



A MULHER EMPREENDEDORA COMO PARTE DA DISSEMINAÇÃO DA EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA: UM ESTUDO NOS COLÉGIOS PARTICULARES DA CIDADE DE JANDAIA DO SUL – PR

Jaiane Aparecida Pereira (FAFIJAN, UEM)
Viviane dos Santos Machado (G-FAFIJAN)

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é identificar se as dirigentes dos colégios particulares de Jandaia do Sul – PR disseminam o empreendedorismo para os alunos. Especificamente, o trabalho buscou mostrar o perfil das mulheres empreendedoras, como é feita a gestão dos seus negócios e também discutir a importância da educação empreendedora desde a adolescência. O referencial teórico discutiu primeiramente o empreendedorismo e o processo empreendedor; seguido do perfil empreendedor e a educação empreendedora; e finalmente discute-se sobre a mulher empreendedora. Para responder ao objetivo proposto foi realizada uma pesquisa qualitativa, descritiva por meio de entrevistas semiestruturadas com três diretoras de colégios particulares de Jandaia do Sul, que foram consideradas mulheres empreendedoras. Evidenciou-se que as entrevistadas acreditam que a disseminação da cultura empreendedora deve começar cedo, por meio da educação. Foi relatado também que a disseminação pode ser feita por meio de exemplos de empreendedores, encorajamento e dedicação ao estudo, fazendo visitação em empresas e compartilhando com os alunos os conhecimentos adquiridos.

Palavras-chave: Educação empreendedora. Mulher empreendedora. Perfil empreendedor.

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é um fenômeno antigo que começou a gerar muitas discussões recentemente devido a sua importância na geração de alternativas de renda para a população e seu potencial de gerar empregos. “Até alguns anos atrás, acreditava-se que o empreendedor era inato, que nascia com um diferencial e era predestinado ao sucesso nos negócios. Pessoas sem essas características eram desencorajadas a empreender” (DORNELAS, 2001, p. 38). Entretanto, hoje em dia esse discurso mudou e, cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser lecionado e compreendido por qualquer pessoa. Neste aspecto, o êxito do empreendedor será decorrente de uma escala de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no cotidiano do empreendimento.

Deve-se lembrar de que empreendedores inatos continuam existindo e podem ser referência de sucesso, todavia outros também podem ser capacitados para a criação de empresas duradoras (DORNELAS, 2001). Para isso, é necessário que o empreendedor tenha um interesse pessoal que represente a satisfação naquilo que ele faz, ter conhecimento sobre o ramo do negócio, então ele provavelmente terá grandes chances de se tornar competitivo e permanecer no mercado (GUIA..., 2012).

Atualmente, no contexto do empreendedorismo discute-se muito o papel da mulher, tendo em vista que o número de mulheres empreendedoras vem crescendo. De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) o empreendedorismo feminino tem crescido em todo o mundo nas últimas décadas. Esse fenômeno está intimamente ligado ao aumento do número de mulheres que avançam na formação educacional de nível técnico e superior (GEM, 2010).

O papel da mulher na educação sempre foi notável. Por esse motivo, considera-se importante estudar mulheres empreendedoras no ramo da educação. Dolabela (2000) revela que o professor pode assumir a função de criador de um ambiente favorável ao desenvolvimento do empreendedor, sendo o organizador da cultura empreendedora por meio do abandono de antigas funções de ser considerado apenas mediador do conhecimento.

Buscando relacionar a visão da mulher na educação empreendedora, optou-se por estudar mulheres empreendedoras que são dirigentes de colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul – PR. A cidade está situada em região privilegiada, por onde se estende a BR-369, encontrando-se no centro da coluna vertebral da economia do Estado (PREFEITURA..., 2012).

Neste contexto, chega-se a seguinte pergunta de pesquisa: *as dirigentes dos colégios particulares de Jandaia do Sul, que foram consideradas mulheres empreendedoras do ramo da educação, disseminam o empreendedorismo para os alunos?*

Deste modo, o objetivo geral do trabalho é: *identificar se as dirigentes dos colégios particulares de Jandaia do Sul – PR disseminam o empreendedorismo para os alunos.*

Especificamente, o trabalho busca mostrar o perfil dessas mulheres empreendedoras, analisar como é feita a gestão dos seus negócios e também discutir a importância da educação empreendedora desde a adolescência.

Na sequência dessa introdução, o presente texto apresenta um referencial teórico sobre empreendedorismo, detalhes sobre a metodologia da pesquisa, uma discussão acerca dos dados coletados e, por fim, as conclusões e considerações sobre o trabalho desenvolvido.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial abordado discute primeiramente o empreendedorismo e o processo empreendedor. Depois, o perfil empreendedor e a educação empreendedora. Finalmente, discute-se sobre a mulher empreendedora.

2.1 O EMPREENDEDORISMO E O PROCESSO EMPREENDEDOR

O conceito de empreendedorismo vem sendo muito difundido nos últimos anos. Ele é fundamental para o desenvolvimento de um país, pois a concepção de oportunidades de trabalho é muito importante economicamente para o progresso tecnológico e de inovações de produtos, serviços e também de mercado (GEM, 2010).

O empreendedor é a chave para o sucesso de novas empresas. De acordo com Dornelas (2001, p. 19), “os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo o que fazem, não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado”.

