-os-Montes, por exemplo, tem muitas oportunidades para aproveitar.

- Ser empreendedor é só para homens! Como em outras áreas, este mito tem que mudar também na área da gestão e do empreendedorismo. A desmistificação de que os negócios são só para homens é um dos principais objetivos das iniciativas que visam fomentar o empreendedorismo feminino.

- Um empreendedor é um jogador! De facto, um bom empreendedor aceita riscos e aposta forte, mas isso não significa que seja um jogador, mas sim que é um estratega responsável que corre riscos calculados.

- Um empreendedor é um sabichão! Quando muito pode aparentar que seja, uma vez que se mantém em formação ao longo da vida.

- Um empreendedor é um mágico! Criar um negócio pode parecer fácil, já que todos nós conseguimos. Mas o desafio consiste em fazê-lo crescer e mantê-lo para colher os frutos correspondentes.

- Um empreendedor detesta chefes e é um lobo solitário! Tal como refere o provérbio “A união faz a força”, logo o empreendedor reconhece que sozinho não vai longe, trabalha em rede (network), escolhe os elementos, delega responsabilidades e aposta no espírito de trabalho em equipa, independentemente de ser um empreendedor do negócio ou um intra-empreendedor. Para além disso, por mais autónomos que sejam, os empreendedores têm que dar satisfação aos seus pares, aos sócios, parceiros e funcionários, bem como aos clientes, fornecedores e organismos do estado com os quais se relaciona.

- Um empreendedor trabalha muito e paga com a saúde e stress! Liderar uma equipa e gerir um negócio pode ser stressante, mas a satisfação pessoal e profissional compensa.

- Um empreendedor tem que ser rico! Ter dinheiro é bom, mas não é tudo. O dinheiro não garante o sucesso de um negócio. Há que detetar uma boa oportunidade, gerar uma boa ideia de negócio e saber apresentá-la... o dinheiro aparecerá! Note-se ainda que o objetivo nem sempre é o lucro, pode ser o bem-estar das pessoas. Satisfazer as necessidades dos clientes e melhorar a vida das pessoas criando ou melhorando produtos e serviços pode ser também o motor de um empreendedor. Certamente que o dinheiro aparecerá naturalmente.

- Um empreendedor nunca falha! Claro que falha. Um empreendedor tenta e falha... e volta a tentar e volta a falhar, mas aprende com os erros e falha menos...

Em suma, um empreendedor é aquele que aproveita as oportunidades para criar as mudanças. Mas, como pode ser empreendedor? Apesar do empreendedorismo ser a *buzzword* do momento, as formas mais comuns são: Empreendedorismo do negócio (Empreendedor start-up ou empreendedor que cria o seu modelo de negócio e se torna num verdadeiro empresário para o manter); Empreendedorismo corporativo (Intra-empreendedor ou empreendedor no negócio de outrem); Empreendedorismo social (aquele empreendedor que se preocupa em maximizar retornos sociais em vez de maximizar o lucro); Empreendedorismo feminino (aquele empreendedor do sexo feminino que procura medidas para impulsionar os empreendimentos criados por mulheres); Empreendedorismo ambiental (aquele empreendedor que maximiza o lucro com responsabilidade ambiental).

Entre outras referências bibliográficas e webgráficas, o Manual para Jovens Empreendedores – Comportamentos e Competências dos 13 aos 18 anos de Leitão, Nabeiro e Gomes (2014) foi uma

das principais referências para os alunos.