A definição de empreendedor vem evoluindo no decorrer do tempo:

[...] desde seu início, na idade média, quando era usada para se referir a ocupações específicas, a noção de empreendedor foi refinada e ampliada, passando a incluir conceitos relacionados com a pessoa, em vez de com sua ocupação. Os riscos, a inovação e a criação de riqueza são exemplos dos critérios que foram desenvolvidos à medida que evoluía o estudo da criação de novos negócios (HISRICH; PETERS, 2004, p. 43).

Segundo a visão de Dornelas (2001) nas definições de empreendedorismo sempre se encontram aspectos referentes ao empreendedor, como a iniciativa para criar um negócio e a paixão pelo o que faz, a utilização de recursos disponíveis de forma criativa para transformar o ambiente social e econômico onde vive e também a aceitação de assumir riscos sabendo da possibilidade de fracassar:

O empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente. Porém, ambos são enfáticos em afirmar que o empreendedor é um exímio identificador de oportunidades, sendo um indivíduo curioso e atento a informações, pois sabe que suas chances melhoram quando seu conhecimento aumenta (KIRZNER, 1973 apud DORNELAS, 2001, p. 37).

Além disto, o empreendedor é aquele que cria novos mercados, que cria algo único e que pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos naturais destrói a ordem econômica já existente pela introdução de novos produtos e serviços (DORNELAS, 2001).

Em Hisrich e Peters (2004) encontra-se que o “empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e social.” Além do mais, ele também é um processo muito dinâmico de criar riquezas:

A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de patrimônio, tempo e/ ou comprometimento com a carreira ou que proveem valor para algum produto ou serviço. O produto ou serviço pode ser novo ou único, mas o valor deve de algum modo ser infundido pelo empreendedor ao receber e localizar as habilidades e os recursos necessários (HISRICH; PETERS, 2004, p. 29).

De acordo com o relatório GEM (2010), atualmente no Brasil está sendo disseminado que o empreendedorismo é fundamental para a geração de riquezas, pois promove o crescimento econômico e aprimora as condições de vida da população. Ele também é um fator importantíssimo na geração de empregos e renda e em números absolutos, apenas a China possui mais empreendedores que o Brasil.

Muito importante ressaltar que o empreendedorismo é um motor do desenvolvimento, e que este motor é ligado no momento em que as pessoas têm aspirações, sonhos e condições para tornar real esse sonho. Por isto tratar de empreendedorismo nas diversas fases de ensino da educação é edificar um diferencial de mudança e de conhecimento, é mudar a visão do jovem para o primeiro emprego, para o aumento de renda familiar e melhoria da qualidade de vida de uma população (GEM, 2010).

Neste sentido, o momento em que vivemos pode ser visto e considerado como a era do empreendedorismo, pois são os empreendedores estão ajudando o desenvolvimento dos países. Isto tem sido realizado por meio de: desfazer barreiras comerciais e culturais, diminuindo distâncias, globalizando e renovando conceitos econômicos, criando novas

relações de trabalho e novos empregos, quebrando paradigmas e desenvolvendo riquezas para a sociedade (DORNELAS, 2001).

Se o momento indica que ser empreendedor é visto como um grande destaque, então se deve conhecer o processo empreendedor, pois os empreendedores não são motivados por um desejo geral de sucesso e sim por altos níveis de necessidade de conquista. Por este motivo, o empreendedor tem tendência a fundar metas pessoais desafiadoras, mas realistas e também gostam de situações em que seja possível tomar conta da responsabilidade pessoal pela resolução de problemas e ainda necessitam de opiniões concretas a respeito de seu desempenho pessoal (BESSANT; TIDD, 2009). Para Baron e Shane (2010),

O processo empreendedor começa quando uma ou mais pessoas reconhecem uma oportunidade – o potencial para se criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias – primas, novas formas de organizar as tecnologias existentes, etc.) que surgiu de um padrão complexo de condições em mudança – mudanças no conhecimento, na tecnologia ou nas condições econômicas, políticas, sociais e demográficas (BARON; SHANE, 2010, p. 12).

Complementarmente, cabe considerar que existem muitas motivações e razões objetivas e subjetivas para se começar a empreender, como o surgimento de ideias, a necessidade de realização, independência, fuga de rotina profissional, maiores responsabilidades e riscos; prova de capacidade, auto realização, maior ganho, controle da qualidade de vida e status (BERNARDI, 2007). A decisão dos empreendedores de iniciar novos empreendimentos começa, com frequência, em sua crença de perceber uma oportunidade que ninguém mais reconheceu até o momento, e assim podem beneficiar-se de serem os primeiros a entrar no mercado. Para guiar um novo empreendimento de forma satisfatória, os empreendedores precisam contar com uma ampla variedade de habilidades, que como um todo contribuem com o que tem sido denominado capital social. Este é um importante recurso que resulta de estreitas relações entre os indivíduos em uma organização ou em outras estruturas sociais. (BARON; SHANE. 2010).

A decisão de iniciar um novo empreendimento começa, em geral, com a vontade de se ganhar independência e também de fugir da burocracia de uma grande organização, seja ela do setor público ou privado. Neste contexto a instrução, o perfil psicológico, a experiência de trabalho e a técnica de um empreendedor contribuem para a decisão de criar um novo empreendimento. A escolaridade e o treinamento são fatores importantes que distinguem os fundadores de novos empreendimentos tecnológicos de outros empreendedores (BESSANT; TIDD 2009).

Todo o processo necessário para se empreender depende dos aspectos cruciais para o seu desenvolvimento: o clima econômico e a cultura do país (GEM 2010). Neste contexto, muitas vezes começar a empreender depende de oportunidades empreendedoras que existem por causa de fontes externas de mudanças tecnológicas, sociais, demográficas e políticas e regulamentares. Todas as pessoas dispõem de informações diferentes e isto influencia na tomada de decisões e no potencial de descobrir melhores maneiras de fazer as coisas. Ainda assim, uma oportunidade de empreendedorismo pode ser estabelecida com a criação de um novo serviço ou produto, com o desenvolvimento de uma maneira de organização e a abertura de um novo mercado ou a introdução de um novo processo produtivo. Como potencial as oportunidades geram “valor econômico (ou seja, lucro) e são vistas como desejáveis na sociedade em que ocorrem (ou seja, desenvolvimento da oportunidade é consistente com os padrões morais e legais existentes e não deve, assim, ser impedido ou restringido por esses padrões)” (BARON; SHANE, 2010).

O começo de um empreendimento surge da observação, da percepção e análise de atividades, tendências e desenvolvimentos na cultura, na sociedade e nos hábitos sociais e de consumo.

Contudo, as oportunidades detectadas ou visualizadas, racional ou intuitivamente, das necessidades e das demandas prováveis, atuais e futuras, e necessidades não atendidas definem a ideia do empreendimento (BERNARDI, 2007).

O empreendedorismo por oportunidade é mais benéfico para a economia, pois empreendedores que iniciaram o seu negócio por vislumbrarem uma oportunidade no mercado têm maiores chances de sobrevivência e de sucesso. Em compensação há pessoas que empreendem como única opção, estes são empreendedores por necessidade. Porém, mesmo o empreendedorismo por necessidade pode gerar oportunidades de negócios e se transformar em empreendimentos por oportunidade (GEM, 2010).

Percebe-se que identificar uma oportunidade é o primeiro passo para começar um novo empreendimento. No entanto, para conseguir identificar essa oportunidade, é necessário conhecer e disseminar o perfil empreendedor. Este perfil pode vir a surgir da educação empreendedora. Estes assuntos são discutidos no próximo tópico.

2.2 O PERFIL EMPREENDEDOR E A EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

O empreendedor possui um perfil característico e típico de personalidade que se destacam: senso de oportunidade, dominância, energia para realizar, autoconfiança, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade e resistência a frustrações, criatividade, propensão ao risco, liderança carismática, habilidade de equilibrar sonho e realização e habilidade de relacionamento. (BERNARDI, 2007).

Pode-se classificar as habilidades requeridas de um empreendedor em três áreas: técnicas, gerenciais e características pessoais. As habilidades técnicas envolvem saber ouvir as pessoas e entender as informações, saber escrever, ser um ótimo orador, ser organizado, liderar e trabalhar em equipe e possuir *know-how* técnico na sua área de atuação. As habilidades gerenciais incluem tudo que está relacionado no processo de criação, desenvolvimento e gerenciamento de uma nova empresa: marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, controle das ações da empresa e ser um bom negociador e por fim as características pessoais envolvem pontos como: ser disciplinado, saber assumir riscos, ser inovador, ser orientado a mudanças, ser persistente e ser um líder visionário (DORNELAS, 2001).

Na visão de Bessant e Tidd (2009), algumas características típicas do perfil empreendedor são: identificar novas oportunidades e maneiras de se beneficiar da mudança e da ruptura; buscar as oportunidades com disciplina e foco em um número limitado de projetos; voltar-se primeiramente para a ação e a execução; ativar uma rede de relacionamentos, se envolvendo na procura de experiências e ajudando os outros com seus próprios objetivos.

O empreendedorismo não é apenas um traço inerente e sim algo muito mais amplo que pode ser adquirido e desenvolvido conforme o treinamento, a prática, o apoio e a experiência. Para se iniciar uma empresa é necessária uma forte aproximação do perfil empreendedor pela sua complexidade da decisão e pelos problemas e riscos típicos da atividade (BERNARDI, 2007).

Geralmente, os empreendedores de sucesso possuem características que são: serem visionários, apresentando sempre uma visão no presente e no futuro; e saber tomar decisões e serem indivíduos que fazem a diferença, explorando ao máximo as oportunidades.

É inerente ao perfil empreendedor, apaixone-se pela organização e sacrifique quase tudo para garantir sua sobrevivência. Essa ambição reflete-se na atual perspectiva de carreira do empreendedor e na situação profissional e familiar. O novo empreendimento geralmente ganha a mais alta prioridade na vida do empreendedor e é a fonte de sua autoestima (HISRICH; PETERS, 2004). Todavia, apaixonar-se pelo empreendimento não gera o sucesso por si só, os empreendedores precisam ter habilidades, dentre elas: habilidades técnicas, que são a redação, a expressão oral, o monitoramento de ambiente, administração comercial

técnica, tecnologia, interpessoal, capacidade de ouvir, etc.; habilidades empreendedoras pessoais, que são o controle interno e da disciplina, a capacidade de correr riscos, inovação, a orientação para mudanças, persistência, liderança visionária e habilidade para administrar mudanças; e habilidades administrativas, que são o planejamento e estabelecimento de metas, a capacidade de tomar decisões, relações humanas, marketing, finanças, contabilidade, administração, controle, negociação, lançamento de empreendimento e administração do crescimento (HISRICH; PETERS, 2004).