3. Modelo Criativo Walt Disney

Tal como refere Keith Trickey (2008) e Vinicius Mano (2013), entre outros, o modelo criativo Walt Disney visa explorar algo a partir de vários pontos de vista (três Disneys diferentes):

- i) O Sonhador é necessário a fim de formar novas ideias. É a criança que existe dentro de nós. Vê as oportunidades em detrimento dos problemas. Nenhuma ideia é uma má ideia. Pensa “fora da caixa”. O brainstorming é uma das técnicas para facilitar a geração de ideias onde os participantes sugerem o maior número de ideias originais e estimulam as ideias dos outros. Ou seja, todo o tipo de ideias são possíveis (quanto mais ousadas/radicais, melhor); não se deve julgar as ideias apresentadas (qualquer ideia é válida); o que interessa é a quantidade de ideias em detrimento da sua qualidade, o que permitirá construir outras ideias com base nas apresentadas; não se devem censurar nem criticar as suas ideias ou as dos outros; se o processo de geração de ideias abrandar, reveja e trabalhe as existentes. A partir da lista de ideias decorrente da técnica anterior, o SCAMPER é uma técnica para trabalhar ideias, que pode ser resumida nas seguintes ideias principais: S - substituir uma ideia por outra; C - combinar uma ideia com outra; M - modificar, maximizando ou minimizando uma ideia; P - Propósito ou pôr outras utilizações; E - eliminar ideias que fruto do brainstorming não se enquadram no objetivo do negócio ou projeto; R - reverter ou rearranjar a ideia para melhorar a sua viabilidade.
- ii) O Designer é necessário como uma forma de transformar essas ideias em coisas concretas. É o criador inovador que existe dentro de nós. Analisa ideias com a atitude de que “é possível”. Centra-se no projeto ou conceção das coisas, perguntando: “Como posso tornar isto possível?”. Os mapas mentais ou de conceitos correspondem à forma gráfica de representar a ideia de negócio e respetivos produtos ou serviços. Um mapa mental editado com mind42 (<https://mind42.com>) tem a vantagem de poder ser editado de modo colaborativo e online. O mapa de empatia é o instrumento usado para identificar o ponto de vista do cliente. Permite identificar o que o cliente pensa e sente (o que realmente conta, as suas principais preocupações, aborrecimento e aspirações); o que é que ele vê (o seu ambiente e os amigos, o que o mercado lhe proporciona); o que é que ele ouve (o que os amigos dizem, o que o patrão diz, o que as pessoas com influência comentam); o que é que ele diz e faz (a sua atitude e aparência em público, o seu comportamento para com os outros); as suas dores (medos, frustrações, obstáculos) e os seus ganhos (desejos, necessidades e medidas de sucesso).
- iii) O Minucioso é necessário como um filtro e um estímulo para analisar ou apurar cada vez mais a ideia de negócio. É o analista e solucionador que existe dentro de nós. Avalia as ideias, acreditando que todas as ideias têm de ser avaliadas e analisadas. Considera potenciais problemas e possíveis soluções para os mesmos. Aqui podemos perspetivar o modelo de negócio através do Business Model Canvas (Osterwalder, e Pigneur, 2010) para apresentar a ideia de negócio.



Sonhar - Desenhar - Analisar

Figura 1 – Modelo Criativo Walt Disney

4. Resultados

Tal como referido, após recorrer o modelo criativo dos três Disney, os alunos apresentaram a sua ideia de negócio através de mapas mentais, do mapa de empatia e, finalmente, do Business Model Canvas, apresentando o seu modelo de negócio através de ferramentas online, tais como Business Model Fiddle (<http://bmfiddle.com>).

Validada a ideia de negócio, a mesma foi especificada usando os modelos Word (plano de negócio) e Excel (Modelo Financeiro do Plano de Negócios) propostos pelo IAPMEI (<https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo.aspx>).

Após a sua apresentação através dos modelos referidos, as ideias de negócio ou de projeto foram implementadas com sucesso em períodos que não ultrapassaram uma semana.