Para possuir um perfil empreendedor o conhecimento é fundamental. Compreender aspectos como ousadia, criatividade, autoconfiança, assertividade, liderança, satisfação pessoal e outras características que permeiam o perfil empreendedor faz parte do processo de aprendizagem que envolve também a pesquisa na organização originada da ação empreendedora. O desenvolvimento do perfil empreendedor, com base no aprender a aprender, advém, em grande parte, do abrir espaço para a criatividade. Além disso, do buscar referenciais para apreender as competências, de perceber os melhores conteúdos programáticos, de entender e descobrir a dinâmica educacional mais adequada e analisar mecanismos de ação que coloquem em ação a atividade pedagógica desejada (PARDINI; PAIM, 2001). É neste contexto que surge a educação empreendedora.

A educação empreendedora no Brasil ainda está longe de ser um ponto forte, a capacidade empreendedora, ou seja, o potencial e a educação e capacitação justifica a grande dificuldade que se tem em relação a garantir recursos humanos que façam as pessoas perceberem as oportunidades e logo aproveitá-las. Um estudo feito com especialistas denota que não há ainda no País a introdução de conceitos de empreendedorismo desde a escola básica até níveis mais avançados, e tal situação apenas reforça a percepção de que nosso empreendedor não possui condições para iniciar e administrar um negócio (GEM, 2010).

Antigamente, havia poucas pesquisas sobre esse aspecto do empreendedorismo, mas, desde 1985, o interesse nas carreiras e na educação empreendedora vem aumentando. Esse crescente interesse é promovido por fatores como o aumento da divulgação de empreendedores pela mídia sabendo-se que milhares de empresas surgem a cada dia, o reconhecimento de que pequenas firmas desempenham um papel importante na criação de empregos e na inovação, a visão de que as maiores estruturas organizacionais não oferecem um ambiente para a auto realização e principalmente à medida que as mulheres tornam-se cada vez mais ativas como força de trabalho e que a formação de novos empreendimentos por mulheres é o triplo do índice de seus companheiros do sexo masculino (HISRICH; PETERS, 2004).

Muitas ações têm sido colocadas em prática para fortalecer a educação empreendedora no Brasil, como: eventos de capacitação dos empreendedores, como para quem já criou a sua empresa e precisa melhorá-la e também para a difusão da cultura empreendedora para aqueles que buscam desenvolver novos empreendimentos (BIZZOTTO, 2001).

O GEM (2010) denota que 78,6% dos empreendedores brasileiros têm acima de cinco anos de estudo. Considerando que a parcela da população brasileira com a mesma quantidade de estudo é de 64,7% chega-se a conclusão de que o empreendedor possui mais anos de estudo se comparado com a média do cidadão normal brasileiro. Uma pesquisa comprovou que o empreendedor com maior escolaridade tem expectativas de crescimento no seu negócio. A pesquisa confirma que dos empreendedores brasileiros que possuíam a expectativa de criar pelo menos seis empregos nos próximos cinco anos mais de 80% tinha no mínimo ensino médio completo, sendo que mais de 8% eram pós-graduados e 23% já haviam concluído o ensino superior (GEM, 2010).

Para Dutra (2001) o papel do empreendedor cada vez mais tem interesse para o ensino e pesquisa acadêmica. Vem crescendo rapidamente o ensino do papel e do perfil empreendedor em faculdades e universidades nos Estados Unidos e na Europa. Muitas universidades oferecem pelo menos um curso de empreendedorismo em nível de graduação ou pós-

graduação, e algumas têm uma pequena ou grande concentração na área de empreendedorismo (HISRICH; PETERS, 2004).

Quando se estuda a relação entre a cultura empreendedora e a educação pode-se apontar que visando à construção de um ambiente empreendedor, sempre há a necessidade de aprimoramento dos professores em todos os níveis da educação (RAMOS, 2005). A preocupação dos especialistas com base na educação e capacitação empreendedora visa reformar o sistema educacional brasileiro, além de capacitar professores para uma pedagogia empreendedora, difundir a cultura do empreendedorismo e conscientizar a sociedade a introduzir a educação para o empreendedorismo, à sustentabilidade e à inovação em toda a vida escolar. Para isso, discute-se a introdução de disciplinas sobre empreendedorismo nas escolas (nível básico, médio, universitário, pós-graduação) até a maior aproximação entre a escola e o empreendedor (GEM, 2010).

Os empreendedores provem de experiências educacionais, situações familiares e vivências profissionais variadas. Hoje, o empreendedor pode ser uma enfermeira, secretária, trabalhador de linha de montagem, vendedor, mecânico, dona de casa, gerente ou engenheiro, entre outros. O empreendedor em potencial pode ser homem ou mulher e de qualquer raça ou nacionalidade. O educador também deve ter a experiência necessária, educação formal e experiência anterior em negócios, assim dão a um potencial empreendedor os recursos necessários para formar e administrar um novo empreendimento (HISRICH; PETERS 2004). Neste contexto de novos tipos de empreendedores, surge o papel da mulher empreendedora, que tem características distintas, conforme discutido no próximo tópico.

2.3 MULHER EMPREENDEDORA

O crescimento significativo no número de mulheres trabalhando fora criou um novo campo de pesquisa interessado em examinar se mulheres trabalhadoras, administradoras e empreendedoras são diferentes de seus colegas masculinos. Está claro que empreendedores e empreendedoras tem muito em comum, mas apesar de algumas características de histórico e de personalidade serem muito semelhantes, há diferenças consideráveis entre os sexos em termos de ponto de partida, motivação e habilidades para negócios levadas para o empreendimento. A mudança nos tipos de negócios iniciados pode ser atribuída em grande parte às diferenças na educação e na experiência profissional (HISRICH; PETERS, 2004).

Atualmente pode-se observar uma grande reestruturação da organização do trabalho decorrente das transformações nos processos produtivos e na economia em geral. Ressalta-se que são tempos de mudança para as mulheres, e no Brasil cada vez mais vem crescendo o número do trabalho empreendedor feminino (JONATHAN, 2003). O desenvolvimento econômico de muitas localidades vem sendo auxiliado com a atuação de mulheres empreendedoras. Mundialmente, observa-se o crescimento das iniciativas empreendedoras por parte de mulheres (MACHADO, 2009).

Neste contexto, as mulheres tomam posse do empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, tendo como objetivo o sustento de si mesma e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e também pela independência financeira (GEM, 2010). Com a inserção da mulher no mercado de trabalho, aumentou ainda mais a disputa por homens e mulheres que buscam se igualar por oportunidades, por posições hierárquicas de destaque, cargos e reconhecimento na profissão. No desenvolver da construção de um novo perfil, as mulheres buscam acabar com os diversos estereótipos sociais e culturais para tentar superar diversas barreiras (CRAMER, 2001).

As características de empreendedores e empreendedoras geralmente são muito semelhantes, mas em termos de trabalho, há muitas diferenças entre homens e mulheres. Embora ambos tendam a ter experiência no campo de seus empreendimentos, os homens mais

frequentemente têm experiência em fabricação, finanças ou áreas técnicas, já a maioria das mulheres, por sua vez, tem experiência administrativa limitada ao nível da administração intermediária, quase sempre em áreas de prestação de serviços (HISRICH; PETERS, 2004).

No Brasil, a mulher revela-se historicamente uma das que mais empreende no mundo. Está aumentando muito o número de mulheres na participação da vida econômica do país. Alguns destaques a essa presença feminina no mercado de trabalho vão desde os fatores de maior nível de escolaridade em relação aos homens e também devido a grandes mudanças na estrutura familiar (GEM, 2010).

Nesse ínterim, faz-se necessário conhecer formas de aumentar o sucesso das empresas criadas por mulheres. Baseado no estudo de Machado (2009) pode-se definir algumas atitudes que levam ao sucesso das mulheres empreendedoras, como: não deixar as coisas para o dia seguinte; acreditar em sua força de trabalho; fazer o que gosta e ter o máximo possível de informações sobre a atividade; fazer pesquisa de mercado para ver se a atividade é rentável; nunca acreditar em crise; nunca achar que alguém vai resolver o problema para você; dedicar-se integralmente; ter seriedade e credibilidade; ser persistente; cuidar de sua autoestima; ter entusiasmo, dedicação, amor e paixão; fazer aquilo com o que você se identifica; procurar saber tudo sobre o seu negócio; não desanimar com as ondas do mercado; calcular bem os seus riscos e acreditar; e trabalhar muito.

Existem três grupos diferentes de mulheres empreendedoras: (1) as empreendedoras por acaso, que são aquelas que iniciam seus negócios sem terem seus objetivos ou até mesmo seus planos claros, elas normalmente possuem pouca experiência em negócios; (2) as empreendedoras forçadas, que por algum motivo ou circunstância tiveram que assumir um negócio; e (3) as empreendedoras criadoras que são aquelas que tiveram coragem e motivação para criar suas empresas. (MACHADO, 2009).

Está claramente evidenciado, que independente de como as mulheres empreendedoras iniciam seus negócios, elas tem um papel fundamental na vida econômica do país. Por esse motivo, o estudo desse fenômeno e sua importância no contexto da educação e da disseminação da prática empreendedora precisam ser estudados.

3 METODOLOGIA

No intuito de responder ao problema que norteia este trabalho, foi realizada uma pesquisa qualitativa, por ser entendido o procedimento mais adequado para compreensão desse estudo. Para Richardson (2008) a pesquisa qualitativa pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos.

Em relação ao tipo, a forma descritiva é destaque desta pesquisa, tanto na obtenção dos dados quanto na disseminação dos resultados. Portanto, este estudo por ser descritivo, que conforme Triviños (2008) pretende descrever com exatidão os fatos e fenômenos de determinada realidade, com foco essencial no desejo de conhecer a comunidade.

Com relação aos procedimentos técnicos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica para levantamento sobre a literatura existente. Depois foi realizada uma pesquisa de campo, para entender a realidade do objeto pesquisado.

A técnica de coletas de dados utilizada foi a entrevista semiestruturada. Para Triviños (2008, p. 145), “a entrevista semiestruturada é um dos principais meios que têm o investigador para realizar a coleta de dados”. Ela permite que os participantes discorram e verbalizem sobre seus pensamentos, tendências e reflexões acerca do fenômeno estudado (VIRGILITO, 2010).

Foram entrevistadas três mulheres, que foram consideradas empreendedoras, ligadas ao ramo da educação, que dirigem os três colégios particulares da cidade de Jandaia do Sul – PR.

Procurou-se, nessas entrevistas, deixar as entrevistadas à vontade para que elas pudessem expor suas opiniões, contarem suas experiências pessoais e profissionais para que assim também houvesse uma melhor descrição de suas opiniões e visões.