No âmbito deste artigo destacam-se algumas ideias de negócio ou de projeto ensaiadas pelos alunos, nomeadamente: i) Protótipo de um secretário remoto (com base numa panóplia de tecnologias ao serviço da gestão em geral e do secretariado e assessoria administrativa em particular, os alunos ensaiaram um negócio que disponibilizava online serviços de secretariado e línguas); ii) Formação de ensino da língua gestual (contratado um formador especializado, os alunos promoveram um seminário de 8 horas que ia ao encontro de uma das necessidades detetadas em muitas empresas (comunicar com surdos-mudos); iii) Línguas da Educação: a multiculturalidade na comunidade internacional IPB (face ao crescimento da comunidade internacional do IPB, os alunos promoveram um serviço de informações sobre a região e a cidade de Bragança e os seus serviços, apresentando os produtos e serviços que ofereciam a este tipo de cliente). Os restantes micronegócios apostavam para a venda de equipamentos e consumíveis de escritório (ou protótipos dos mesmos).

Saliente-se que estas atividades foram avaliadas através do inquérito individual sobre a atividade comercial e respetiva reflexão crítica e resumo das contas da atividade aferindo o lucro, para além da grelha de observação por parte do docente.

No que diz respeito ao inquérito individual preenchido após a atividade comercial baseado no modelo usado pelo gabinete de empreendedorismo do IPB, destacamos que, numa escala de 5 (excelente) a 1 (mau), 90% dos alunos participaram ativamente e avaliaram positivamente esta experiência.

Quanto ao “Comprometimento e determinação” e “Obsessão pelas oportunidades” todos os participantes avaliaram os diversos parâmetros desta categoria com 5 ou 4, corroborando a observação do docente no que respeita à pro-atividade, dedicação e imersão nas atividades desenvolvidas.

Quanto aos parâmetros referentes à “Tolerância ao risco e incerteza”, a maioria autoavaliou-se com 5 e 4. Apenas 20% reconheceram que não calcularam devidamente o risco, medindo este parâmetro com 3. Facto que pode ser justificado por se supor que teriam sido aqueles que se assumiram como analistas e estudaram o modelo de negócio mais minuciosamente, de acordo com a sua escolha no âmbito modelo dos três Disney.

Os parâmetros de “Criatividade e autoconfiança” e “Motivação e Superação”, também foram avaliados maioritariamente com 5 e 4.

Nos parâmetros de “Liderança”, todos avaliaram com 4 e 3 a sua intervenção, exceto 20% que se avaliaram com 5. O facto de estes valores estarem nos mesmos inquéritos que os dos parâmetros de “Tolerância ao risco e incerteza”, permite-nos deduzir que poderão decorrer do facto de cada grupo ter um líder devidamente aceite e reconhecido.

Finalmente, é relevante salientar que todos os grupos obtiveram um lucro superior a 15€, o que, parcialmente, acabou por lhes permitir perceberem a utilidade da realização do plano de negócios.

5. Conclusão

O discurso do empreendedorismo pode parecer algo novo, mas o fenómeno não é. Empreendedores sempre existiram! Esta experiência em contexto académico, permitiu que os alunos adquiram competências ao nível do empreendedorismo. Isto é, sonharam, ou seja, não mataram as ideias à nascença; projetaram, ou seja, passaram as ideias para o papel; analisaram e planearam o projeto, ou seja, calcularam o risco das suas ideias.

Em suma, os promotores dos micronegócios planearam o seu projeto devidamente, executaram-no e avaliaram-no. Considera-se que esta experiência lhes permitirá ser verdadeiros empresários ou, pelo menos, serem empreendedores no negócio ou projeto de outrem.

6. Referências

- Leitão, J.; Nabeiro, I. & Gomes, D. [Coord.] (2014). Manual para Jovens Empreendedores: Comportamentos e Competências dos 13 aos 18 anos. Coração DELTA Editor.
- Mano, V. (2013). Disney. Processo Criativo. Retrieved from <http://www.processocriativo.com/disney/>
- Project Management Institute. (2004). A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide). Newtown Square, Pa: Project Management Institute.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. 1st ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc..
- Trickey, K. (2008). The Walt Disney Creativity strategy. Retrieved from <http://urrebuk.nl/michielwesseliuss/wp-content/uploads/2014/11/DisneyPaper.pdf>