As empreendedoras foram denominadas (E1), (E2) e (E3) para manter a individualidade e o anonimato das mesmas. O primeiro contato com as empreendedoras foi feito pelo telefone, depois foram marcadas as entrevistas na empresa.

A entrevista foi estruturada da seguinte forma: primeiro foram investigados dados pessoais. Depois se indagou sobre o que é ser empreendedor e se elas se consideravam empreendedoras. Em seguida, foram investigadas as características e o perfil empreendedor, conhecimento e aplicação da educação empreendedora e as motivações para abrir a empresa. Por fim, buscou-se descobrir se elas acreditavam na possibilidade de ensinar um aluno a ser empreendedor, desde o ensino fundamental.

As entrevistas duraram cerca de uma hora e foram gravadas com o consentimento das participantes. Em seguida, as entrevistas foram transcritas e analisadas de acordo com análise de conteúdo, que é um método de análise de texto desenvolvido nas ciências sociais empíricas, sendo uma técnica utilizada para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social (BAUER, 2007).

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A cidade de Jandaia do Sul possui 19.676 habitantes (IBGE, 2010). Existem ao todo 16 escolas com séries no ensino fundamental, sendo que 11 possuem séries na pré-escola e 6 oferecem o ensino médio (IBGE, 2012). Em 2011 as matrículas no ensino regular segundo a dependência administrativa em relação às escolas particulares foi de 231 alunos no pré-escolar, 798 alunos no ensino fundamental e de 150 alunos no ensino médio (IPARDES, 2012).

Os três colégios, objetos de estudo, são os únicos particulares na cidade. Eles são dirigidos por mulheres que foram previamente consideradas empreendedoras. As entrevistadas possuem formação superior em uma ou mais áreas e estão no ramo da educação há muitos anos.

Quando o assunto tratava do que é ser uma pessoa empreendedora, foram reveladas opiniões diferentes, mas que englobavam o mesmo contexto de persistência e trabalho árduo.

Ser uma pessoa empreendedora não é uma coisa fácil, tem que ter uma grande dedicação naquilo que a gente faz, às vezes, a gente tem que se dedicar mais ao trabalho do que a família, mas é uma coisa assim muito boa, porque a gente vê que a gente cresce muito e a gente vê que o trabalho que a gente faz não é em vão por que é um trabalho gratificante e a educação é uma coisa que você vê não em curto prazo, mas em longo prazo, é um trabalho que você vai fazendo no dia a dia, todos os dias são diferentes um do outro, cada dia tem uma coisa pra você fazer, uma coisa pra você resolver, mas eu acho que com amor, que com carinho, você gostar daquilo que você faz é o mais importante, o restante é consequência (E1).

Segundo (E2) “é ser ousada, inovadora e envolver toda a comunidade educativa nos projetos”. Para (E3) empreendedores “são pessoas que correm atrás de seus objetivos, procurando oportunidades de negócios e investindo seus recursos na própria atividade”.

Todas as diretoras e empreendedoras entrevistadas afirmaram se considerar uma mulher empreendedora e quando o assunto era perfil empreendedor todas levantaram algumas características que estão realmente relacionadas ao perfil do empreendedor atual discutido na

literatura. Segundo (E2), possuir um perfil empreendedor é ter “ousadia, coragem, abertura para o novo e estar sempre “antenada” na evolução do desenvolvimento” (E2). Para (E3) é ter “coragem, determinação, percepção de mercado, atitude, liderança, entre outras”. Já (E1) acredita que para ter perfil empreendedor,

[..] .tem que ter responsabilidade, saber até onde tem que chegar, você tem que chegar a um lugar que não fere o limite, não fere seu amigo, você tem que fazer as coisas de uma forma que você consiga crescer sem passar por cima de ninguém, saber falar com as pessoas [...], você tem que ajudar as pessoas e não repreender, por que eu acho que o carinho com as pessoas e a educação é tudo pra gente crescer, por que as pessoas vão te ajudar porque elas vão ver que você ta querendo o bem delas e o próprio bem da instituição que você trabalha.

Abrir uma empresa não é fácil, mas difícil ainda é manter uma empresa com responsabilidade para fazê-la crescer e conquistar os objetivos. Em toda a profissão existe uma dificuldade, mas ser mulher, ser empreendedora e trabalhar com a educação visando o desenvolvimento de jovens que são o futuro do nosso país não é uma tarefa fácil. Quanto às dificuldades de ser uma profissional, empreendedora na área de educação, observou-se um quesito unânime: a dificuldade de lidar com diferentes tipos de pessoas, como percebido nas citações:

Dificuldade toda a profissão tem, mas a maior dificuldade é lidar com as pessoas, a gente tem que saber lidar por que nem todas as pessoas entendem aquilo que você fala da mesma forma, então você tem que ter cuidado com as palavras. A dificuldade é saber como lidar, saber conversar para as pessoas perceber que o que você ta querendo é o bem delas. Aluno, adolescente, se você souber como falar com ele você vai ter resultado, se você não souber como falar você não vai ter resultado, porque daí ele vai ficar magoado e ele vai fazer ao contrário, então você tem que mostrar pra ele que o que você ta querendo pra ele é o bem, é um futuro melhor, é um conhecimento, porque estamos na era do conhecimento e o conhecimento é tudo você precisa ter sabedoria pra você saber levar as suas coisas e essa sabedoria quem dá é Deus (E1).

Na visão de (E2), “talvez uma das maiores dificuldades seja lidar com diferentes tipos de pessoas. Nossos alunos por serem de uma escola particular, acham que [...] não vão depender desse estudo para se dar bem na vida”. Para (E3), a maior dificuldade é “a concorrência e falta de bons profissionais e aprender a se relacionar com diferentes públicos”.

Uma organização como a escola para ser aberta, precisa de muita vontade, coragem e acima de tudo dedicação, pois, a principal finalidade é a educação. Neste sentido quando se fala sobre os motivos que se levaram a abrir a escola e quem incentivou na criação e no desenvolvimento da empresa, pode-se observar a paixão pelo ensino e a dedicação de todos que estão envolvidos. Como relata a entrevistada:

Comecei com uma escola muito pequena, com ajuda, não comecei sozinha por que a gente não faz nada sozinho nessa vida, então com a ajuda da minha mãe, com a ajuda do meu esposo, levamos a escola com muito amor e com muito carinho e tem uma responsabilidade muito grande, porque são vidas, a gente ta mexendo com pessoas e o mais importante que tem nessa vida são as pessoas, é o ser humano, então é moldar, a gente vai transmitindo conhecimento vai mostrando valores com a ajuda da família que a gente tem, uma ajuda muito boa da família que se envolve muito e então seja por isso que a escola tem crescido bastante.[...] eu sempre gostei muito de lidar com as pessoas, crianças, adolescente, não tem idade, até pessoas de idade [...] eu gosto da minha profissão muito, a minha profissão me fez crescer muito como pessoa (E1).

No caso de (E3), a escola foi aberta porque a empreendedora reconheceu a oportunidade de negócio neste ramo e também por gostar dessa área. Ela diz que a família incentivou muito e

“a empresa cresceu e vem crescendo ao longo dos anos devido à dedicação e a boa administração” (E3).

A identificação da oportunidade também surgiu para (E2) quando ela observou a lacuna no mercado. Nas suas palavras,

[..] não tinha uma escola particular aqui naqueles tempos nem tinha escola praticamente, elas sentiram que tinha um campo muito amplo de educação por ser a nossa finalidade a educação e aí uma coisa foi puxando a outra. A finalidade de ter o colégio hoje aqui em Jandaia, ele tem toda uma história [...] com o incentivo e a dedicação de todos e aí foi crescendo, primeiro até o 4º ano, depois até a 8ª série e depois viu que seria necessário ter até o ensino médio (E2).

Nota-se que todas as empreendedoras possuíam conhecimento do ramo da educação, observaram a oportunidade e com a ajuda da família começaram os empreendimentos. Elas acreditam possuir características e perfil empreendedor, neste caso indagou-se sobre a importância de difundir a cultura empreendedora para os alunos, no sentido de incentivar o empreendedorismo. Elas acreditam que fazem isso, como citado por (E1):

Eu acho que sim, eu acho que a gente pode mostrar, a própria pessoa já é um exemplo [...] temos que mostrar também para o adolescente, que ele é inteligente, que ele é capaz, que todo mundo tem capacidade para fazer alguma coisa, a pessoa só tem que descobrir no que ela é melhor...por que neste mundo que nos estamos hoje não é a profissão em si [...] eu tenho que ser o melhor porque é lá que as pessoas vão procurar, e fazer com amor porque as pessoas sentem quando as outras fazem as coisas com amor, não existe coisa melhor pra você se o seu trabalho está sendo bem feito por que a forma que você trata, o carinho que você trata, criança ela é honesta, ela não vê a beleza física por fora exterior ela conhece a beleza interior da gente então ela sabe quando as pessoas estão fazendo as coisas sinceras (E1).

Ainda, para (E1), o sucesso depende muito de cada um, da sua dedicação e também a ela relata que a pessoa precisa ter um pouco de dom para aquilo. Ela diz, “eu escolhi a profissão certa, escolhi ser empreendedora na parte da educação por que é aonde eu gosto e todas as pessoas podem ser empreendedoras naquilo que ela faz” (E1). Ela complementa relatando as dificuldades, como ter de trabalhar fora de hora, precisa se dedicar em dobro.

De acordo com (E2), em sua escola se dissemina o empreendedorismo porque acredita que “nos dias de hoje todos os alunos tem que ser empreendedores, eles tem que estar aqui hoje e com o olho no futuro, desde que eles conseguem perceber a necessidade do estudo, eles tem que investir no estudo para eles poderem ter um espaço no mercado de trabalho” (E2). Ela relata que incentiva os alunos a se prepararem, pois cita que o mercado pode estar saturado e o aluno tem que ter a visão para se posicionar no futuro.

Para (E3) toda escola deveria ter o dever de ensinar seus alunos a serem empreendedores, mostrando as necessidades das pessoas e além disso, “ensiná-los a serem líderes, a terem coragem, assumir responsabilidades e estimular a sua criatividade” (E3).

Foi questionado também como a escola poderia estimular seus alunos a ter iniciativa, superar obstáculos, assumir desafios, estabelecer metas, planejar, executar, entre outros.

Na definição de (E2),

[..] incentivar os alunos, isso nos temos feito todos os dias inclusive dizendo aos alunos o que eles precisam, começa de uma coisa bem pequena, que eles precisam se organizar e estudar todos os dias. A preparação para os exames que eles precisam e para o vestibular começa desde o primeiro dia que entraram para a escola (E2)

Para (E3) a forma de ensinar tudo isso é retomar a ideia sempre, não desistir “todos os dias estamos estimulando nossos alunos não só para o aprendizado, mas para os desafios da vida [...] desenvolvemos atividades entre os alunos, simulações de empreendimentos, proporcionarmos visitas em empresas” (E3).

Quanto a entrevistada (E1), ela relata que a escola tem que incentivar e mostrar que o aluno é capaz de melhorar e fazer um mundo melhor. Ela complementa dizendo que a tarefa não pode ficar só a cargo da escola, que a família também precisa incentivar o filho e mostrar o quanto ele é capaz.

Por fim, observa-se o entusiasmo das empreendedoras quanto ao seu trabalho e suas organizações. Uma das empreendedoras revelou que a finalidade da escola é ajudar os alunos a serem felizes, ter uma boa ocupação e conseguir realizar os seus sonhos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegado ao fim deste estudo, retoma-se a pergunta inicial: As dirigentes dos colégios particulares de Jandaia do Sul – PR, que foram consideradas mulheres empreendedoras do ramo da educação, disseminam o empreendedorismo para os alunos?

Na opinião das empreendedoras, evidenciou-se que sim. Elas acreditam que o empreendedorismo pode ser ensinado desde cedo para criar uma cultura empreendedora. Reitera-se as dificuldades de ser uma mulher empreendedora e também como é difícil comandar uma empresa nos dias de hoje. Contudo, quando se trabalha com paixão, elas acreditam vencer os obstáculos.

Quanto à disseminação da cultura empreendedora, as empreendedoras alegaram fazer isso por meio do exemplo de outros empreendedores, do encorajamento e dedicação ao estudo, fazendo visitação em empresas e compartilhando com os alunos os conhecimentos adquiridos ao longo dos anos.

Os três colégios particulares de Jandaia do Sul-PR parecem ter por base este modelo educacional de divulgação e incentivo ao empreendedorismo. Entretanto, foi citado pelas entrevistadas a necessidade da comunidade como um todo trabalhar da mesma forma, como o encorajamento e incentivo das famílias, não deixando tudo a cargo das escolas.

Por fim, discute-se a importância da educação para disseminação da cultura empreendedora, como vem sendo discutido pelo GEM e por especialistas no assunto. Neste contexto, a escola pode ser uma aliada, um local onde começam os primeiros passos para o ensino do empreendedorismo. Sendo assim, esta pesquisa propõe para futuros estudos, identificar a percepção dos alunos sobre a educação empreendedora.

6 REFERÊNCIAS

BARON, R. A.; SHANE, S. A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.;

GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 6^a. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p.189-217.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas**. São Paulo: Atlas, 2007.

BESSANT, J.; TIDD, J. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BIZZOTTO, C. E. N.; DALFOVO, O. Ensino de empreendedorismo: uma abordagem vivencial. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 2. 2001, Londrina. **Anais...** Londrina: FURB, 2001, p.142-153.

CRAMER, L. et al. Representações femininas da ação empreendedora: uma análise da trajetória das mulheres no mundo dos negócios. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 2. 2001, Londrina. **Anais...** Londrina: UFLA, 2001, p.46-59.

DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura, 2000.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DUTRA, I.; PEIXOTO, R. B. O ensino de empreendedorismo em Instituições de ensino superior da Região de Londrina. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 2., 2001, Londrina. **Anais...**Londrina: UEM/UFLA – INBRAPE,2001. p.266-274.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2010 – Relatório Executivo**. Curitiba: Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade [IBQP], 2011.

GUIA DO EMPREENDEDOR: Identificação das oportunidades. **Biblioteca do Sebrae**. Disponível em:

<[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/CF7820FE6B44415E83256F5F00717C16/\\$File/NT0003030E.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/CF7820FE6B44415E83256F5F00717C16/$File/NT0003030E.pdf)>. Acesso em 15/06/2012.

HISRICH, R. D. ; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **CENSO 2010 - Paraná**. Disponível em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/dados_divulgados/index.php?uf=41>. Acesso em 28/05/2012.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **CIDADES**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=411210>>. Acesso em 28/05/2012

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. **CADERNO ESTATÍSTICO: município de Jandaia do Sul**. 2012. Disponível em:

<<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/Montapdf.php?Municipio=86900&btOk=ok>>. Acesso em 14/06/2012.

JONATHAN, E. G. Empreendedorismo feminino no setor tecnológico brasileiro: dificuldades e tendências. In: EGEPE – ENCONTRO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 3., 2003, Brasília. **Anais...**Brasília, UEM/UFLA/UnB, 2003, p. 41-53.

MACHADO, H. V. **Identidades de mulheres empreendedoras**. Maringá: Eduem, 2009.

PARDINI, D. J.; CORRÊA, L. R. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 2. 2001, Londrina. **Anais...** Londrina: CEPEAD,UFGM, FEAD, 2001, p.227-240.

PREFEITURA DE JANDAIA DO SUL. **História**. Disponível em: <<http://www.jandaiadosul.pr.gov.br/inicio.php>>. Acesso em 28/05/2012.

RAMOS, S. C.; FERREIRA, J. M.; GIMENEZ, F. A. P. O Estudo de Caso como ferramenta para o ensino de empreendedorismo. In: EGEPE – ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE PEQUENAS EMPRESAS. 4. 2005, Curitiba.
Anais... Curitiba, 2005, p. 281-290.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social:** métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2008.

TRIVINÔS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2008.

VIRGILITO, S. B. (Org.). **Pesquisa de marketing:** uma abordagem quantitativa e qualitativa. São Paulo: Saraiva, 2010.